

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

САМАРҚАНД ИҚТИСОДИЁТ ВА СЕРВИС ИНСТИТУТИ

Қўл ёзма ҳуқуқида

УДК 640.241:398.48 (575.1)

ТАЙЛАНОВ САЛОҲИДДИН ХОЛМИРЗА ЎҒЛИ

**меҳмонхона хўжалигини ривожлантиришнинг замонавий
тенденциялари
(Ўзбекистон меҳмонхоналари мисолида)**

5A610201 -Меҳмонхона хўжалигини ташкил этиш ва бошқариш

**Магистр
академик даражасини олиш учун ёзилган**

ДИССЕРТАЦИЯ

Илмий раҳбар проф. И.С.Тухлиев

САМАРҚАНД – 2015

МУНДАРИЖА:

	Кириш	3
I Боб.	Меҳмонхона хўжалигини ривожлантиришнинг назарий ва амалий асослари.....	8
1.1.	Замонавий меҳмонхона хўжалигини ривожлантириш тенденциялари.....	8
1.2.	Ўзбекистон шароитида меҳмонхона хўжалигини ривожлантиришнинг ўзига хос хусусиятлари.....	15
1.3.	Ўзбекистон туризм ташқи бозор конъюктурасининг замонавий тенденциялари.....	22
	Биринчи боб бўйича хулоса.....	31
II-Боб.	Меҳмонхона хўжалигини ривожлантиришда маркетинг стратегиясини танлаш жараёни.....	34
2.1.	Меҳмонхона хўжалигида маркетинг стратегиясини танлаш.....	34
2.2.	Меҳмонхона хўжалигини ривожлантиришда мавсумийлик омилининг таъсири.....	40
	Иккинчи боб бўйича хулоса.....	46
III-Боб.	Меҳмонхона хўжалигини ривожлантиришнинг самарали усуллари.....	48
3.1.	Меҳмонхона хўжалигида автоматлаштирилган ахборот тизимидан фойдаланиш ва компьютерлаштириш жараёни.....	48
3.2.	Туризм хизматлар бозорида бренд меҳмонхоналарини ривожлантириш усуллари.....	56
3.3.	Ўзбекистон Республикасида туристлар хавфсизлигини таъминлаш жараёнлари.....	62
	Учунчи боб бўйича хулоса.....	70
	Хулоса	71
	Таклифлар.....	75
	Фойдаланилган адабиётлар рўйхати.....	79

КИРИШ

Мавзунинг долзарблиги. Ўзбекистон Республикаси иқтисодиётини модернизациялаш, иқтисодиётда бозор муносабатларини кенг жорий қилиш асосида мамлакатимизда туризмнинг миллий моделини шакллантириш жараёни ривожланмоқда. Ҳозирга келиб туризм соҳасини ривожлантириш ва рақобатбардош туристик маҳсулотлар ишлаб чиқариш йўналишларида салмоқди ютуқларга эришилмоқда.

Ҳозирги кунда меҳмонхона билан боғлиқ бўлган тадбиркорлик дунёда энг ривожланган бизнес ҳисобланади. Меҳмонхона хўжалиги деганда нафақат йирик меҳмонхоналар, балки кичик хусусий меҳмонхоналар бизнесини ҳам инобатга олиш зарур, чунки ҳар қандай меҳмонхона бизнеси билан шуғулланиш нафақат, туризм соҳаси, балки иқтисодиётда ҳам энг даромадли бизнес бўлиб қолмоқда. Бутунжаҳон туристик ташкилотининг маълумотига кўра 2013 йилда дунёдаги меҳмонхоналар ва бошқа туристларни жойлаштириш объектларидаги мавжуд номерларнинг умумий сони 32 млн. ташкил этган. Ҳозирги кунда бу кўрсаткич яна бир неча млн.га ошгани маълум бўлмоқда.

Туризм мутахассисларининг хулосалари бўйича келажакда Ўзбекистонда туристлар оқими ҳар йили 20 % га кўпайиши кутилмоқда. Бу кўрсаткич Бутунжаҳон Туристик Ташкилотининг башоратларига нисбатан икки марта кўпдир. Ҳозирга келиб миллий туризм соҳаси иқтисодиётимизнинг муҳим соҳаларидан бирига айланиши кутилмоқда, мамлакатнинг ялпи ички маҳсулотидаги улуши (2,0 %) ҳали анча паст бўлишига қарамасдан туризм барқарор ривожланиш босқичига кирди.

Шу туфайли замонавий меҳмонхона хўжалигини ривожлантириш тенденцияларини ўрганиш ва унинг ижобий тамонларини маҳаллий шароитга қўллаш долзарб масалалардан бири ҳисобланади.

Муаммонинг ўрганилганлик даражаси. Туризм ва меҳмонхона хўжалигини ривожлантириш жараёнини кўпгина муҳим назарий ва амалий муаммолари маҳаллий даражада ва хорижий илмий адабиётларда ўз аксини топган. Хусусан, И.Т.Балабанов¹, М.Б.Биржаков², В.А.Квартальнов³, И.Енджейчик⁴, Ф.Шерер⁵, М.А.Жукова⁶, Н.И.Кабушкин⁷, А.Э.Саак⁸, каби иқтисодчи - олимларнинг асарлари шулар жумласига киради. Ушбу муаммолар юртдошларимиз Н.Т.Тухлиев⁹, М.Қ.Пардаев¹⁰, И.С.Тухлиев¹¹, Х.М.Маматқулов¹², Д.Х.Асланова¹³, Ф.К.Комилова¹⁴, Б.Х.Тураев¹⁵, Р.С.Амриддинова¹⁶, каби қатор иқтисодчи олимларнинг тадқиқотларида ҳам ўз аксини топган.

Меҳмонхона хўжалигини ривожлантиришнинг замонавий тенденциялари етарли даражада илмий жиҳатдан ишлаб чиқилмаганлиги ҳамда туристик бозор иштирокчилари томонидан амалий хусусиятга эга илмий тадқиқотларга юқори талаб диссертация мавзусининг аҳамияти ва ўз вақтида танланганлигини белгилайди. Айнан шу ҳолат диссертация мавзусининг долзарблигини, тадқиқот объектини ва предметини танлаш

¹Балабанов И.Т., Балабанов А.И. Экономика туризма. Уч. Пособие. - М.: Финансы и статистика, 2003. –176 с.

²Биржаков М.Б. Введение в туризм. – Издание 9-е переработанное и дополненное. – СПб.: «Издательский дом Герда», 2007. – 576 с.

³Квартальнов В.А. Туризм: история и современность: Избр. произведения: В 4-х т. - М.: Финансы и статистика, 2002.– 499с.

⁴Енджейчик И. Современный туристский бизнес. - М.: Финансы и статистика, 2003. – 320 с.

⁵Шерер Ф., Росс Д. Структура отраслевых рынков: Пер. с англ.- М.: ИНФРА-М, 1997.– 698 с.

⁶Жукова М.А. Менеджмент в туристском бизнесе: учебное пособие. - 2-е изд., стер. - М.: КНОРУС, 2006. – 193с.

⁷Кабушкин Н.И. Менеджмент туризма: Учебник. 4е изд., стереотип. - Мн.: Новое знание, 2004.- 409 с.

⁸Саак А.Э., Пшеничных Ю.А. Менеджмент в социально-культурном сервисе и туризме. - СПб.: Питер, 2006. – 512 с.

⁹Тухлиев Н., Абдуллаева Т. Национальные модели развития туризма. – Т.: Гос. науч. изд-во Ўзбекистон миллий энциклопедияси, 2006. – 424 б.

¹⁰Пардаев М.Қ., Атабаев Р. Туристтик ресурсларни таҳлил қилиш ва баҳолаш. – С.: СамИСИ, 2006 – 137 б.

¹¹Тухлиев И.С. Қудратов Ғ.Х., Пардаев М.Қ. Туризмни режалаштириш. Дарслик. - Т.: “Iqtisod-Moliya” нашриёти, 2010. – 238 б.

¹²Маматқулов Х. М. Меҳмонхона ва туристик комплексларда хизматларни ташкил этиш. Ўқув қўлланма. – С.: СамИСИ, 2012.

¹³Асланова Д.Х., Социал туризм хизматлар бозорига таъсир этувчи омиллар. «Хизматлар бозори: муаммо, ечимлар ва истикболлар». Халқаро илмий-амалий анжуман материаллари.СамИСИ, 2012 йил 29-30 июн.

¹⁴Комилова Ф.К. Халқаро туризм бозори. Ўқув қўлланма. – Т.: ТДИУ 2007. – 192 б.

¹⁵Тураев Б.Х. Организационно-экономические механизмы регионального туризма. – Т.: Фан, 2009. – 154с.

¹⁶Амриддинова Р.С., Меҳмонхона бизнесида хизмат кўрсатишнинг халқаро стандартлари“Иқтидорли ёшлар – келажак бунёдкорлари” мавзусидаги иқтидорли талабалар ва магистрантларнинг илмий-амалий анжумани. Самарқанд, 2008 й. 9-10 апрел.

хамда унинг мақсади ва вазифаларини белгилаш учун асос бўлиб хизмат қилди.

Диссертация ишининг илмий - тадқиқот ишлари режалари билан боғлиқлиги. Мавзу бевосита Республикада олиб борилаётган илмий тадқиқотларнинг устувор йўналишларига тўғри келади. Тадқиқот иши Самарқанд иқтисодиё ва сервис институтининг илмий - тадқиқот ишлари режаси билан бевосита боғланган.

Тадқиқотнинг мақсади. Иқтисодиётни модернизация қилиш шароитида меҳмонхона хўжалигини ривожлантиришнинг замонавий тенденцияларини илмий жиҳатдан асосланган йўналишларини ишлаб чиқишдан иборат.

Тадқиқотнинг вазифалари. Диссертация ишида тадқиқот мақсадининг амалга оширилиши учун қуйидаги вазифалар қўйилди ва амалга оширилди:

- замонавий меҳмонхона хўжалигини ривожлантириш тенденциялари ;
- Ўзбекистон шароитида меҳмонхона хўжалигини ривожлантиришнинг ўзига хос хусусиятлари;
- Ўзбекистон туризм ташқи бозор конъюктурасининг замонавий; тенденцияларини аниқлаш;
- меҳмонхона хўжалигида маркетинг стратегиясини танлаш;
- меҳмонхона хўжалигини ривожлантиришда мавсумийлик омилининг таъсири;
- меҳмонхона хўжалигида автоматлаштирилган ахборот тизимидан фойдаланиш ва компьютерлаштириш бўйича тавсиялар тайёрлаш;
- туризм хизматлар бозорида бренд меҳмонхоналарини ривожлантириш усуллари қўллаш бўйича таклифлар ишлаб чиқиш.

Тадқиқот объекти ва предмети. Тадқиқот *объекти* сифатида Ўзбекистон минтақаларида жойлашган меҳмонхоналар мажмуаси ҳисобланади.

Тадқиқот *предмети* бўлиб, минтақаларида жойлашган меҳмонхоналарни ривожлантириш тизимини шакллантириш муносабатлари ҳисобланади.

Тадқиқот методлари. Иқтисодий ва бошқарув жараёнларини тадқиқ этиш, қиёслаш, тизимли ёндашув, мантиқий статистик таҳлил, социологик сўров ва эксперт баҳолаш усуллардан фойдаланилди.

Тадқиқотнинг назарий-услубий асоси. Диссертация ишида Ўзбекистон Республикаси қонунлари, мамлакатимиз Президенти И.А.Каримов асарлари, Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг қарорлари, Ўзбекистон Республикаси Молия вазирлиги, Ўзбекистон Республикаси Давлат солиқ қўмитаси, «Ўзбектуризм» Миллий компанияси, Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитасининг меъёрий ва йўриқ ҳужжатлари, шунингдек, тадқиқот ишида мамлакатимиз ва хорижий иқтисодчи олимларнинг мавзу доирасидаги илмий ишлари, тавсиялари ва уларда қўлланилган услубий тамойиллар асос қилиб олинди.

Тадқиқот натижаларининг илмий жиҳатдан янгилик даражаси Ўзбекистон шароитида меҳмонхона хўжалигини ривожлантиришнинг замонавий тенденциялари илмий жиҳатдан ишлаб чиқилмаганлиги ҳамда туристик бозор иштирокчилари томонидан амалий хусусиятга эга илмий тадқиқотларга юқори талаб даражаси билан белгиланади.

Тадқиқот натижаларининг амалий аҳамияти ва татбиқи Ўзбекистон меҳмонхона хўжалигида бозор эҳтиёжларига тезда жавоб қайтариш стратегиясини қўллаш ва бренд меҳмонхоналарини ривожлантириш усуллари ҳамда меҳмонхоналарда тавсия қилинган автоматлаштирилган ахборот тизимидан фойдаланиш ва компьютерлаштириш жараёнини тадбиқ қилиш билан белгиланади.

Бажарилган ишнинг асосий натижалари муаллиф томонидан Республика миқёсида ўтказилган илмий - амалий анжуманларда уч маротаба маърузалар қилинган ва улар нашр қилинган.

Диссертациянинг тузилиши ва ҳажми. Диссертация кириш, учта боб, хулоса, фойдаланилган адабиётлар рўйхатидан иборат бўлиб, 83 бет, 9 та жадвал, 2 та расмларни ўз ичига олади.

Диссертациянинг кириш қисмида танланган тадқиқот мавзусининг долзарблиги, тадқиқотнинг мақсади ва вазифалари, тадқиқот объекти, предмети, илмий - амалий аҳамияти асослаб берилган.

“Меҳмонхона хўжалигини ривожлантиришнинг назарий ва амалий асослари” номли биринчи бобида замонавий меҳмонхона хўжалигини ривожлантириш тенденциялари ва Ўзбекистон шароитида меҳмонхона хўжалигини ривожлантиришнинг ўзига хос хусусиятлари аниқ мисолларда ҳамда Ўзбекистон туризм ташқи бозор конъюктурасининг замонавий тенденциялари батафсил ёритилган.

“Меҳмонхона хўжалигини ривожлантиришда маркетинг стратегиясини танлаш жараёни” номли иккинчи бобида меҳмонхона хўжалигида маркетинг стратегиясини танлаш масаласи ва меҳмонхона хўжалигини ривожлантиришда мавсумийлик омилининг таъсири очиб берилган.

“Меҳмонхона хўжалигини ривожлантиришнинг самарали усуллари” номли учинчи бобида меҳмонхона хўжалигида автоматлаштирилган ахборот тизимидан фойдаланиш ва компьютерлаштириш жараёнлари тавсия қилинган. Бугунги кунда туризм хизматлар бозорида бренд меҳмонхоналарини ривожлантириш усуллари аниқ мисолларда таклиф қилинган. Ўзбекистон Республикасида туристлар хавфсизлигини таъминлаш жараёнлари ва усуллари тавсия қилинган.

Ишнинг якуний қисмида ўтказилган тадқиқотлар юзасидан илмий асосланган хулоса ва тавсиялар ишлаб чиқилди.

1 - БОБ.МЕҲМОНХОНА ХЎЖАЛИГИНИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ НАЗАРИЙ ВА АМАЛИЙ АСОСЛАРИ

1.1. Замонавий меҳмонхона хўжалигини ривожлантириш тенденциялари

Туризм соҳаси мутахассисларининг хулосалари бўйича республикамизда туристлар оқими ҳар йили 12 % га кўпайиши кутилмоқда. Бу кўрсаткич Бутунжаҳон Туристик Ташкилотининг башоратларига нисбатан икки марта кўпдир. Ҳозирга келиб миллий туризм соҳаси иқтисодиётимизнинг муҳим соҳаларидан бирига айланиши кутилмоқда, мамлакатнинг ялпи ички маҳсулотидаги улуши 2,0 % ҳали анча паст бўлишига қарамасдан туризм барқарор ривожланиш босқичига кирди.

Ҳозирги пайтда жаҳонда меҳмонхона хўжалиги корхоналарининг ривожланишида мавжуд тенденциялар қаторига қуйидагиларни киритиш мумкин:

1. Меҳмонхона ва ресторан хизматлари ихтисослашувининг чуқурлашиши.
2. Халқаро меҳмонхона ва ресторан тармоқларининг ташкил топиши.
3. Кичик корхоналар тармоғининг ривожланиши.
4. Меҳмонхона хўжалигига янги компьютер технологияларининг жорий этилиши.

Сўнгги йилларда тўла сервисли анъанавий меҳмонхоналар билан бир қаторда, таклиф қилинувчи хизматлар тўплами қисқартирилган **ихтисослашган** корхоналар пайдо бўла бошлади. Корхоналарнинг ихтисослиги ҳар хил бўлиши мумкин. Меҳмонхоналар туристик бозорнинг муайян сегменти вакиллариغا, масалан, ўз меҳнат таътилини гольф ўйинига, чанғи спортига, отда сайр қилишга ва ҳ.к.га бағишлаган мижозларга,

конгресслар, кўргазмалар, ярмаркалар ва ш.к.да қатнашиш учун келган туристларга хизмат кўрсатишга ихтисослашиши мумкин.

Ресторанлар, қоида тариқасида, миллий таомлар, нонушталар, кечки овқатлар тайёрлашга ихтисослашади. Сўнгги йилларда гамбургерлар ва ковурилган картошкага (McDonald's), пиццага (Pizza Hut, Domino, Little Geasar), бифштексларга (Sizzler), денгиз маҳсулотларига (Red Lobster), сэндвичларга (Subway) ихтисослашган тез хизмат кўрсатиш ресторанлари бутун жаҳонда оммавийлашди. Бу нуқтаи назардан муайян мавзуга, чунончи: Ёввойи ғарб, рок-н-ролл, футбол, самолётлар, темир йўл ва ҳ.к.га йўналтирилган ресторанлар ҳам алоҳида диққатга сазовордир. Одатда улар таклиф қилувчи таомлар сони чекланган бўлади. Бундай ресторанларнинг вазифаси муайян кайфият ва муҳитни ташкил этишдан иборат.

Меҳмонхона хўжалиги корхоналари ихтисослашувининг чуқурлашиши халқаро тармоқларнинг ташкил топиши билан ҳам боғлиқ бўлмоқда. Бундай тармоқлар хизмат кўрсатишнинг юксак андозаларини ишлаб чиқиш ва амалга жорий этишда катта рол ўйнайди.

Тармоқ деганда одатда жамоавий бизнес билан шуғулланадиган ва тармоқ раҳбариятининг бевосита назорат остида фаолият кўрсатадиган корхоналар гуруҳи тушунилади. Тармоқ ўз биноларига эга бўлиши ёки уларни ижарага олиши мумкин. Тармоқ раҳбарияти олинган даромадни тақсимлашда муайян имтиёзларга эга бўлади, бироқ, айтилган вақтда, ҳар қандай (шу жумладан, молиявий) операцияларни амалга ошириш чоғида кўрилиши мумкин бўлган барча зарарлар учун жавоб беради.

Ўтган асрнинг 90-йилларига келиб бутун жаҳон меҳмонхона фондининг 30% дан кўпроғини йирик меҳмонхона бирлашмалари ва тармоқлари ўз назорати остига олди. Бошқа аксарият тенденциялар сингари, меҳмонхона тармоқларининг ташкил топишига ҳам АҚШ да асос солинди. 90-йилларнинг бошига келиб, АҚШ меҳмонхона тармоқлари жаҳонда етакчи мавқени қўлга киритди. Улар жаҳоннинг ўн та етакчи меҳмонхона

тармоқлари қаторидан Европанинг Travelodge International ва Master Hosts International тармоқларини сиқиб чиқарди. Ҳозирда бу ўнликда Европанинг атиги иккита меҳмонхоналар тармоғи – Accor (Франция) ва Forte PLC (Буюк Британия) қолган (1 - жадвал).

1 - жадвал

Жаҳоннинг энг катта йигирмата меҳмонхоналар тармоғи

№	Меҳмонхоналар номи	Номерларининг умумий миқдори	Меҳмонхоналар жойлашган мамлакатлар
1	Mecca Clock Tower	8000	Саудия Арабистони
2	Гостиница Измайлово	7500	Москва, Россия
3	First World Hotel	6118	Малайзия
4	MGM Grand	5690	Лас-Вегас
5	Ambassador City Jomtlen	4631	Таиланд
6	Luxor	4408	Лас-Вегас
7	Mandalay Bay	4341	Лас-Вегас
8	The Venetian	4027	Лас-Вегас
9	Excalibur	4008	Лас-Вегас
10	Bellagio	3993	Лас-Вегас
11	Circus Circus	3774	Лас-Вегас
12	Fiamingo Las Vegas	3565	Лас-Вегас
13	Hilton Hawaiian Village	3386	Гонолулу
14	Caesar's Palace	3349	Лас-Вегас
15	Mirage	3044	Лас-Вегас
16	Monte Carlo	3002	Лас-Вегас
17	Las Vegas Hilton	2956	Лас-Вегас
18	Paris	2916	Лас-Вегас

19	Treasure Island	2885	Лас-Вегас
20	Gaylord Opryland	2883	Нэшвилл

Манба: www.otel-e.com, Hotels.su

Ушбу жадвалда жаҳоннинг йигирмата етакчи меҳмонхоналарини кўришимиз мумкин. Шулардан биринчиси Месса Clock Tower номерларнинг умумий миқдори 8000 та, иккинчиси Гостиница Измайлово, номерларнинг умумий сони 7500 та, учинчиси First World Hotel, номерларнинг умумий сони 6118 тани ташкил этади. 90 - йилларнинг ўрталарига келиб бутун жаҳон меҳмонхона фондининг 30% дан кўпроғини йирик меҳмонхона бирлашмалари ва тармоқлари ўз назорати остига олди. Бошқа аксарият тенденциялар сингари, меҳмонхона тармоқларининг ташкил топишига ҳам АҚШда асос солинди.

Бутунжаҳон туристик ташкилот (БТТ) нинг таҳлилига кўра хорижий туристларни қабул қилиш бўйича етакчи мамлакатлар қаторига қуйидаги мамлакатларни киритиш мумкин бўлади (2 - жадвал).

2 - жадвал

Туристларни қабул қилиш бўйича 2020 йиллардаги етакчи мамлакатлар рўйхати

Мамлакатлар	Туристларнинг ташрифлар сони, млн. киши.	Жаҳон оқимидаги улуши, %	Ўртача йиллик ўсиши 1995 - 2020 йилларда, %
Хитой	137,1	8,6	8,0
АҚШ	102,4	6,4	3,5
Франция	93,3	5,8	1,8
Испания	71,0	4,4	2,4
Гонконг	59,3	3,7	7,3
Италия	52,9	3,3	2,2
Буюкбритания	52,8	3,3	3,0
Мексика	48,9	3,1	3,6

Россия	47,1	2,9	6,7
Чехия	44,1	2,7	4,0
Жами	708,8	44,2	42,5

Жадвал маълумотларига кўра энг ташриф буюрадиган мамлакатлар қаторида 2020 йилда Хитой хисобланади. Шунингдек юқори ўсиш суръатлари Гонконг ва Россия мамлакатларда кутилмоқда. Хитой ва Гонконг умумжаҳон туристлар оқимида 12,3% ташкил қилади. Айниқса катта ўзгаришлар Россияда кутилмоқда 2020 йилда кирувчи туристлар сони 1,5 маротаба чиқувчи туристларга нисбатан ошади. Европа мамлакатлари ўртасида Чехия катта мувофақиятларга эришади.

Мамлакатимизда туризм соҳасида меҳмонхона тармоғини ривожлантириш бўйича айрим муаммолар мавжуд бўлиб, уни ҳал этиш борасида бир қатор чора-тадбирлар тизимини ишлаб чиқиш лозимлигини талаб этмоқда. Ўзбекистон Республикаси Президенти И. А. Каримов таъкидлаганидек, "Чет эл туризми Республика иқтисодиётининг етакчи тармоғига, унинг валюта тушумларини тўлдирадиган муҳим манбага айланиб бормоқда. Шу сабабли шинам меҳмонхоналар, кемпинглар қурилишини бундан буён ҳам амалга оширавериш, туризмнинг ривожланган инфраструктурасини шакллантириш, сайёҳлар борадиган жойларни обод қилиш билан шуғулланавериш керак" .

Меҳмонхоналар халқаро уюшмаси меҳмонхоналар тармоқларини уч тоифага ажратади:

- корпоратив меҳмонхоналар – кўп сонли корхоналарга эга меҳмонхона корпорациялари;
- бронлаш умумий тизимидан, маркетинг, реклама концепциясидан ва алоҳида корхонага қимматлик қилувчи бошқа хизматлардан фойдаланиш учун бирлаштирилган мустақил корхоналар тармоқлари;
- бошқарув хизматлари кўрсатувчи тармоқлар.

Меҳмонхоналар тармоғигам кирувчи ҳар бир меҳмонхона тури ўз тамғасига эга. Ўз фирма номини қатъий сақлайдиган компанияларнинг устунлиги шундаки, бир меҳмонхоналар тармоғи хизматидан фойдаланувчи истеъмолчилар мазкур тармоққа кирувчи корхона қаерда жойлашганидан қатъий назар, унда кўрсатиладиган хизматларнинг сифати ҳақида аниқ тасаввурга эга бўлади. Бу меҳмонхоналар тармоқларига янги меҳмонхона очилишидан анча олдин уни реклама қилиш ва бронлаштиришни амалга ошириш имконини беради.

Меҳмонхоналар тармоқларидан ташқари жаҳон туристик бозорида асосий мақсади меҳмонхона бизнесининг энг яхши вакилларини бирлаштиришдан иборат бўлган уюшмалар ҳам фаолият кўрсатади. Масалан, 1928 йилдан бери «Жаҳоннинг етакчи меҳмонхоналари» халқаро корпорацияси дунёнинг энг яхши меҳмонхоналарини аниқлаш билан шуғулланиб келади. У ҳар йили ўзининг махсус каталогига энг яхши корхоналар тўғрисидаги маълумотларни жойлаштиради. «Жаҳоннинг энг яхши меҳмонхоналари ва курортлари» халқаро ташкилоти ҳам 30 йилдан бери шунга ўхшаш фаолиятни амалга ошириб келади. 1968 йилдан «Жаҳоннинг энг осойишта меҳмонхоналари» халқаро уюшмаси фаолият кўрсатади. Бу уюшманинг штаб - квартираси Парижда жойлашган. Мазкур уюшмага аъзо бўлишда қуйидаги уч мезонга баҳо берилади: табиий ва хушманзара атроф муҳит; меҳмонхонанинг ўзига хос қиёфага эга бўлган пинам биноси ва интерьер; барча замонавий талабларга жавоб берувчи меҳмондўстлик, шу жумладан овқатланиш.

Европа иқтисодий ҳамжамияти меҳмонхоналар ва ресторан миллий уюшмалари конфедерацияси (ХОРТЕК) Европадаги меҳмонхона тармоқлари ҳамда мустақил меҳмонхоналар ва ресторанлар уюшмалари фаолиятини мувофиқлаштириш масалалари билан шуғулланади.

Меҳмонхона тармоқларининг миқдорий ўсиши, уларнинг қўшилиши ва бирлашиши (хизмат кўрсатиш муайян даражада стандартлаштирилганлиги

туфайли) туристларнинг барча ранг-баранг талабларини қаноатлантира олмайди.

Дунё туризмида мамлакатлар ичида Франция, Испания, АҚШ, Италия, Буюк Британия, Хитой мамлакатлари етакчилик қилишмоқда. Мамлакатимизда туристик корхоналар, яъни меҳмонхоналарнинг асосий вазифаси ҳам мамлакатимизга хорижий туристларни кўпроқ жалб қилишдир ва сифатли хизмат кўрсатишдир. Шу ўринда Президентимизнинг ўз маърузаларида ҳам экспортга йўналтирилган корхоналар ривожига эътибор бериб жумладан: "Бунда ташқи бозорда харидорбоп, юқори ликвидли маҳсулотлар ишлаб чиқаришни кенгайтириш учун экспортга маҳсулот чиқарадиган корхоналарни рағбатлантиришни янада кучайтириш, уларга янги имтиёз ва преференциялар бериш бўйича қўшимча чора - тадбирлар тайёрлаш зарур"¹⁷ деб таъкидлаганлар. Чет элдан меҳмонларни қабул қилиш сони бўйича етакчилик бир неча йиллардан буён Франция томонидан сақлаб келинаётганлиги кузатилмоқда. Ҳозирда Францияга дунё бўйича халқаро туризмга чиққан саёҳатчилар 10 фоизини ташкил қилаётган бўлса, туризмдан даромад олишда АҚШ етакчилик қилмоқда. Жумладан, биргина АҚШ ички туризмнинг ўзидан ҳар йили 300 миллиард долларга яқин даромад олмоқда. Бу, ўз навбатида, ўзига хосликка ва ҳеч кимга ўхамасликка ҳаракат қилувчи *кичик мустақил меҳмонхоналарнинг* ривожланишига замин яратади. Мутахассисларнинг фикрича, ХХІ асрда айнан мана шундай, яъни шинам, қулай, мўътадил нархларда хизматлар кўрсатадиган, ишлаш ва дам олиш учун барча шарт-шароитларга эга бўлган, ресторансиз (ресторан меҳмонхона ёнида жойлашган) меҳмонхоналар меҳмондўстлик саноатида етакчи ўрин эгаллайди.

Сўнгги йилларда янги *компьютер технологияларининг* амалга жорий этилиши меҳмондўстлик индустрияси корхоналари ва ташкилотларининг

¹⁷Президент Ислам Каримовнинг 2011 йилда мамлакатимизни юлтимой-иктисодий ривожлантириш яқунлари ва 2012 йилга мўлжалланган энг муҳим устувор йўналишларга бағишланган Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг мажлисидаги маърузасидан, //Халқ сўзи, 2012 йил 21 январ.

профессионализми ва иш унумдорлигини оширди, меҳмонхона бизнесини юритиш усулини тубдан ўзгартирди, корхоналарнинг эгаларига бир қанча муаммоларни ҳал қилиш имконини берди ва мижозларга жуда кўп қулайликлар яратди.

Истеъмолчиларнинг талабларини қондиришга интилиш турли фойдаланувчиларнинг эҳтиёжларига мослашишга қодир бўлган амалий дастурларни ишлаб чиқишга туртки берди. «Меҳмонхона» («Отель») дастури мана шундай дастурлардан биридир. У туристларни қабул қилиш, жойлаштириш, овқатлантириш ва уларга қўшимча хизматлар кўрсатиш технологик жараёнларини автоматлаштиришга мўлжалланган.

Ушбу дастур қуйидаги блоклардан ташкил топган:

- «Портъе» автоматлаштирилган иш жойи;
- «Ресторан» кичик тизими;
- «Омбор» кичик тизими;
- «Техник хизматлар кўрсатиш» кичик тизими;
- «Бухгалтерия ҳисоби» кичик тизими.

Интернет тармоғига уланган бронлаш ва резервлаштириш халқаро тизимларининг имкониятларидан фойдаланиш меҳмонхона корхоналари фаолиятида катта аҳамиятга эга. Бундай тизимларга қуйидагилар киради: «AMADEUS», «Worldspan», «Galileo», «Sabre», «Fidelio Hotel Bank».

1.2. Ўзбекистон шароитида меҳмонхона хўжалигини ривожлантириш - нинг ўзига хос хусусиятлари

Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислон Каримовнинг БМТ Жаҳон сайёҳлик ташкилоти Ижроия кенгаши 99 - сессиясининг очилиш маросимидаги нутқида такидланганидек "...Бугунги кунда дунёда шиддат билан ўзгариб бораётган вазият, глобаллашув жараёнларининг жадаллашуви, тез - тез такрорланаётган жаҳон иқтисодий ва молиявий инқирозлари халқаро

туризм ривожиди йўлида турли муаммолар туғдириб, унинг олдига янги - янги талаблар қўйётганини, табиийки, биз ўзимизга яхши тасаввур қиламиз. Фурсатдан фойдаланиб, уларнинг айримларига қисқача тўхталиб ўтмоқчиман. Тўртинчидан, сайёҳлик инфратузилмасининг ривожлангани, сайёҳлар учун мўлжалланган объектларнинг ҳар томонлама мақбуллиги, транспорт ва меҳмонхона хизматлари ва умуман, сайёҳлик логистикаси билан боғлиқ барча хизматларнинг қулайлиги, замонавий ахборот технологияларининг жорий этилгани – биз ҳар қадамда дуч келадиган масалаларнинг ҳаммаси бу борада катта аҳамиятга эга.

Ҳозирги пайтда юртимизда 50 мингдан зиёд ўринга эга бўлган 500 дан ортиқ меҳмонхона, мотель ва кемпинглар сайёҳларга халқаро стандартлар бўйича хизмат кўрсатмоқда”¹⁸. Дарҳақиқат меҳмонхона - туризм индустриясининг энг муҳим бўғинларидан бири ҳисобланади. Меҳмонхона хизматлари меҳмондўстлик тизимининг моҳияти бўлиб, у инсоният тарихидаги ҳар қандай ижтимоий формацияга хос бўлган, меҳмонни ҳурмат қилиш, уни қабул қилиб олиш ва хизмат кўрсатиш каби қадимги анъаналаридан келиб чиқади.

Меҳмонхона хўжалигида асосий хизматларни кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик фаолияти билан шуғулланувчи шахслар амалга оширади. Шу туфайли меҳмонхона хўжалигидаги мулкнинг шаклида давлат мулкининг улуши йилдан йилга камайиб, аксинча хусусий мулк шаклидаги меҳмонхоналар сони ортиб бормоқда. Бугунги кунда хусусий мулк шаклидаги меҳмонхоналар сони жами меҳмонхоналар таркибида 89% ни ташкил қилади ва салмоқли ўрин эгаллайди.

Ўзбекистонда мустақилликнинг дастлабки кунлариданоқ хизматлар кўрсатиш соҳасидаги туризм хизматлари замонавий хизмат турлари сифатида талқин қилиниб, унга эътибор давлат сиёсати даражасига кўтарилган. Шунини

¹⁸Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислом Каримовнинг БМТ Жаҳон сайёҳлик ташкилоти Ижроия кенгаши 99-сессиясининг очилиш маросимидаги нутқи. // Моҳият.2014. 3 октябрь №40.

хам таъкидлаб ўтиш керакки, 1993 йилда мамлакатимизда бор йўғи 4 та хусусий туристик фирма бўлган бўлса, ҳозирги кунда туризм хизматларининг нодавлат секторида 800 та туристик фирма ва меҳмонхона, шу жумладан умумий сифими 30 минг жойдан иборат 500 та меҳмонхона ва 300 га яқин туроператор ва турагентлар фаолият олиб бормокдалар.¹⁹

Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитаси маълумотларига асосан ўтказилган тадқиқот натижаларига кўра, 2013 йилда Самарқанд вилоятида 85 та меҳмонхона фаолият кўрсатиб келган бўлиб, улардаги хоналар сони 2120 тани, ўринлар сони 4115 тани, жойлаштирилган шахслар сони 143090 тани ташкил қилган. Бунда хусусий мулк шаклидаги меҳмонхоналар эгаси бўлган кичик бизнес ва хусусий тадбиркорларнинг хизматини алоҳида такидлаш лозим бўлади.

Меҳмонхона хизматининг ҳозирги ривожланиш тенденцияси жаҳон амалиётида мижозга (меҳмонхона хизматларидан фойдаланувчига) мазкур хизматлар бозорларидаги нарх - навога қараб кўп вариантли меҳмонхона сервисини таклиф қилади. Ҳар йили оммавий ахборот воситалари кўп сонли мижозларга мазкур сервис туридаги фаолиятнинг янги шакллари ҳақида маълумот беради. Бундан 100 йил олдин жойлаштириш корхоналарнинг фақат иккита тури мавжуд бўлган:

- жамиятнинг олий табақаси вакиллари учун ҳашаматли меҳмонхоналар;
- аҳолининг қолган қисми учун карвонсаройлар.

Вақтини сафарда ўтказишга мажбур бўлган одамларда танлаш имконияти бўлмаган. Бугунги кунда меҳмонхона маҳсулотидан фойдаланувчиларга жойлаштириш корхоналарининг ранг - баранг шакллари ва турлари, чунончи, иқтисодий классга мансуб бўлган ҳашаматли отеллар ва меҳмонхоналар, мотеллар, кемпинглар ва ҳ.к. таклиф қилинади. Ҳар бир одам ўз диди ва пулига қараб ўзи учун маъқул вариантни танлаш имкониятига эга.

¹⁹Туризм истиқболлари. // Ўзбекистон иқтисодий ахборотномаси. № 1. 2014. 11.б.

Ўзбекистон иқтисодиётида бозор муносабатлари анча жадал ривожланмоқда. Бу меҳмонхона сервисида банд бўлган кичик бизнес ва хусусий тадбиркорларга катта имкониятлар яратмоқда. Ўзбекистон билан чет элдаги меҳмонхона ишини ташкил этишдаги кескин тафовутлар аста-секин йўқолиб бормоқда. Ўзбекистон Республикасининг меҳмонхона корхоналари мижозларга хизмат кўрсатиш савиясини, номерларнинг шинамлиги ва қулайлиги даражасини, хизмат кўрсатувчи ходимларнинг малакасини изчил ошириб бормоқда.

Мамлакатимизда асосан маълум иш юзасидан нисбатан қисқа муддатга келувчи одамларга шунингдек, ҳар хил мақсадда саёҳат қилаётган фуқароларга мўлжалланган умумий типдаги меҳмонхоналар айниқса кенг тарқалган. Бундай меҳмонхоналар шаҳарнинг марказий қисмида, жамоат, маъмурий, савдо марказлари яқинида жойлашади ва шаҳарнинг турли туманлари билан яхши транспорт алоқасини назарда тутди. Мазкур меҳмонхоналар одатда махсус қўаламзорлаштирилмаган нисбатан кичкина ер майдонларига эга бўлади. Умумий типдаги меҳмонхоналарнинг номерлар фонди асосан бир, икки ўринли ва кўпинча уч ўринли номерлардан ташкил топади. Бу номерларда, қоида тариқасида, ишлаш учун жой мавжуд бўлади. Меҳмонхоналарда алоқа бўлими, айрим ҳолларда – банк бўлими ишлаб туради, музокара ва йиғилишлар ўтказиш учун алоҳида жойлар назарда тутилади.

Идоравий меҳмонхоналар умумий типдаги меҳмонхоналарнинг бир тури ҳисобланади. Бундай меҳмонхоналар асосан маълум идора, муассаса ёки корхонага иш юзасидан ташриф буюрган одамлар яшаши учун мўлжалланади. Идоравий меҳмонхоналар тегишли идора яқинида ёки жамоат транспорти яхши қатнайдиган жойда қурилади. Бундай меҳмонхоналарда умумий хоналар тўплами кўпинча анча чекланган, ўзи хизмат кўрсатувчи корхона турига ва ундаги умумий аҳамиятга молик хоналар таркибига боғлиқ бўлади.

Чет элда анжуманлар учун мўлжалланган махсус меҳмонхоналар куриш кенг тарқалган. Бундай меҳмонхоналар одатда «конгресс - отел» ёки «конференц - отел» деб номланади. Чет элда шунингдек ишбилармонлар учун ҳам махсус меҳмонхоналар – «бизнес - отеллар» курилади. Одатда бу меҳмонхоналарнинг шинамлик даражаси жуда юқори бўлади. Уларда конгресслар ўтказиш учун заллар, мажлислар, конференциялар, симпозиумлар учун алоҳида жойлар, ҳар хил турдаги ресторанлар, алоқа ва банк бўлимлари, телетайп, телекс, бассейнлар, сауналар, кегелбанлар фаолият кўрсатади.

Ишбилармон одамлар учун мўлжалланган меҳмонхоналарда кичик мажлислар, савдо операциялари ўтказиш, маҳсулотларнинг намуналари кўргазмаларини ташкил этиш, фирмаларнинг ваколатхоналарини жойлаштириш учун мўлжалланган жойлар, айрим ҳолларда трансформация қилинадиган – уларда келган одамларни қабул қилиш, кичик музокаралар ўтказиш имконини берадиган номерлар ҳам назарда тутилади.

Туристик меҳмонхоналар фаол дам олаётган туристлар учун мўлжалланади. Мамлакатимизда бундай меҳмонхоналар асосан уюштирилган гуруҳли туризм – экскурсия ва спорт туризми учун мўлжалланган. Туристик меҳмонхоналар шаҳарда, шаҳар ташқарисида, туристик объектлар яқинида, яхши табиий омилларга эга жойларда, кўпинча яшил массивлар яқинида курилади.

Ўзбекистон Республикаси бўйича меҳмонхона ва муқобил жойлаштирув воситаларининг Давлат статистика қўмитасининг маълумотларига кўра 2013 йилдаги фаолияти (3 - жадвал) да кўрсатилган.

**Ўзбекистон Республикаси бўйича меҳмонхона ва муқобил жойлаштирув
воситаларининг 2013 йилдаги фаолияти**

Минтақа-лар	Меҳмон-хона ва муқобил жойлаштирув воситалар сони	Шу жумладан объект-лар, бирлик	Номер фонди. бирлик		Жойлашган ларга кўрсатилган хизматлар, кишилар
			Номер-лар (хона)	ётишга мўлжалланган жойлар сони	
Ўзбекистон Республикаси	490	539	15223	28828	1199998
Қорақолпокистон Республикаси	26	40	761	1624	31642
вилоятлар:					
Андижон	18	20	426	759	41101
Бухоро	77	79	1541	2973	107095
Жиззах	18	18	336	682	33015
Қашқадарё	37	43	703	1400	49558
Навои	19	20	538	950	48633
Наманган	17	17	430	1060	36997
Самарқанд	77	84	1949	3929	130507
Сурхандарё	28	28	660	1133	21245
Сирдарё	7	7	82	139	9674

Тошкент	35	40	1513	2698	71721
Фарғона	17	20	360	840	25980
Хоразм	30	33	882	1676	69720
Тошкент ш.	84	90	5042	8965	523110

Жадвалдаги маълумотлар асосида амалга оширилган таҳлилга кўра Ўзбекистон минтақаларидаги меҳмонхона ва муқобил жойлаштирув воситалари фаолиятининг кишиларга кўрсатилган хизматларини қуйидаги гуруҳларга бирлаштириш натижасида ушбу хизматга бўлган талабни қай даражада қондирилишини аниқлаш мумкин бўлди.

Унга кўра Ўзбекистон шароитида меҳмонхона хўжалиги ўта ривожланган вилоятлар қаторига: Тошкент шаҳри, Самарқанд, Бухоро, Тошкент, вилоятлари киради. Ушбу вилоятлар номер фондидаги ётишга мўлжалланган жойлар сони бўйича ҳам Республикада пешқадамлик қилмоқда.

Меҳмонхона хўжалиги ривожланган вилоятлар қаторига: Хоразм, Қашқадарё, Навойи вилоятлари киради. Навойи вилояти 950 та номер фондидаги ётишга мўлжалланган жойлар сони билан 48633 та кишига кўрсатилган хизмати билан Ўзбекистонда 7 чи ўринни эгаллаб турибди.

Меҳмонхона хўжалиги ўртача ривожланган вилоятларга Андижон ва Наманган вилоятлари киради.

Меҳмонхона хўжалиги кам ривожланган вилоятлар қаторига: Жиззах, Қорақолпокистон Республикаси, Фарғона вилоятлари киради. Қорақолпокистон Республикаси 1624 та номер фондидаги ётишга мўлжалланган жойлар сонига эга бўлиб, 31642 та кишига кўрсатилган хизмати билан Ўзбекистонда 11 чи ўринни эгаллаб турибди.

Меҳмонхона хўжалиги ривожланмаган вилоятлар қаторига Сурхондарё ва Сирдарё вилоятлари киради. Сурхондарё вилояти 1133 та номер фондидаги ётишга мўлжалланган жойлар сонига эга бўлиб, 21245 та кишига кўрсатилган хизмати билан Ўзбекистонда охириги 13 чи ўринни эгаллаб турибди.

Демак кам меҳмонхона хўжалиги ривожланган ва ривожланмаган вилоятлар қаторидаги Қорақолпокистон Республикаси ва Сурхондарё вилоятлари ҳудудларида жойлашган меҳмонхоналардаги ётишга мўлжалланган жойлар сони кўп бўлгани билан (1624, 1133), мавжуд жойлар сонидан самарали фойдаланиш коэффицентининг пастлигини кўрсатади. Бунинг асосий сабабларидан бири бу вилоятларда хорижий туристларни қизиқтира оладиган жозибодор туристик маҳсулот яратадиган туроператорларнинг йўқлигидан далолат беради.

Ўзбекистон ҳудудларида жойлашган меҳмонхона ва муқобил жойлаштирув воситаларнинг сони бўйича таҳлил қиладиган бўлсак энг кўп меҳмонхоналар сони Тошкент шаҳрида ва Самарқанд, Бухоро, Тошкент, вилоятларида жойлашганини кўрамиз, бежиз асосий туристлар оқимининг 77 % и айнан шу вилоятларга тўғри келади.

Ўзбекистонда энг кам меҳмонхоналар жойлашган вилоятлар қаторига Сирдарё ва Фарғона (7, 17) вилоятлари киради. Булар қаторига Наманган, Андижон ва Жиззах вилоятларини ҳам киритса бўлади. Аммо гўзал Фарғона водийси ва Жиззах индустриал шаҳар ҳамда Зомин тоғларига эга бўлиб, бу вилоятларда мавжуд катта туристик - рекреацион салоҳиятидан самарали фойдаланиш даражаси пастлигини кўрсатмоқда.

1.3. Ўзбекистон туризми ташқи бозор конъюктурасининг замонавий тенденциялари

Ўзбекистонда туризм соҳасидаги хизматлар бозори бозор иқтисодиёти ислохотлари ва хусусийлаштириш жараёнлари давомида ўтган ўн йилликнинг биринчи ярмидан шакллана бошлади. Шу пайтгача бозорнинг мазкур сегменти доирасида олиб бориладиган фаолият давлат томонидан қаттиқ назорат қилинар, давлат барча хизматларнинг асосий таъминотчиси эди. Мустақилликка эришилгандан буён туристик хизматлар бозорида

доимий ривожланиш жараёни давом этмоқда. Ўзбекистонда туризмнинг, бошқа хизматлар соҳалари каби улуши нисбатан паст, барча хизматлар соҳасининг ЯИМ даги улуши 56% ни ташкил этади, ривожланган давлатларда эса бу улуш 65% ни ташкил этади. Бироқ бундан 10 йил олдин унинг Ўзбекистондаги улуши атиги 18 % атрофида эди. Туризм сектори иқтисодиётдаги ўзгаришларга таъсирчан ҳисобланади, чунки инфляция суръатлари ва аҳоли даромадларининг ўсиши ўртасидаги мутаносиблик туристик маҳсулотга бўлган талаб миқдорини белгилайди. 2008 йилнинг бошидаги молиявий иқтисодий инқироз жараёнлари хорижда туристик маҳсулот нархининг ўсишига ва бунинг натижасида туристик муассасаларнинг хизматларига бўлган тўлов қобилиятининг пасайишига сабаб бўлди. Бу ҳолат Ўзбекистон иқтисодиётига салбий таъсир кўрсата олмади, аммо Ўзбекистонда етарли даражада табиий, маданий ва бошқа тарихий омиллар мавжуд бўлган бир пайтда, туризм хизмат бозори мамлакатнинг умумий ижтимоий - иқтисодий салоҳияти талабига жавоб бермайди. Сайёҳларни жойлаштиришнинг моддий базаси меҳмонхона, пансионат, дам олиш уйлари ва базалари ҳамда санаторий - курорт муассасалари маънан ва жисмонан эскирган. Бошқа томондан, жаҳоннинг энг юқори стандартларига жавоб берадиган туристик объектлар қурилиш суръатларининг ошганлиги, чет эл сафарларига чиқиш ҳолатлари кўпайганлиги Ўзбекистонда туристик ташкилотлар сонини кўпайтиришга барча имкониятлар ва тўлалигича асос борлигидан далолат беради.

Ўзбекистонда туризм хизмат бозорининг ривожланишидаги қуйидаги хусусиятлари аниқланди:

- четга чиқиш туризмнинг устуворлиги туристик фирмаларнинг миллий туроператорлик фаолиятини янги хизматлар тайёрлашга бўлган иштиёқи пастлиги билан изоҳланади, чунки Ғарб мамлакатларида тузилган турпакетлар асосида ишлаш осонроқ.

Буларнинг барчаси эса капиталнинг чет элга оқиб чиқишига олиб келмоқда;

- туристик фирмалар сони туристик хизматларга бўлган талабдан юқори, бунинг натижасида туризм бозоридаги ўткир рақобат кучаяди;
- мавжуд бўлган жойлаштириш воситалари инвестиция ва таъмирлашга муҳтож, чунки унинг ҳозирги ҳолати жаҳон стандартларига жавоб бермайди;
- Ўзбекистон ҳудудларида меҳмонхона хўжалигида зарарга ишлаш анъанаси сақланиб келмоқда;
- чет эл меҳмонхона компанияларнинг Ўзбекистон бозорига кириб келиш жараёни давом этмоқда.

Ўзбекистонда амалга оширилган иқтисодий ислохотлар нафақат туризм соҳаси ривожланишининг жадаллашишига, балки мамлакатимизнинг жаҳон ҳамжамиятида алоҳида ўрин тутганлиги сабабли, олдин имкони бўлмаган янги туристик хизмат турларининг яратилишига олиб келмоқда. Умуман олганда, Ўзбекистондаги туризм индустриясини ҳали ҳам шаклланиш жараёнини бошидан кечираётган индустрия – *infantindustry*, деб ҳисоблаш мумкин. Бу ҳолат туризм хизмат бозори ривожланиши ва бошқариш стратегиясига ҳар томонлама режалаштирилган ҳамда чет эллик ва маҳаллий турмахсулот етказиб берувчиларнинг қизиқишлари балансига амал қиладиган ёндашувни талаб этади. Бир томондан, Ўзбекистонлик тадбиркорлар қизиқишларининг ҳимоясини таъминлаш, иккинчи томондан эса, туризм бозорида чет эллик тадбиркорлар иштирокида рақобатли муҳит яратиш керак бўлмоқда. Буларнинг барчаси, сўзсиз, бозорда Ўзбекистонликларнинг фаолиятини рағбатлантиришга олиб келади. Иқтисодиёт инфратузилмасининг асосини ташкил этган транспорт, телекоммуникация, молиявий хизматлар ривожланишининг давом этиши туризм хизмат бозори ривожланиши учун ҳам катта аҳамиятга эга. Шунинг ҳам

айтиб ўтишимиз лозимки, туризм соҳаси катта маблағ сарфланишини талаб этмайдиган, ижтимоий барқарорлик омили сифатида хизмат қиладиган ва ҳудудда янги ишчи ўринларнинг яратилишини таъминлайдиган хизмат секторларидан биридир.

Туризм соҳасининг иқтисодий ривожланиши, шубҳасиз, унга мос келадиган қонунчилик базасининг яратилиши билан мустаҳкамланиб туриши керак. Туризм соҳасининг ривожланиш динамикаси Ўзбекистон қонунчилик тизимида ҳали тўла ифодасини топмаган. Қулай иқтисодий ва инвестицион муҳит яратиш мақсадида корхоналарнинг рўйхатдан ўтказилишини содда-лаштиришни, лицензияга эга фаолият турларининг рўйхатини қисқартиришни ва ташкилотларни текшириш ҳолатларининг камайтирилишини тақозо этадиган иқтисодиётни бюрократлаштиришдан ҳоли қилиш чоралар комплексини амалга ошириш лозим. Хорижлик сармоядорларни жалб этиш учун бухгалтерия ҳисоби ва аудит тизимига жаҳон стандартларини татбиқ этиш тадбирлари олиб борилиши керак бўлмоқда.

Чет эллик ва маҳаллий тадбиркорлар фаолияти учун рақобатли муҳит яратиш ва назорат чораларининг оптимал уйғунлигини таъминлайдиган туризм хизмат бозорининг бундан кейинги шаклланишига эҳтиёж, айниқса, Ўзбекистоннинг жаҳон бозорига чиқиш муҳитида яққол сезила бошлади. Чет эл сармоясининг келиши сабабли туристик бизнеснинг кейинги ривожланиши учун жуда зарур бўлган молиявий ресурслар, илғор технологиялар, хизмат ва бошқарувни амалга оширишнинг самарали усулларига эга бўлади. Ҳозирги пайтга қадар Ўзбекистоннинг сиёсий, иқтисодий ва ижтимоий ҳаётида туризм хизмат бозорининг тутган ўрни ҳали тўла эътироф этилмаган. Бироқ, жаҳон молиявий - иқтисодий инқирози шароитида Ўзбекистонда айнан ички туризм хизмат бозорига бўлган қизиқиш кузатилмоқда. Эҳтимол, айнан туризм соҳаси келажакда мамлакатимизнинг иқтисодий ўсиш суръатларини жадаллаштирадиган соҳа бўлиши мумкин. Ҳали ҳам хорижга чиқувчи туризм бозори кирувчи туризм

бозоридан устун бўлмоқда, натижада валюта келиб тушишининг муҳим манбаи ва экспорт савдосининг фойдали шакли бўлган кирувчи туризм бозори яхши ривожланмай қолмоқда. Бугунги кунда Ўзбекистон дунё туристларининг атиги 0,1% дан ҳам кам қисмини қабул қиляпти.

Чиқувчи туризм бозори қўшимча рағбатлантирилишга муҳтож эмас, аммо кирувчи туризм бозорининг ҳозирги ҳолати талаб даражасида эмас, уни қўллаб - қувватлаш ва рағбатлантириш лозим, зеро, у мамлакат иқтисодиётини юксалтиришга жуда катта фойда келтирадиган сердаромад соҳалардандир. Ўзбекистонда кирувчи ва чиқувчи туризм бозори асосида ривожланаётган туристик бизнес нафақат туризм индустриясига, балки ноишлаб чиқариш соҳасига тегишли бўлган бир қатор бошқа соҳаларнинг ривожланишини ҳам таъминлайди. Бу эса тармоқларда ҳамда туристик инфраструктурага тегишли корхоналарда янги иш ўринларининг яратилишига ёрдам беради.

Туризм ташқи бозор конъюктурасининг асосий хусусиятларини ҳамда унинг меҳмонхона хўжалигининг устувор йўналишларини аниқлашга бўлган таъсирни Ўзбекистонга келаётган фуқаролар оқимининг таркибий тузилиши орқали аниқлаш мумкин. Қуйидаги жадвал туристик хизматлар экспортининг асосий бозорларини акс эттиради, бироқ шуни ҳисобга олиш керакки, мазкур маълумотлар фақат уюштирилган туристлар гуруҳларини акс эттиради, бу рўйхатга Ўзбекистонга шахсий иш ёки бизнес мақсадлари билан келадиган хорижлик шахслар киритилмаган. Бошқача қилиб айтганда, бу маълумотлар Ўзбекистонга фуқароларнинг кириш бозорларини тўлиқ акс эттирмайди. Буни аниқлаштириш учун қўшимча равишда чегараларни кесиб ўтиш ҳақидаги ҳамда саёхат мақсадлари тўғрисидаги маълумотлар керак бўлади.

**Ўзбекистон Республикасига 2005-2013 йилларда ташриф буюрган
фуқароларнинг оқими (расмий равишда декларациядан ўтган, киши
ҳисобида)**

№	Давлатлар номи	Ўзбекистон Республикасига ташриф буюрган фуқароларнинг сони					2013 йилда 2009 йилга нисбатан миқдорий ўсиш суръатлари %
		2005й	2007й	2008й	2009 й	2013 й	
	МДХ мамлакатлари						
1.	Қозоғистон	85466	234237	530203	864438	3107910 2461566	359
2.	Қирғизистон	21104	66720	161422	234407	407696 402682	173
3.	Россия	30534	186169	820366	1065471	1615579 1456311	151
4.	Тожикистон	93005	118085	162002	189209	507854 442042	268
5.	Туркменистон	60507	93658	166894	231375	321317	138
	Узоқ чет эл мамлакатлари						
6.	Афғонистон	4396	13561	50823	50789	51108	100,3
7.	Буюк Британия	903	2112	4475	6895	6578 5243	95,4
8.	Германия	2549	9196	14858	22150	18266	82,4

						17358	
9.	Исроил	699	4796	7209	7533	9610 9519	127
10.	Ҳиндистон	368	2177	5397	10728	36217	337
11.	Эрон	3681	5087	7163	7859	8446	107
12.	Италия	839	7264	9398	8831	8919 7620	100,9
13.	Малайзия	133	4890	6441	5966	13851 14790	232
14.	Жанубий Корея	422	3166	37957	34713	69198 65534	199
15.	АҚШ	3602	6456	5618	6461	10326	159
16.	Туркия	7053	28695	58461	75518	138874 114718	183
17.	Франция	1635	8676	11920	12959	10790	83,2
18.	Япония	1317	4809	5441	5127	3751	73,1

Манба: Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитасидан олинган маълумотлар асосида муаллиф тамонидан тайёрланган.

Кирувчи туристик оқимларнинг таркибий тузилиши тўғрисидаги маълумотларнинг таҳлили бўйича Ўзбекистон учун устувор ташқи туризм хизмат бозорлари МДҲ мамлакатларидан Қозоғистон, Қирғизистон, Тожикистон, Россия ва Туркманистон давлатлари ҳисобланади, узок мамлакатлардан эса Туркия, Жанубий Корея, Ҳиндистон, АҚШ, Исроил, Малайзия ва бошқа мамлакатларни кўрсатиш мумкин.

Тадқиқот даврида 2005 - 2013 йилларда МДҲ мамлакатларидан Ўзбекистонга фуқаролар ташрифининг 2009 йилга нисбатан 2013 йилда миқдорий ўсиш суръатлари бўйича Қозоғистон биринчи ўринда бўлса 359%

га, Тажикистон 268% га, ва Қирғизистон 173% га, Россия 151% га ўсиш суръати билан кейинги ўринларни эгаллайди.

Узоқ чет эл мамлакатлардан Ўзбекистонга келган фуқароларнинг сони 2009 йилга нисбатан 2013 йилда Ҳиндистондан 337% га, Малайзиядан 232% га, Жанубий Кореядан 199% га, Туркиядан 183% га, АҚШ дан эса 159% га ошганини кузатиш мумкин.

Шундай қилиб кирувчи туристик оқимларнинг таркибий тузилиши тўғрисидаги маълумотларнинг таҳлили Ўзбекистон шароитида меҳмонхона хўжалигини келажакда янада жадал суръатларда ривожланишини талаб қилмоқда. Туризм хизмат бозорида муваффақиятга эришиш учун истеъмолчиларнинг туристик хизматларга бўлган эҳтиёжларига асосланган ҳолда турмахсулотни ишлаб чиқиш ва уни сотишни ташкиллаштириш, халқаро ҳуқуқ нормалари ва қоидалари, туризм менежменти ва маркетинги соҳаларидаги амалий фаолият ҳамда бозор конъюктурасини ҳисобга олиш талаб қилинади. Шуларни ҳисобга олиб, Ўзбекистонда туристик хизматлар бозори шаклланиш ва ривожланишининг қуйидаги замонавий тенденциялари аниқланди:

- туристлар ташриф буюрадиган дестинацияларнинг туристик (табiiй, маданий ва тарихий) ресурслари ҳолатини ҳисобга оладиган туристик хизмат ва бозорларини ривожлантириш ҳамда янгиларини яратиш;
- туристик фаолиятни режалаштириш ва ривожлантиришга маҳаллий жамоатчилик ва маҳаллий ҳокимиятни жалб қилиш ҳамда унинг хавфсизлигини таъминлаш;
- маҳаллий аҳоли фаровонлиги ошиши, солиқ, божхона хизмати билан боғлиқ ва бошқа туризмнинг ривожланишига тўсқинлик қиладиган қийинчиликларни енгиб ўтиш;

- асосий эътиборни меҳмонхона хўжалигидаги хизматлар нарҳини туристлар учун маъқул ва туризм индустрияси учун фойда келтирадиган даражада сақлаб қолишга қаратиш;
- маблағларни инвестиция қилишда атроф - муҳит ҳимояси масалаларини (қурилиш, архитектура, антропоген ҳолатларни) ҳисобга олиш;
- туризм хизмат бозорида маркетингни амалга ошириш ва хизматларни юргизиш учун кўпроқ миқдорда маблағлар ажратиш, муайян гуруҳларга кирувчи туристларни излаш ва улар учун таклиф қилинаётган хизматларнинг мақсадли бўлишини таъминлаш;
- меҳмонхона хўжалиги хизматлар бозорида фаолият юритувчи ходимларнинг касбий малакасини ошириш.

Биринчи боб бўйича хулоса

Ўтган асрнинг 90 - йилларига келиб бутун жаҳон меҳмонхона фондининг 30% дан кўпроғини йирик меҳмонхона бирлашмалари ва тармоқлари ўз назорати остига олди. Бошқа аксарият тенденциялар сингари, меҳмонхона тармоқларининг ташкил топишига ҳам АҚШ да асос солинди. 90-йилларнинг бошига келиб, АҚШ меҳмонхона тармоқлари жаҳонда етакчи мавқени қўлга киритди. Улар жаҳоннинг ўнта етакчи меҳмонхона тармоқлари қаторидан Европанинг Travelodge International ва Master Hosts International тармоқларини сиқиб чиқарди. Ҳозирда бу ўнликда Европанинг атиги иккита меҳмонхоналар тармоғи – Accor (Франция) ва Forte PLC (Буюк Британия) қолган

Мамлакатимизда туризм соҳасида меҳмонхона тармоғини ривожлантириш бўйича айрим муаммолар мавжуд бўлиб, уни ҳал этиш борасида бир қатор чора - тадбирлар тизимини ишлаб чиқиш лозимлигини талаб этмоқда.

Мамлакатимизда туристик корхоналар, яъни меҳмонхоналарнинг асосий вазифаси ҳам мамлакатимизга хорижий туристларни кўпроқ жалб қилишдир ва сифатли хизмат кўрсатишдир. Шу ўринда Президентимизнинг ўз маърузаларида ҳам экспортга йўналтирилган корхоналар ривожига эътибор бериб жумладан: "Бунда ташқи бозорда харидорбоп, юқори ликвидли маҳсулотлар ишлаб чиқаришни кенгайтириш учун экспортга маҳсулот чиқарадиган корхоналарни рағбатлантиришни янада кучайтириш, уларга янги имтиёз ва преференциялар бериш бўйича қўшимча чора - тадбирлар тайёрлаш зарур"²⁰ деб таъкидлаганлар.

Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитаси маълумотларига асосан ўтказилган тадқиқот натижаларига кўра, 2013 йилда Самарқанд вилоятида 85 та меҳмонхона фаолият кўрсатиб келган бўлиб, улардаги хоналар сони 2120 тани, ўринлар сони 4115 тани, жойлаштирилган шахслар

²⁰Президент Ислам Каримовнинг 2011 йилда мамлакатимизни юлтимой-иктисодий ривожлантириш йуллари ва 2012 йилга мўлжалланган энг муҳим устувор йўналишларга бағишланган Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг мажлисидаги маърузасидан, //Халқ сўзи, 2012 йил 21 январ.

сони 143090 тани ташкил қилган. Бунда хусусий мулк шаклидаги меҳмонхоналар эгаси бўлган кичик бизнес ва хусусий тадбиркорларнинг хизматини алоҳида такидлаш лозим бўлади.

Мамлакатимизда асосан маълум иш юзасидан нисбатан қисқа муддатга келувчи одамларга шунингдек, ҳар хил мақсадда саёҳат қилаётган фуқароларга мўлжалланган умумий типдаги меҳмонхоналар айниқса кенг тарқалган. Бундай меҳмонхоналар шаҳарнинг марказий қисмида, жамоат, маъмурий, савдо марказлари яқинида жойлашади ва шаҳарнинг турли туманлари билан яхши транспорт алоқасини назарда тутди.

Шундай қилиб кирувчи туристик оқимларнинг таркибий тузилиши тўғрисидаги маълумотларнинг таҳлили Ўзбекистон шароитида меҳмонхона хўжалигини келажакда янада жадал суръатларда ривожланишини талаб қилмоқда. Туризм хизмат бозорида муваффақиятга эришиш учун истеъмолчиларнинг туристик хизматларга бўлган эҳтиёжларига асосланган ҳолда турмаҳсулотни ишлаб чиқиш ва уни сотишни ташкиллаштириш, ҳалқаро ҳуқуқ нормалари ва қоидалари, туризм менежменти ва маркетинги соҳаларидаги амалий фаолият ҳамда бозор конъюктурасини ҳисобга олиш талаб қилинади. Шуларни ҳисобга олиб, Ўзбекистонда туристик хизматлар бозори шаклланиш ва ривожланишининг қуйидаги замонавий тенденциялари аниқланди:

- туристлар ташриф буюрадиган дестинацияларнинг туристик (табиий, маданий ва тарихий) ресурслари ҳолатини ҳисобга оладиган туристик хизмат ва бозорларини ривожлантириш ҳамда янгиларини яратиш;
- туристик фаолиятни режалаштириш ва ривожлантиришга маҳаллий жамоатчилик ва маҳаллий ҳокимиятни жалб қилиш ҳамда унинг хавфсизлигини таъминлаш;
- маҳаллий аҳоли фаровонлиги ошиши, солиқ, божхона хизмати билан боғлиқ ва бошқа туризмнинг ривожланишига тўсқинлик қиладиган қийинчиликларни енгиб ўтиш;

- асосий эътиборни меҳмонхона хўжалигидаги хизматлар нарҳини туристлар учун маъқул ва туризм индустрияси учун фойда келтирадиган даражада сақлаб қолишга қаратиш;
- маблағларни инвестиция қилишда атроф - муҳит ҳимояси масалаларини (қурилиш, архитектура, антропоген ҳолатларни) ҳисобга олиш;
- туризм хизмат бозорида маркетингни амалга ошириш ва хизматларни юргизиш учун кўпроқ миқдорда маблағлар ажратиш, муайян гуруҳларга кирувчи туристларни излаш ва улар учун таклиф қилинаётган хизматларнинг мақсадли бўлишини таъминлаш;
- меҳмонхона хўжалиги хизматлар бозорида фаолият юритувчи ходимларнинг касбий малакасини ошириш.

2-БОБ. МЕҲМОНХОНА ХЎЖАЛИГИНИ РИВОЖЛАНТИРИШДА МАРКЕТИНГ СТРАТЕГИЯСИНИ ТАНЛАШ ЖАРАЁНИ

2.1. Меҳмонхона хўжалигида маркетинг стратегиясини танлаш

Маркетингни муваффақиятли тарзда қўллаш бутун меҳмонхона хўжалигини ташкил этишга боғлиқ бўлади. Туризм иқтисодиётнинг энг муҳим ва даромадли тармоғидир. Бу тармоқ аҳолини иш билан таъминлаш бўйича 3 - ўринда туради⁵. Туристларга ҳар йили 400 млрд. долларлик хизматлар кўрсатилади. Бу тармоқнинг ресторан секторида маркетингнинг аҳамияти ортиб бормоқда. Бу соҳа ўзига Pizza Hut (Pepsico), Kentucky Fried Chicken (Pepsico), Olive Garden (General Mills) каби озиқ - овқат компанияларини жалб этган. Меҳмонхона бизнеси ҳам шунга ўхшаш тенденцияларга эга. АҚШ даги 7 меҳмонхона Holiday Inn, Sheraton, Marriot, Hilton, Hyatt, Ramada, Quality - йилига млрд доллардан кўпроқ даромад оладилар. Рақобатчилик ортган сари меҳмонхоналар ўз маркетинги бўйича менежерлар фаолиятига кўпроқ муҳтож бўляптилар. Аксарият меҳмонхоналарда маркетинг бўйича менеджер лавозимининг бош менежер лавозими билан тенглаштирилиши бу соҳада маркетингнинг аҳамияти катта эканлигидан далолат беради.

Маркетинг тадбирларини ҳаётга тадбиқ этиш маркетингни бошқариш тизимини талаб қилади. Бу ўз навбатида стратегик ва жорий режалаштиришдан иборат бўлади. Маркетинг режалаштириш, бошқаришни ташкил этиш ва назоратни ўз ичига олади.

Маркетинг стратегияси — бу қўйилган мақсадларга эришиш бўйича маркетинг йўналишлари ва айрим тадбирларини тасвирловчи, узоқ ва ўрта муддатли принципиал қарорлардир.

Стратегия— бу рақобат устунликларини корхона натижаларига айлантириш бўйича тадбирлар тизимидир.

Маркетинг стратегиясини танлаш ички ва ташқи муҳит шартлари билан чекланган бўлиб, уларнинг асосийлари қуйдагилар:

- бозорнинг макондаги жойи (локал, минтақавий, миллий, халқаро);
- бозорни ўзлаштириш даражаси (эски, турдош, ялпи бозор);
- бозорни қайта ишлаш ҳажми (бир сегмент, бир неча сегмент, бутун бозор);
- бозорни қайта ишлаш усули (дифференциацияланган, дифференциациялашмаган);
- маркетингнинг муайян воситасида муҳассамланиш (нарх, сифат);
- бирламчи мақсад (бозор улуши, рентабеллик);
- рақобатдошларга муносабат (агрессив, нейтрал);
- кооперацияга муносабат (мумкин, мумкин эмас);
- ўсиш суръатларига муносабат (тез, аста - секин, ноллик, манфий);
- инновацияларга муносабат (биринчилардан бўлиб, имитация).

Меҳмонхона ҳўжалигида одатда, бир неча маркетинг стратегияларини қўллаши мумкин. Танлов жараёнида устунликларни, зарур бозор шароитларини, хизмат кўрсатишни ва бошқаришни ташкил этишга бўлган талабларни, барқарорсизлик омилларини ҳисобга олиш лозим. Ушбу омиллар бўйича турли хил стратегиялар 5 - жадвалда таққосланган.

5 - жадвал

Турли хил маркетинг стратегияларини таққослаш

Стратегия	Устунлик	Бозор шароитлари	Ишлаб чиқариш ва бошқаришни ташкил этиш	Барқарор-сизликка олиб келувчи омиллар
Маҳсулот таннариhini пасайиши	Сотувлар ҳажмини ўсиши, фойданинг кўпайиши, кириш	Бозордаги катта улуш, маҳсулотга нарх бўйича эластик талаб, нарх рақобати,	Ишлаб чиқаришнинг оптимал ўлчами, юқори даражадаги технологик	Технологик янгиликлар, рақобатдошлар томонидан ўхшатишлар,

	тўсиқларининг ўсиши, таъминот нархлари ошгандаги қўшимча захиралар	тармоқдаги маҳсулот стандартлаштирилган	тайёргарлик, маҳсулот таннархининг каттиқ назорати	талабдаги ўзгаришлар, янги маҳсулотлар
Маҳсулот дифференциацияси	Сотувлар ҳажмини ўсиши, фойданинг кўпайиши, кириш тўсиқларининг ўсиши, таъминот нархлари ошгандаги қўшимча захиралар	Товарнинг фарқли томонлари тушунарли ва истеъмолчилар томонидан кадрланади, рақобат асосан нархга боғлиқ эмас, дифференциация стратегияси тармоқдаги кам сонли фирмалар томонидан қўлланилади	Ишлаб чиқариш эгилувчанлигининг, юқори даражадаги конструкторлик тайёргарлигининг мавжуд-диги, тажриба-вий ишлаб чиқаришнинг ривожланиши, кучли маркетинг хизмати	Товар имиджини яратишга юқори харажатлар нархлар ошиши, рақобатдошлар томонидан ўхшатишлар
Бозорни сегментлаш	Сотувлар ҳажмини ўсиши, қўшимча фойда олиш, муайян сегментга мажмуавий хизмат кўрсатиш	Аниқ белгиланган истеъмолчилар гуруҳлари, рақобатдошлар сегментларда ихтисослашувдан фойдаланмайдилар	Эгилувчан ишлаб чиқариш, ишлаб чиқаришнинг майда сериялик тури	Аналогик товарларга нархларнинг пасайиши рақобатдошлар сегментининг бир қисмигагина ўз эътиборини қаратадилар
Бозор эҳтиёжларига тезда жавоб қайтариш	Фойданинг ўсиши, миқдорлар заруриятларини ҳисобга оладиган корхона имиджини яратиш	Маҳсулотга бўлган талаб ноэластик, кириш ва чиқиш тўсиқларининг пастлиги тўсиқлари, кам сонли рақобатдошлар, бозор барқарорсизлиги	Юқори рентабелли ва қисқа муддатли маҳсулотларга йўналтирилган маркетинг хизмати	Юқори умумий харажатлар, ташқи муҳит барқарорсизлиги банкрот бўлиш эҳтимолининг юқорилиги
Янгиликларни киритиш	Монопол нархлар ҳисобига юқори фойда	Ўхшаш маҳсулотлар йўқлиги,	Ходимларни юқори илмий-техник малакаси,	Молиялаштиришнинг катта ҳажмлари,

	олиш, тармоққа киришни ёпиб қўйиш, янги- ликларни киритувчи имиджни яратиш	янгиликларга бўлган талаб мавжудлиги	бошқарувнинг матрицали тузилмаси, бизнеснинг вен- чурли ташкил этилиши	банкрот бўлиш эҳтимолининг юқорилиги, рақобатдошлар томонидан янгиликлар киритишнинг ўхшашлиги
--	---	--	---	---

Ҳозирги кунда фаол истеъмолчи ўзига керакли хизматлар ҳақида индивидуал тасаввурини шакллантиради ва бу таклифга бевосита таъсир ўтказади. Натижада туризм индустрияси ўз таркибини ўзгартириб, янги, замонавий туристнинг хоҳиш - истаклари ҳисобга олинган туристик-рекреацион объектларни яратади ҳамда туристларга хизмат кўрсатиш соҳасига яшаш тарзининг қулайлиги ва кўрсатилаётган хизматларнинг юқори сифатлилигини, оригиналлилигини таъминлаш учун зарур бўлган янги фаолият турларини жалб этади. Бу эса, ўз навбатида, инфратузилмани ташкил этувчи муҳит ва ресурслардан интенсив фойдаланишга ҳамда авваллари туристик ҳисобланмаган янги ресурсларни (қишлоқ, экологик туризм) муомалага жалб этишга ундайди.

Натижада меҳмонхона хўжалиги мавжуд ресурслардан шунчаки фойдаланиб қолмасдан, балки муҳитга нисбатан ўз индивидуал таклифини шакллантириб, ўзаро таъсир характерини ўзгартиради ва бозор эҳтиёжларига тезда жавоб қайтариш стратегиясини қўллаш таклиф қилинади.

Меҳмонхона хўжалиги ҳамда унга якин бўлган бизнеснинг меҳмондўстлик индустрияси секторига диққат эътиборни жалб қилиш зарур бўлмоқда. Р. Браймернинг фикрича, меҳмондўстлик - бу исталган ғамхурлик билан хизмат кўрсатишнинг сиридир. Меҳмонга нисбатан муносабатда кўрсатилган ғамхурлик, мижоз эҳтиёжини олдиндан сезиш қобилияти, хизмат кўрсатувчининг табиий кирралари ўта муҳим ҳисобланади. Р.Браймернинг фикрича, меҳмондўстлик индустрияси меҳмонларни қабул қилиш ва уларга хизмат кўрсатиш билан боғлиқ бўлган хизматлар бозорига

ихтисослаштирилган тадбиркорликнинг кўп сонли ва турли хил шакллари учун йиғма тушунча бўлиб ҳисобланади. У қамраб оладиган барча асосий фаолият турларининг рўйхати мавжуд эмас. Бирок қуйидаги асосий йўналишларни ажратиб кўрсатиш мумкин: умумий овқатланиш, жойлаштириш, ташиш ва дам олиш (рекреация).

Меҳмонхона маҳсулоти турмаҳсулотнинг энг муҳим элементи ҳисобланади. Шу сабабли меҳмонхона маҳсулотини ислох қилиш, такомиллаштириш ва унинг сифатига катта диққат эътибор берилади. Меҳмонхона маҳсулотининг сифати атроф муҳитнинг ва инфратузилмасининг ҳолатига боғлиқ бўлади, шу нуқтаи назардан туристик ташкилотларнинг роли каттадир: минтакавий туристик маъмурият, ҳукумат ташкилотлари, профессионал ассоциациялар меҳмондўстлик муҳитини яратишга, зарурий инвестицияларни жалб қилиш учун барча хатти - ҳаракатларни бир пайтга бирлаштириш зарур.

Ҳозирги вақтда меҳмонхона бизнеси туризм бозорининг энг фойда келтирувчи сегментларидан бирига айланди. Меҳмонхона хизматлари туристга максимал даражада қулайликларни тақдим этувчи мажмуа меҳмонхона маҳсулоти кўринишида тасаввур этиш мумкин. Меҳмонхона корхоналарнинг автоном амал қилиши урнини транспорт, алоқа, туроператорлар ва турагентлар билан узвий алоқада бўлган отелларнинг интеграциялашуви жараёни эгаллади.

Меҳмонхона занжири ва ассоциацияларни ташкил этиш. Сўнгги ўн йилликда ахборот технологиялари ва коммуникацияларнинг пайдо бўлиши ва ривожланиши туфайли, йирик меҳмонхона корхоналари бизнес ривожини тартибга солиш мақсадида, ҳамда даромадларни ошириш ва тенг тақсимлаш учун меҳмонхоналар бирлаша бошладилар.

Мариатт, Шератон, Холидей ИНН, Аккар сингари машҳур меҳмонхона занжирлари туристларга тақдим этилаётган хизматлар сифатини кафолатлайди. Булардан ташқари, меҳмонхона ассоциациялари ҳам оммавий

тус олмоқда. Улардан энг нуфузлиси бўлиб халқаро меҳмонхона ассоциацияси (МГА) ҳисобланади.

Дистрибуция тизимини ривожлантириш. Бундай тизимлар меҳмонхона маҳсулотини етказиб берувчиларни, сотувчиларини ва харидорларини ягона занжирга бириктиради. Янги ахборот технологиялари меҳмонхона хизматлари тизимини соддалаштиришга, барча иштирокчилар учун уни янада ахборотли ва самарали қилишга имкон берди. Замонавий дистрибуция тизимлари харидорларга жойлаштириш ва қушимча хизматларнинг турли вариантларини такдим этиб уларнинг эҳтиёжларига осон мослашади.

Меҳнат ресурслари омили. Меҳнатдустлик индустриясини ривожлантириш ривожланган ва ривожланаётган давлатларда бандликни оширишга имкон беради. Бунда ривожланган давлатлар ва янада машҳур туристик дестинациялар (Туркия, ОАЭ, Миср) ишчи кучи етишмаслигини хис қиладилар, ҳамда дунёнинг бошқа давлатларидан ички кучини фаол импорт қиладилар. Масалан, Туркия ва Миср отелларида Россия ва Украиналик аниматорларни Полша ва Белоруссиялик экскурсоводларни, Германия, Словакия ва Козоғистонлик таржимонларни учратиш мумкин.

Маркетинг жараёни туристларни қабул қилиш ва уларга рақобатбардош ва сифатли хизматларни такдим этиш учун мўлжалланган исталган жойлаштириш корхонаси фаолиятининг асосий элементларидан биридир. Отелнинг тури ишлаб чиқилган маркетинг стратегияси – бизнесни ривожлантиришда ва рақобат курашида галаба қозонишидаги мувафакият калитидир. Бунда меҳмондўстликнинг исталган корхонаси маркетинг марказида меҳмонхона хизматлари истеъмолчиси – турист бўлиши керак.

2.2. Меҳмонхона хўжалигини ривожлантиришда мавсумийлик

омилининг таъсири

Мавсумийлик омили меҳмонхона хўжалигини ривожлантиришда ўзига хос ўринни эгаллайди. Мавсумийлик омили исталган жойлаштириш корхонасини фаолият кўрсатишида катта таъсир кўрсатади, чунки, меҳмонхоналар, энг аввало, дестинацияга ташриф буюраётган туристик оқимлар таъсир кўрсатувчи уч гуруҳ омилларини ажратиб кўрсатиш мумкин: табиий иқлим омиллари: туризм тўрининг узига хослиги; меҳнатни ўзига хослиги ва истеъмолчилар дам олишининг хусусиятлари.

У ёки бу туристик район учун мавсум сифатида бир ойда ташриф буюрувчи туристлар сони йил давомидаги ўртача сонидан ортиқ бўлган давр қабул килинган. Икки мавсум амал килувчи вазиятларда (кўп ҳолларда ёзги ва қишки мавсум) улар ўртасида мавсумлар оралиғи деб номланувчи давр юзага келади. Йилнинг энг юкори ташриф буюрадиган даври «қизғин мавсум дейилса, туристларнинг ташриф буюрмаган даври «ўлик мавсум» деб номлаш одат тусига кирган.

Агар мавсумийликни янада батафсил куриб чиқсак, унда йил давомида бешта мавсумни амал килиши туғрисида гапириш мумкин. Мавсум чуққиси (пик) қисқа вақт мобайнида – аксарият ҳолларда ёз фаслининг бир икки ҳафтасида кузатилади. Унинг учун дестинацияга туристларнинг максимум оқими ҳосдир. Мавсум чўққиси (авжига чиқиши) одатда қизғин (юкори) мавсум доирасида амалга ошади. Бу эса дестинацияга катта мақсадлардаги туристлар оқимини таъминлайди ва дунёнинг турли минтакаларида икки – уч ҳафтадан уч-турт ойгача давом этади.

Дунёнинг катор минтикаларида йилнинг баҳорги ва кузги мавсумларига мос келувчи мавсумлар оралиғи деб номланувчи давр ажратилади. Бундай вақт учун дестинация туристларнинг юкори бўлмаган оқими ва туристик фаолиятнинг маълум турларига ихтисослашув ҳосдир. Масалан, мавсумлар оралиғи даволаниш, спорт, экстримал, таълим, касбий,

илмий туризм турларини ривожлантиришга имкон беради, бироқ, доимо пляж - чумилиш туризмини ташкил этиш имкониятини инкор этади.

Йилнинг қиш мавсумида туристик оқимининг пасайиши ёки камайиши кузатилади, шу сабабли кўк ёки паст мавсум деб бошланади. Қўшимча микдорда туристлар оқимини жалб қилиш учун меҳмонхона хизматларини ишлаб чиқарувчилар нархларни минимал даражасига камайтирилганлиги сабабли «харидор бозори» бошланади. Шу билан барча кўк мавсум юқори даражадаги нисбий тушунчалар, чунки, бу даврда туризмнинг қишги турларини ривожлантириш имконияти пайдо бўлади: спорт, тоғ - чанғи, экстримал, саргузаштли, даволаниш ва х.к.

Кўк мавсум доирасида «ўлик мавсум» ажратиб кўрсатилади (2 - 3 hafta давомида), бунда дестинация туристлар оқими деярли мавжуд бўлмайди, шу сабабли давлат ва минтакалардан туризмга ихтисослашган кўпгина меҳмонхона корхоналари зарар (зиён) билан ишлайди. Факатгина отелнинг тўғри сиёсати, турфирмалар билан ижобий алоқаларигина дестинацияга ўлик мавсум даврида туристларни жалб қилиш имконини беради.

Мавсумийликни салбий оқибатларига мисол сифатида йилнинг асосий қисмида меҳмонхоналардаги асосий ўринлар деярли талаб килинмаслигини келтириш мумкин. Мавсум бўлмаган даврда туристларни жалб қилиш учун ёки яна бир – кишки мавсумни ривожлантириш учун жойлаштирув корхоналари мослашувчан (киймихоқ) наро сиёсатини қўллашга ёки янги хизматларни жорий қилиш (ўзлаштириш) га мажбур бўладилар.

Мавсумни узайтириш (кенгайтириш) бизнес хизматларни тақдим этишига – конференциялар, семинарлар ҳамда учрашувларни ташкил этишга имкон беради.

Мамлакатимиз туризм индустриясининг фаолиятида мавсумийлик омили мавжудлиги Ўзбекистоннинг иқлимий шарт-шароитлари ва турмахсулотни шакллантиришда айнан табиий - иқлимий омиллар муҳим роль ўйнаши билан изоҳланади. Бу, айниқса, туризм маскани бўлган

Самарқанд худудининг туризм тизими мисолида яққол намоён бўлади. Ички туризм бўйича туристлар асосан февралда 5,2 %, июнда 19% ва август 15,1% ойларида саёҳат қилишган. Кирувчи туризмда эса асосан апрел, май ойларида 10,7%, 18,3% ташриф буюришган бўлса, декабрь, январь, февраль ва март ойларида бу кўрсаткич атиги 1,8 % ни ташкил қилган (6 - жадвал қаранг).

Мамлакатимиз туристларининг ўз имкониятларидан келиб чиқиб, дам олишни асосан ёз ойларида амалга оширишларининг турғун ҳолати шаклланган бўлиб, бу ойлarda саёҳатлар ҳажми 42,8% га тўғри келади. Бунда асосан оилавий дам олишга эътибор берилади – сентябрда саёҳатлар сонининг 2 карра тушиб кетиши ўқув йилининг бошланиши билан изоҳланади, ўртача оилавий саёҳат 3 кишидан иборат бўлган оила билан амалга оширилади.

6 - жадвал

**2012 йилда Самарқандга қилинган саёҳатларни амалга ошириш
мавсумига кўра хизмат кўрсатилган туристлар сонининг тақсимланиши
(минг киши)**

Жами хизмат кўрсатилган туристлар сони:	Ички туризм		Кирувчи туризм		Чиқувчи туризм	
143.79	53.4	100%	89.6	100%	0.79	100%
Январь	2,3	4,3	1,1	1,2	0,034	1,0
Февраль	2,8	5,2	1,0	1,1	0,055	5,0
Март	3,7	6,9	2,9	3,3	0,039	2,4
Апрель	4,4	8,2	9,6	10,7	0,037	1,9

Май	4,8	9	16,5	18,3	0,112	13,8
Июнь	10,1	19	11,1	12,4	0,044	3,7
Июль	4,6	8,7	2,8	3,1	0,092	13,5
Август	8,1	15,1	13,2	14,8	0,044	3,7
Сентябрь	4,2	7,8	10,2	11,4	0,039	1,1
Октябрь	3,5	6,5	12,9	14,4	0,161	34,7
Ноябрь	2,6	4,8	6,7	7,5	0,094	16,8
Декабрь	2,3	4,5	1,6	1,8	0,039	2,4

Манба: «Ўзбектуризм» МК Самарканд минтақавий бошқармаси

маълумотлари асосида

Юқоридаги 6 - жадвалда кўрсатилганидек, чиқувчи туристик оқим динамикаси таклиф спекторининг кенглигига кўра мавсумийлик таъсирига деярли учрамайди, бунда жами хизмат кўрсатилган туристлар сонига нисбатан май, июнь ва июль ойларида 31,0 % ҳамда август, октябрь ва ноябрь ойларида 55,2 % туристлар бошқа мамлакатларга саёҳат қилдилар. Кирувчи туристлар оқими жами хизмат кўрсатилган туристлар сонига нисбатан май ойида 18,3 %, октябрь ойида 14,4 % ташкил қилиб, асосан йилнинг иссиқ вақтига тўғри келади ва унинг ўсиш суръати етарли даражада барқарор ҳисобланади. Йилнинг январь, февраль ва декабрь ойларида туристлар оқимининг кескин пасайиши туроператорларимиз томонидан тайёрланган дастурлар таъсирчанлигининг пастлиги ва зерикарлилиги билан баҳоланади, бу эса оилавий ва гуруҳий саёҳатларнинг туризм бозоридаги ўрнини йўқотишга олиб келмоқда.

Шунингдек, саёҳат давомийлигини узайтиришга мойиллик ҳам аҳамиятли кўрсаткичлардан бири ҳисобланади. Авваллари дам

олувчиларнинг барчасига меҳнат кодексида ўрнатилган тартиб асосида йўлланма муддати (бинобарин, саёҳат муддати) ҳар йилги меҳнат таътили муддатига боғлиқ равишда 21 ёки 28 кундан иборат эди.

Хорижий туристлар томонидан Ўзбекистонга қилинган саёҳатларнинг давомийлигига кўра таҳлили 7 - жадвалда берилган.

7 - жадвал

Ўзбекистонга қилинган саёҳатлар давомийлигига кўра хизмат кўрсатилган туристлар сонининг тақсимланиши (минг киши)

	Жами ташрифлар		Ички туризм		Кирувчи туризм	
Хизмат кўрсатилган туристлар сони, жами	942.2	100%	651,4	100%	290.8	100%
Шу жумладан, саёҳат давомийлиги (кунлар бўйича)						
1 – 3	791,5	84,0	547,3	84,0	241,4	83,0
4 – 7	103,6	11,0	71,6	11,0	34,9	12,0
8 – 28	42,4	4,5	29,3	4,5	13,0	4,5
29 – 91	3,8	0,4	2,6	0,4	1,2	0,4
91дан юқори	0,9	0,1	0,6	0,1	0,3	0,1

Манба: «Ўзбектуризм» МК маълумотлари асосида

Жадвалдан кўриниб турибдики, ҳозирги пайтда ички ва кирувчи туризмда туристларнинг 83% дан ортиғи ўз саёҳатларини 3 кунгача бўлган қисқа муддатларда амалга оширмоқда. Туристларнинг 7 кунгача давом этадиган саёҳатлари 12% ни ташкил этса, 7 кундан ортиқ хизмат кўрсатилган туристлар сони фақат 5,0% ни ташкил этмоқда. Кирувчи туризм мисолида Ўзбекистондаги бу ҳолат анча салбий кўрсаткич эканлиги маълум бўлмоқда, чунки хизмат кўрсатишнинг хорижий стандартлари бўйича кирувчи ва ички туристлар оқимларидаги 14 кунгача бўлган саёҳатларнинг улуши 90% ташкил қилади.

Мазкур ҳолатнинг асосий сабаблари сифатида қуйидагиларни кўрсатиш мумкин:

- йил давомида таътил вақтини бўлақларга ажратиб, бир неча марта саёҳатлар қилишга интилиш (шу жумладан, байрам кунларида);
- янги меҳнат муносабатларида кўпчилик учун таътил давомийлигининг қисқариши ва “бевосита хизмат вазифасини, ишини” узоқ муддатга (икки ҳафтадан ортиқ) ташлаб қўйишнинг имкони йўқлиги;
- тўлов қобилиятининг чекланиши, зеро, оммабоп турлар харажати киши бошига 500-700 \$ га тўғри келади.

Саёҳатларнинг давомийлиги турларни амалга ошириш мақсади билан мувофиқлашади. Жумладан, ҳордиқ чиқариш, фаол дам олиш ва туризм (мотивация жиҳатдан етакчи тур) билан боғлиқ саёҳатлар, одатда, қисқа муддатли бўлади, круизли турлар ва даволаниш билан боғлиқ саёҳатлар эса узоқ муддатга мўлжалланган бўлади. Шундай қилиб, истеъмолчи-туристларда дастури мазмунан бойитилган ва қисқа муддатда катта таассурот ва натижа олиш имкониятини амалга оширишни таъминловчи турмаҳсулотдан фойдаланишни маъқул кўриш ҳолатлари яққол кузатилмоқда. Бу, ўз навбатида, туризм ва меҳмонхона хўжалиги фаолиятини қайта ўзгартирилишини талаб этади ҳамда туристик дастурларни ва унинг муддатларини хизмат кўрсатишнинг жаҳон стандартларига мослаштиришни тақозо этади.

Иккинчи боб бўйича хулоса

Меҳмонхона хўжалигида одатда, бир неча маркетинг стратегияларини қўллаши мумкин. Танлов жараёнида устунликларни, зарур бозор шароитларини, хизмат кўрсатишни ва бошқаришни ташкил этишга бўлган талабларни, барқарорсизлик омилларини ҳисобга олиш лозим. Ушбу омиллар бўйича турли хил стратегиялар ишда таққосланган. Натижада меҳмонхона хўжалиги мавжуд ресурслардан шунчаки фойдаланиб қолмасдан, балки муҳитга нисбатан ўз индивидуал таклифини шакллантириб, ўзаро таъсир характерини ўзгартиради ва бозор эҳтиёжларига тезда жавоб қайтариш стратегиясини қўллаш таклиф қилинади.

Мамлакатимиз туризм индустриясининг фаолиятида мавсумийлик омили мавжудлиги Ўзбекистоннинг иқлимий шарт - шароитлари ва турмаҳсулотни шакллантиришда айнан табиий - иқлимий омиллар муҳим роль ўйнаши билан изоҳланади. Бу, айниқса, туризм маскани бўлган Самарқанд ҳудудининг туризм тизими мисолида яққол намоён бўлади. Ички туризм бўйича туристлар асосан февралда 5,2%, июнда 19% ва август 15,1% ойларида саёҳат қилишган. Кирувчи туризмда эса асосан апрел, май ойларида 10,7%, 18,3% ташриф буюришган бўлса, декабрь, январь, февраль ва март ойларида бу кўрсаткич атиги 1,8 % ни ташкил қилган.

Ўзбекистонга қилинган саёҳатлар давомийлигига кўра хизмат кўрсатилган туристлар сонининг тахлили ҳозирги пайтда ички ва кирувчи туризмда туристларнинг 83% дан ортиғи ўз саёҳатларини 3 кунгача бўлган қисқа муддатларда амалга оширмоқда. Туристларнинг 7 кунгача давом этадиган саёҳатлари 12% ни ташкил этса, 7 кундан ортиқ хизмат кўрсатилган туристлар сони фақат 5,0% ни ташкил этмоқда. Кирувчи туризм мисолида Ўзбекистондаги бу ҳолат анча салбий кўрсаткич эканлиги маълум бўлмоқда, чунки хизмат кўрсатишнинг хорижий стандартлари бўйича кирувчи ва ички туристлар оқимларидаги 14 кунгача бўлган саёҳатларнинг улуши 90% ташкил қилади.

Бу, ўз навбатида, туризм ва меҳмонхона хўжалиги фаолиятини қайта ўзгартирилишини талаб этади ҳамда туристик дастурларни ва унинг муддатларини хизмат кўрсатишнинг жаҳон стандартларига мослаштиришни тақозо этади.

III. БОБ. МЕҲМОНХОНА ХЎЖАЛИГИНИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ САМАРАЛИ УСУЛЛАРИ

3.1. Меҳмонхона хўжалигида автоматлаштирилган ахборот тизимидан фойдаланиш ва компьютерлаштириш жараёни.

Меҳмонхоналарда автоматлаштирилган ахборот тизимлари номерларни резервлаш, доимий мижозлар, меҳмонларнинг талаблари ва улар тўлаши лозим бўлган ҳақ ҳақидаги маълумотларни киритиш, сақлаш ва зарур ҳолда тез қидириб топишга ёрдам беради. Муайян санада ташриф буюрган меҳмонлар рўйхатини компьютер хотирасидан топиш ҳеч қандай муаммо туғдирмайди. Резервлаш столи файллари автоматлаштирилган ахборот тизимининг муҳим таркибий қисми бўлиб, улар ушбу иш учун масъул бўлган маъмур (администратор) ёрдамчисига бронлаштирилмаган номерлар миқдори ва уларнинг тафсилотлари: хоналари сони, деразадан очиладиган манзара, нархи ва ҳ.к. ҳақида ахборот олиш имконини беради. Автоматлаштирилган ахборот тизими меҳмонхона фаолиятига жорий этилгунга қадар резервлаш билан шуғулланувчи ходим бундай ахборотни йиғиши ва ундан фойдаланиши анча оғир иш бўлиб, жуда кўп вақтни олар эди.

Автоматлаштирилган ахборот тизими компьютер дастурлари тўпламидан иборат бўлиб, улар ёрдамида бошқариш офислари ва ёрдамчи бўлимлар иши учун долзарб аҳамиятга эга бўлган ахборотни йиғиш ва ундан фойдаланиш мумкин. Бу тўплам таркибида тўрт дастур айниқса муҳимдир, чунки улар маъмурларни қуйидаги йўналишлар бўйича керакли ахборот билан таъминлайди:

- резервлаш хизматини бошқариш;
- меҳмонларга хизмат кўрсатишни бошқариш;
- меҳмонлар билан ҳисоб - китоб қилишни бошқариш;
- меҳмонхонани бошқаришнинг умумий масалалари.

Автоматлаштирилган ахборот тизимининг резервлаш хизмати фаолиятини таъминловчи таркибий қисми мазкур хизмат ходимларига резервлашга сўровларни тез олиш, расмийлаштирилган бронларга тасдиқлар олиш ва меҳмонхона номерлари мижозлар билан қай даражада тўлиқлиги ҳақида доим аниқ тасаввурга эга бўлиш имконини беради. Автоматлаштирилган ахборот тизимида бевосита офисда ва телефон орқали резервлаш марказлаштирилган тизими орқали амалга оширилган бронлаш ҳақидаги барча ахборот жамланади. Меҳмонхона корпорацияларининг аксарияти мазкур тизимда ўз рақамларига эга бўлиб, уларнинг ёрдамида мижозлар олдиндан буюртма қилиш учун мамлакатнинг исталган нуктасидан, баъзан ҳатто чет элдан (бепул) сим қоқишлари мумкин. Транспорт агентликлари ҳам ушбу марказлаштирилган тизимга компьютер тармоғи орқали тўғридан - тўғри кириш имкониятига эга. Автоматлаштирилган ахборот тизимидан сурункали фойдаланувчи меҳмонхонанинг юздан ортиқ хизматчилари исталган вақтда қуйидаги йўналишлар бўйича ахборот олишлари мумкин:

- резервлаш;
- бош маъмур офиси;
- жамоавий ташрифларни расмийлаштириш;
- доимий мижозлар ҳақида маълумотлар;
- ҳисоботлар матн муҳаррири;
- транспорт агентликларининг хизматлари учун счётлар;
- турларни расмийлаштириш;
- маъмурий - хўжалик масалалари;
- фоииз даромадларини бошқариш;
- комплекс дастурлар тузиш;
- улгуржи савдо;
- компьютер бўйича ҳисоб - китоблар учун интерфейс;

- кинофильмлар намоёишини буюртма қилиш учун интерфейс;
- савдо нуқталари учун интерфейс;
- экологик назорат;
- марказлаштирилган резервлаш;
- шаҳар гроссбухи;
- кредиторлик қарзлари;
- кондоминиум эгаларининг счётлари;
- уюшмаларни бошқариш;
- номерларни узоқ муддатга берганлик учун ижара ҳақи;
- таймшерлар учун ижара ҳақи.

Ўрта ва катта меҳмонхоналарда маъмурнинг иш жойи счётлар ва харидларни назорат қилиш ва расмийлаштириш учун мини - компьютер билан жиҳозланади. Меҳмонхонада одатда мониторлар билан жиҳозланган яна бир нечта хизматлар: савдо нуқталари, таъминот хизмати, конференц - зал ва бошқа хизматлар ҳам фаолият кўрсатади. Кичик меҳмонхоналар сўровларни расмийлаштириш учун мини - компьютердан алоҳида фойдаланиши ёки уни маҳаллий тармоққа улаши мумкин. Меҳмонхона хўжалигини компьютерлаштириш жараёнида:

- бошқарув тизимининг самарадорлигини ошириш;
- меҳмонлар ва уларнинг шахсий мол - мулки, шунингдек меҳмонхона мол - мулкининг хавфсизлигини ошириш;
- меҳмонхонанинг мижозлари доирасини кенгайтириш ва бир қанча маркетинг вазифаларини ҳал қилиш;
- меҳмонхона қўшимча хизматлари таклифининг кенгайиши билан боғлиқ даромадларни кўпайтириш имконини беради.

Юқорида зикр этилган вазифалар ҳозирда ҳар қандай меҳмонхона учун — унинг номерлари миқдори, тоифаси ва жойлашган еридан қатъий назар, долзарб аҳамиятга эга.

Агар меҳмонхонанинг номерлари ва хизмат хоналари электрон қулфлар билан жиҳозланган бўлса, компьютер ёрдамида уларни ягона тармоққа бирлаштириш мумкин. Бу тармоқ ҳам бир қанча қўшимча вазифаларни бажаради:

- марказий пультадан берилган команда бўйича номерни блокировка қилиш, бир ёки бир нечта номерни очиш;
- номерга рухсатсиз киришга ҳаракат қилинган тақдирда тревога сигналинини олиш;
- эшикнинг ҳолати (очиқ/берк, қайси калит билан) ҳақида ахборот олиш;
- номерда меҳмон бор - йўқлиги ҳақида ахборот олиш. Аммо бу функция айрим мамлакатларда тақиқланган, чунки меҳмоннинг шахсий ҳаётига аралашиш ҳисобланади.

Меҳмонхона хўжалигини бошқаришда компьютер тизимларини қўллаш

Меҳмонхона мажмуини марказлаштирилган тартибда бошқариш компьютер тизимлари ҳатто йирик меҳмонхона фаолиятини ҳам кўп вақт ва куч сарфламасдан мувофиқлаштириш имконини беради. Тизим қуйидаги вазифаларни ҳал қилади:

- бизнес - жараёнларни оқилона қўллаш, қоғозли ҳужжат айланиши ҳажмини камайтириш;
- хизматлар ва ходимлар фаолияти устидан назоратни кучайтириш;
- меҳмонларга хизмат кўрсатиш сифатини яхшилаш;
- операцион харажатларни камайтириш;
- статистик ва аналитик функциялар.

Профessional тизимлар замирида кўплаб меҳмонхоналарнинг муваффақиятли иш тажрибаси ётади. Бу тажриба йилдан йилга ошиб бормоқда ва янги professional ишловларда такомиллаштирилмоқда.

Ҳозирги вақтда автоматлаштирилган бошқарув тизимини танлашда меҳмонхоналар диққатига сазовор бўлган бир нечта профессионал ишловлар мавжуд.

Меҳмонхона хўжаликларини автоматлаштириш комплекс тизимлари кўплигига қарамай, бундай тизимларни тузишнинг асосий принциплари анча ўхшаш.

Барча тизимлар меҳмонхонанинг асосий хизматлари, чунончи: номерлар фонди, маъмурий, тижорат, муҳандислик, умумий овқатланиш хизматлари фаолиятини автоматлаштирувчи дастурлар пакетидан ташкил топади. Дастурларнинг ўзи функционал принципга кўра тузилган.

Масалан, номерлар фондини бошқариш хизмати (Front office)ни автоматлаштириш дастури номерлар фондини бошқариш, резервлаш, бронлаш, меҳмонларни рўйхатга олиш, жойлаштириш, яшаш ва кўрсатилган хизматлар баҳосини автоматик тарзда ёзиш йўли билан меҳмонларнинг ҳисобварақларини юритишни таъминлаш имконини беради.

Ресторанлар, барлар ҳамда умумий овқатланишнинг бошқа бўлимларида миқозларга хизматлар кўрсатиш ва улар билан ҳисоб - китоб қилишни автоматлаштиришга мўлжалланган дастур қуйидаги вазифаларни бажаради: меҳмонларнинг овқатланиши ва залларнинг юкланишини бошқариш дастурларини юритиш, омборда ва ишлаб чиқаришда озиқ - овқат маҳсулотлари мавжудлигини кузатиш, озиқ - овқат омборига талабномаларни расмийлаштириш, ишлаб чиқариш озиқ - овқат маҳсулотларининг ҳаракатини ҳисобга олиш ва назорат қилиш, таомлар ва менюни калькуляция қилиш.

Тизимларнинг сервис модуллари ҳужжатлар ва хатларни тайёрлаш ва чоп этиш, операцион, статистик ва молиявий ҳисоботлар тузишга мўлжалланган. Кичик меҳмонхоналарда асосан Front office ни автоматлаштириш учун мўлжалланган соддалаштирилган тизимлар

қўлланилади. Қуйида Ўзбекистон меҳмонхоналарида қўллаш мумкин бўлган шундай тизимларнинг айримларини кўриб чиқамиз.

Fidelio тизими - Меҳмонхоналар ва ресторанлар учун бошқарув тизимлари яратишга ихтисослашган дунёдаги энг йирик Micros - Fidelio корпорациясининг комплекси энг кўп тарқалган универсал маҳсулот ҳисобланади. Fidelio тизими 100 дан ортиқ йирик меҳмонхона тармоқлари (Sheraton, Hilton, Marriot, Kempinsky, Hyatt ва ҳ.к.)да ўрнатилган. МДХ ва Болтиқбўйи мамлакатлари ҳудудидаги 90 дан ортиқ меҳмонхоналар ҳам ўз фаолиятида мана шу технологиялардан фойдаланади.

Fidelio тизими меҳмонхона ишининг номерларни компьютерда резервлаштириш, меҳмонларни рўйхатга олиш, жойлаштириш ва рўйхатдан чиқаришдан номерлар фондини бошқариш, бухгалтерия ва молия ишларини юритишгача бўлган барча босқичларини қўллаб - қувватлайди. Тизим муомалада жуда содда бўлиб, бирон - бир алоҳида шахсий компьютерларни тақозо этмайди ва ҳар қандай катталиқдаги меҳмонхоналарда фойдаланиш учун мосдир.

Комплекс функционал жиҳатдан бир нечта модулга ажратилган: бронлаштириш, номерлар фондини бошқариш блоки, тарифларни бошқариш (кўриб чиқиш, ўзгартириш, оқилонлаштириш), хизматларни пакетлаштириш (конфигурация, реализация, кузатиш, хизматлар кўрсатиш, ҳисоб - китоб қилиш ва ш.к.), меҳмонларни рўйхатга олиш ва рўйхатдан чиқариш, ҳисоботлар тайёрлаш ва ш.к.

Бронлаштириш модули 20 дан ортиқ ҳар хил вазифаларни бажариш, чунончи: хоналарнинг мавжудлиги ҳақидаги ахборотни кўздан кечириш, миждозларнинг маълумотлар базасини юритиш, ҳар қандай тоифага мансуб меҳмонлар учун номерларни бронлаштириш, ҳисоб ва статистикани юритиш, автоматик факс жўнатиш имконини беради. Ҳисоботлар модули меҳмонхона ишида зарур бўлган маълумотномалар, шакллар, статистик материалларнинг қайриб 300 турини тайёрлашга ёрдам беради. Номерлар ҳолати,

меҳмонхонанинг тўлганлик даражаси, унда яшаётган меҳмонлар, жорий молиявий ҳолат тўғрисидаги ҳисоботлар шулар жумласидандир.

Fidelio тизими тўла русификация қилинган ва МДХ бозори учун мослаштирилган. қоида тариқасида, Fidelio тизимини меҳмонхоналар ресторанлар учун мўлжалланган Micros касса – ҳисоб - китоб мажмуи билан бирга ўрнатадилар. Қўшимча тарзда молия - хўжалик фаолиятини автоматлаштириш дастури, сотиш ва маркетинг бўлими ишини ташкил этиш дастури, бош муҳандис дастури ва бошқа дастурлар етказиб берилиши мумкин.

Барча дастурлар ягона бирлаштирилган тизим тарзида ишлайди. Fidelio тизими DOS операцион муҳитида фаолият кўрсатади. Fidelio FO тизимини ўрнатиш баҳоси ҳар бир буюртмачи учун алоҳида ҳисобланади ва биринчи навбатда тизимнинг комплектланиши ва меҳмонхонанинг катталигига боғлиқ бўлади.

МДХ бозорида Micros - Fidelio фирмасининг эксклюзив дистрибьютори сифатида сўнгги йилларда HRS (Hotel & Restaurant Systems) компанияси иш олиб бормоқда. HRS дастурий таъминот ва аппарат воситаларини тўлиқ ўрнатади, ходимларга тизим билан ишлашни ўргатади ва фойдаланувчиларни қўллаб - қувватлаш билан шуғулланади.

Lodging Touch тизими меҳмондўстлик индустрияси учун дастурлар ишлаб чиқиш соҳасидаги етакчи ташкилотлардан бири – АҚШнинг MAI Hospitality компанияси томонидан яратилган. Бугунги кунда Lodging Touch тизими меҳмонхона бизнесини комплекс автоматлаштириш дастурий воситаларининг энг замонавийларидан бири ҳисобланади. Дастур тўла русификация қилинган ва МДХ бозори учун мослаштирилган. Бошқа шунга ўхшаш тизимлардан фарқли ўлароқ, Lodging Touch тизими Windows NT операцион муҳитида фаолият кўрсатадики, бу унинг фаолият доирасини анча кенгайтиради, шунингдек у билан ишлаш усулини осон ўзлаштириш имконини беради.

Тизим меҳмонхонанинг турли бўлимлари: портъе, ресторан хизмати, сотиш, банкетлар ташкил этиш бўлимини автоматлаштирувчи дастурларнинг бирлаштирилган пакетидан ташкил топган. Lodging Touch тизими бухгалтерия дастурлари, меҳмонхона даромадини оқилонлаштириш тизимлари, пуллик телевидение, телефон, номерга киришни назорат қилиш ва б. тизимлар билан боғланиши мумкин.

Lodging Touch - Портъе тизими модуль принципига асосан тузилган. Операцион блок тизимнинг бош бўғинини ташкил этади. У номерларни бронлаштириш (бронни расмийлаштириш ва бекор қилиш, кутиш варақларини юритиш, меҳмонхона каватларини кўздан кечириш), меҳмонларни жойлаштириш ва рўйхатдан чиқариш, тўловларни киритиш ва тунги аудит таомили функцияларини қўллаб - қувватлайди. Шу ерда меҳмонхонадаги ҳолат тўғрисидаги ҳисоботни (график ёки жадвал вариантларида) кўздан кечириш, турли - туман маълумотлар (меҳмон карточкалари, паспорт маълумотлари ва ҳ.к.) олиш мумкин.

Lodging Touch тизимининг бошқа айрим дастурий модуллари қаторига тарифларни бошқариш блоки, номерлар фондини бошқариш блоки (номерларни тозалаш ва ходимнинг иш графигини тузиш учун мўлжалланган) киради. Lodging Touch тизимида туристик агентликлар билан ишлаш дастурий блоки ҳам бўлиб, у агентликлардан олинган буюртмаларни расмийлаштириш, воситачилик ҳақини ҳисоблаш, скидкалар ва махсус таклифларни белгилаш, статистика маълумотларини кўздан кечириш имконини беради.

Lodging Touch тизимининг МДХ мамлакатларидаги расмий дистрибьютори ЛИБРА Интернешнл компаниясидир.

Nimeta тизими - бу кичик ва ўрта меҳмонхоналар учун мўлжалланган нисбатан янги маҳсулотдир. Nimeta тизими Интернет - технологиялар воситасида меҳмонхонани бошқариш тизимини ижарага олиш ва ундан фойдаланиш имконини беради. Бу технологиянинг иш принципи шундан

иборатки, меҳмонхона ҳақидаги барча маълумотлар ва меҳмонхонани бошқариш тизимининг дастури меҳмонхонадан ташқарида, бунинг учун махсус ажратилган серверда жойлашган бўлади. Мазкур сервер Интернет - провайдернинг жиҳозланган сервис - марказида бўлади. Шундай қилиб, Nimeta тизимини улаш ва ундан фойдаланиш учун компьютерга эга бўлиш ва Интернетга чиқиш кифоядир.

3.2. Туризм хизматлар бозорида брендмеҳмонхоналарини ривожлантириш усуллари

Жаҳон туризм бозорида занжирли меҳмонхоналар сони жуда кўпчиликти ташкил қилади. Занжирли меҳмонхоналар бир нечта меҳмонхона корхоналарини ягона раҳбарият ва бир савдо белгиси остидаги умумий бизнесга бирлаштиришни назарда тутди. Меҳмонхоналар занжирлари меҳмонхона бизнесидаги янгилик эмас: ягона марказдан туриб бошқариладиган меҳмонхоналар бундан қарийб 60 йил олдин пайдо бўлган. Аввалига меҳмонхоналарни бошқаришнинг мазкур усули унча кенг тарқалмаган бўлса, занжирларга қўшилган меҳмонхоналар сонининг иккинчи жаҳон урушидан кейинги даврда бошланган жадал суръатларда ривожланиб келди. Мазкур ходисанинг кейинги ривожланиш жараёнини, одатда, Америка меҳмонхоналар индустрияси билан боғлайдилар. 1987 йилда меҳмонхоналар занжирлари АҚШ номерлар фондининг 62% ни бирлаштирган бўлса, орадан 10 йил ўтгач, бу рақам 75% гача кўтарилди, яқин келажакда эса мутахассислар жами меҳмонхоналарнинг қарийб 90% бирор - бир меҳмонхоналар занжири таркибига киришини тахмин қилмоқдалар.

Ҳозирги кунда Inter Continental Меҳмонхоналар занжири бутун дунёдаги энг таниқли ва сони жиҳатдан энг кўп меҳмонхоналар занжири ҳисобланади. IHG белгиси остида 7 та бренд фаолият олиб бормоқда:

✓ Inter Continental

- ✓ Crowne Plaza
- ✓ Hotel Indigo
- ✓ Stavbridge Suites
- ✓ Holiday Inn
- ✓ Holiday Inn Express
- ✓ Candlewood Suites

8 - жадвал

Дунёда энг йирик ўнта халқаро меҳмонхоналар занжирлари

Меҳмонхоналар занжири	Мамлакат	Меҳмонхоналар 2010 йилда (хоналар сони)	Меҳмонхоналар 2011 йилда (хоналар сони)	Меҳмонхоналар 2012 йилда (хоналар сони)
Intercontinental Hotels Group	Буюк Британия	3325 (515 525)	3520 (536 318)	3600 (536318)
Cendant (90- йилларнинг охиригача у Hospitality Franchise System деб номланган)	АҚШ	6513 (536 097)	6399 (518 435)	6402 (518 747)
Marriott Inn	АҚШ	2493 (453 851)	2655 (479 882)	2718 (490 564)
Accor	Франция	3829 (440 807)	3894 (453 403)	3894 (453 403)
Choise	АҚШ	4664 (373 722)	4810 (388 618)	4810 (388 618)
Hilton Corp.	АҚШ	2078 (336 493)	2142 (344 618)	2565 (447 172)
Best Western	АҚШ	4064 (308 911)	4110(310245)	4110(310 245)
Starwood Hotels and Resorts Worldwide	АҚШ	748 (226 970)	774 (237 934)	738 (229 247)
Carlson Hospitality Worldwide	АҚШ	847 (141 923)	879 (147 476)	881 (147 624)
Hilton Int.	Буюк Британия	399 (99 945)	409 (102 602)	-

Марказий бошқарув тизими Англиянинг Denham, Buckinghamshireда жойлашган. Бошқарув тизимида раис бошқаради ва David Webtser, Richard Solomons, Tom Singer, Tracy Robbinsjiар **IHG** компаниясини энг юқори бошқарувчилари ҳисобланади. Бу тизим остида фаолият юритаётган брендларнинг энг кўп қисми давлатлар бўйича солиштирадиган бўлсак АҚШ ва Хитой давлатлари ҳисобланади. Бошқарув тизимида 4 та минтақа бўйича директор ва майда регионал директорлар бошқариб боради. Жаҳон туризм бозорида **IHG** компанияси катта аҳамиятга эга. Статистик маълумотларга таянадиган бўлсак:

Товар айланмаси йилига - 3,3 млрд. долл. (2005 уН), 1,768 млн. долл. (2012 йш).

Соф фойда - 650,5 млн. долл. (2005 уП), 460 млн. долл. (2012 йш).

Яна аниқ маълумотлардан бири **IHG** компанияси **Forbes.com** сайтининг "Дунёдаги энг катта 2000 та компаниялар" листида юқори ўринни эгаллаган. Охирги кўрсаткичларга кўра йиллик товар айланмаси 1,71 млрд.ни ташкил этган.²¹ **"The Gold List 2012"** **IHGнинг** 2 та меҳмонхонаси 2 та номинация бўйича:

1 - энг сифатли хизмат кўрсатиш:

Тинч океанида Моту Пити Аау оролида жойлашган Интерконтинентал Бора Бора Ресорт & Тҳалассо Спа меҳмонхонаси.

2 - энг зўр дам оладиган жой:

Кипр давлатида жойлашган Intercontinental Aphrodite Hill Resort меҳмонхонаси.

Меҳмонхоналар пуллик хизматларга белгиланган нарх - навоси даражасига қараб қуйидаги турларга бўлинади;

- бюджет меҳмонхоналарига - 25-35 доллар
- иқтисодий меҳмонхоналарга - 35-55 доллар
- ўртача меҳмонхоналарга - 55-95 доллар

²¹www.forbes.com

- биринчи тоифали меҳмонхоналарга - 95-195 доллар
- апарт-отелларга - 65-125 доллар
- люкс-отелларга - 125-525 доллар

Мижозларнинг яшаш муддатига қараб:

- узоқ муддат яшашга мўлжалланган;
- қисқа вақт яшашга мўлжалланган меҳмонхоналар фарқланади.

Йил давомида фаолият кўрсатиш муддатига қараб:

- йиллик меҳмонхоналар, яъни бутун йил мобайнида ишлайдиган;
- мавсумий меҳмонхоналар ёзда, қишда ишлайдиган.

Меҳмонхоналарда яшовчиларни овқатлантириш усулига қараб:

- тўлиқ пансион билан таъминловчи меҳмонхоналар;
- фақат нонушта берадиган меҳмонхоналар;
- овқатланишни таклиф қилмайдиган (қоида тариқасида, ўз гастронимик ишлаб чиқариши, яъни ресторани ёки бошқа корхонаси йўклиги туфайли) меҳмонхоналар фарқланади.

Жаҳон меҳмонхона индустриясида меҳмонхоналар хизмат кўрсатиш ва қулайлик даражасига қараб сегментларга ажратилади²²:

Luxury – люкс, Upper Upscale - энг юқори класс, Upscale - юқори класс, Upper Midscale - ўрта класс - тўлиқ хизмат, Midscale - ўрта класс чекланган хизматлар.

Inter Continental Hotels Group 4,452 меҳмонхоналар (2012 йил сентябрь ойи маълумотлари)

Inter Continental Hotels (**luxury**) - 171 меҳмонхоналар (4%).

Crowne Plaza (**upscale**) - 401 меҳмонхоналар (9%).

Hotel Indigo (**upscale**) - 38 меҳмонхоналар (1%).

Staybridge Suites (**upscale - uzaygan**) - 195 меҳмонхоналар (4%).

Holiday Inn (**upper midscale**) - 1,238 меҳмонхоналар (28%).

²² www.mkg-group.com

Holiday Inn Express (**upper midscale**) - 2,103 меҳмонхоналар (47%) ва 1,866 Америка минтақаси

Candlewood Suites(**midscale**) - 300 меҳмонхоналар (7%).

Holiday Inn Club Vacations - 6 меҳмонхоналар (1%).

Luxury сегментига кирадиган меҳмонхоналар фақат Интерконтинентал тизимига мансуб меҳмонхоналардир. Интерконтинентал меҳмонхоналари IHG тизимини энг юқори сегменти ҳисобланади ва асосий даромадни ҳам шу бренд орқали топади.

Халқаро миқёсда занжирли меҳмонхоналарни бир неча киёсий таҳлил орқали меҳмонхоналарнинг фаолияти қай даражада олиб борилаётгани ва молиявий ҳолатини кўришимиз мумкин бўлади.

Мисол учун:

- 1- меҳмонхоналарнинг жаҳон миқёсида сони бўйича;
- 2- меҳмонхоналарда номерлар сонининг йилдан - йилга ўсиб бориши бўйича
- 3- йиллик молиявий кўрсаткичлари ва соф фойда бўйича.

Жаҳон миқёсида юқори 10 лик меҳмонхоналар занжирини сони бўйича солиштирсак, Intercontinental Hotels Group, Cendant, Marriott Inn занжирлари охириги 10 йил ичида жуда шиддат билан ўсиб борганини кўришимиз мумкин. IHG 2012 йил маълумотлари бўйича 4,480 та меҳмонхона ва 658,348 та хонага етганини кўришимиз мумкин.

IHG, Accor, Starwood, Hilton, Marriot тизимларининг охириги йиллардаги товар айланмаси²³, соф фойда ва неча кишини иш билан таъминлайди каби маълумотлар асосида солиштириб чиқсак:

IHG

²³www.mkg-group.com

Товар айланмаси йилига - 3,3 млрд. долл. (2005), 1,768 млн. долл. (2011) Соф фойда - 650,5 млн. долл. (2005), 460 млн. долл. (2011) Ишчилар сони 5000 (2005) 7956 (2011).

Accor

Товар айланмаси йилига - 7,74 млрд. евро (2008) 530 млн. евро (2011) Соф фойда - 575 млн. евро (2008), 27 млн. евро (2011) Ишчилар сони - 200,000 (2008), 145,000 (2011).

Hilton

Товар айланмаси йилига - 8.162 млрд. долл. (2006), 7,8 млрд. долл. (2011) Соф фойда - 572 млн. долл. (2006), 125 млн. долл. (2007) Ишчилар сони - 135,000 (2006), 600,000 (2011).

Starwood

Товар айланмаси йилига - 4.71 млрд. долл. (2009), Соф фойда - 73.0 млн. долл. (2009) Ишчилар сони - 145,000 (2009), 154,000 (2011).

Marriot

Товар айланмаси йилига - 12.88 млрд. долл. (2008), 12.32 млрд. долл. (2011) Соф фойда - 359 млн. долл. (2008), 198 млн. долл. (2011) Ишчилар сони - 137,000(2009) 120,000 (2011).

9 - жадвал

Дунёдаги 11 та энг йирик Брендларга эга бўлган меҳмонхоналар

Меҳмонхоналар гурухи	Меҳмонхоналар занжири	Отеллар 2011 йилда (номерлар сони)	Отеллар 2012 йилда (номерлар сони)
<i>Best Western</i>	<i>Best Western</i>	4064(308 911)	4110(310 245)
<i>Holiday Inn</i>	<i>Intercontinental Hotels Group</i>	1567 (293 346)	1529 (287 769)
<i>Comfort Inn & Suites</i>	<i>Choice</i>	2268 (169 750)	2366 (177 444)
<i>Marriott Hotels and Resorts</i>	<i>Marriott International</i>	450 (165 200)	472 (173 974)
<i>Days Inn of America, Inc</i>	<i>Cendant</i>	1902(158 824)	1892 (157 995)
<i>Sheraton Hotels and Resorts</i>	<i>Starwood</i>	396 (133 519)	394(134 648)

<i>Hampton Inn</i>	<i>Hilton Corp.</i>	1222(124 653)	1255 (127 543)
<i>Super & Motels</i>	<i>Cendant</i>	2083 (126 862)	2086(126 421)
<i>Express by Holiday Inn</i>	<i>Intercontinental Hotels Group</i>	1352 (109 205)	1455 (120 298)
<i>Ramada Franchise Systems</i>	<i>Cendant</i>	971 (116 098)	905 (105 636)
<i>Radisson Hotels and Resorts Worldwide</i>	<i>Carlson Hospitality</i>	635 (150 646)	741 (203 709)

MKG Hospitality -2012 маълумотлари асосида

3. 3. Ўзбекистон Республикасида туристлар хавфсизлигини таъминлаш жараёнлари

Чет эллик туристларни қабул қилишга ихтисослашган туристик фирма жўнатувчи томонга, шунингдек туристларга Ўзбекистондаги криминал вазият тўғрисида тўлиқ ахборот бериши лозим. Табиийки, бунинг учун у ҳуқуқни муҳофаза қилиш органлари билан яқин алоқада иш олиб бориши керак. Хўш, республикадаги криминал вазиятдан келиб чиқиб, тур ташкилотчиларига қандай талаблар қўйилади?

Авваламбор, туристларнинг хавфсизлигини таъминлаш мақсадида уларни яшаш (жойлашиш) жойида уч кун ичида рўйхатга олиш зарур. Бу қоида Ўзбекистонга ноташкилий тартибда (масалан, шахсий таклифномага кўра) келган меҳмонларга нисбатан ҳам амал қилади. Акс ҳолда туристларга милиция ходими ёки чегара хизмати улар мамлакатдан чиқиб кетаётганида жарима солиши мумкин.

Иккинчидан, валютани фақат расмий банк муассасаларида айрбошлаш лозимлиги ҳақида туристларни огоҳлантириш керак. Акс ҳолда турист ЎзР Жиноят кодексининг 177 - моддасига биноан жавобгарликка тортилиши мумкин. «Валюта қимматликларини қонунга ҳилоф равишда олиш ёки ўтказиш» деб номланувчи мазкур моддада шундай дейилади: «Фуқароларнинг қонунга ҳилоф равишда анча миқдорда валюта қимматликларини олиши ёки ўтказиши – энг кам ойлик иш ҳақининг эллик бараваригача миқдорда жарима ёки уч йилгача ахлоқ тузатиш ишлари ёхуд мол - мулк мусодара қилиниб ёки

мусодара қилинмай олти ойгача қамоқ билан жазоланади. Ўша ҳаракатлар: а) такроран ёки хавфли рецидивист томонидан; б) кўп миқдорда; в) бир гуруҳ шахслар томонидан олдиндан тил бириктириб содир этилган бўлса, мол -мулк мусодара қилиниб ёки мусодара қилинмай беш йилгача озодликдан маҳрум қилиш билан жазоланади. Ўша ҳаракатлар: а) жуда кўп миқдорда; б) уюшган гуруҳ томонидан ёки унинг манфаатларини кўзлаб содир этилган бўлса, мол - мулк мусодара қилиниб, беш йилдан саккиз йилгача озодликдан маҳрум қилиш билан жазоланади». Ваҳоланки, маълумотларга қараганда, МДХ мамлакатларидан хусусий тартибда келувчи меҳмонларнинг камида бешдан тўрт қисми, узоқ хориждан келувчи меҳмонларнинг эса бешдан икки қисми ўз валютасини чайқов бозорида айрбошлайди ва шу тариқа ўзини жиноий унсурлар томонидан алданиш ва суд органлари томонидан жазоланиш хавфи остига қўяди¹.

Бошқа томондан, миллий туристик фирманинг ўзи ҳам валюта - пул ҳисоб - китоблари соҳасида қонунга қатъий риоя қилиши лозим. Айрим маълумотларга қараганда, Ўзбекистонда ишлайдиган туристик фирмаларнинг камида 3/12 қисми ўз валюта тушумининг 10% гача миқдорини солиқ органларидан яширади. Бу ҳолда мазкур корхона раҳбари ЎзР Жиноят кодексининг 178 - моддасига биноан жиноий жавобгарликка тортилиши мумкин. «Чет эл валютасини яшириш» деб номланадиган бу моддада шундай дейилади: «Корхоналар, муассасалар ёки ташкилотларда валюта операцияларини амалга оширувчи ходимлар томонидан Ўзбекистон Республикасининг ваколат берилган банклари ҳисобига ўтказилиши лозим бўлган чет эл валютасининг қасддан яшириб қолиниши – энг кам ойлик иш ҳақининг эллик бараваридан юз бараваригача миқдорда жарима ёки уч йилдан беш йилгача муайян ҳуқуқдан маҳрум қилиш ёхуд мол - мулк мусодара қилиниб ёки мусодара қилинмай уч йилгача озодликдан маҳрум қилиш билан жазоланади. Ўша қилмиш уюшган гуруҳ томонидан ёки унинг манфаатларини

¹«Транс-Азия» эксперт гуруҳининг 2001 йилги маълумотлари.

кўзлаб содир этилган бўлса, - мол-мулк мусодара қилиниб, беш йилдан ўн йилгача озодликдан маҳрум қилиш билан жазоланади».

Учинчидан, турист давлат чегарасини фақат расмий назорат - ўтказиш пунктларидан кесиб ўтиши шарт. Акс ҳолда у чегарадан ноқонуний ўтгани учун ЎзР Жиноят кодексининг 223 - моддасига биноан жавобгарликка тортилиши мумкин. «Қонунга хилоф равишда чет элга чиқиш ёки Ўзбекистон Республикасига кириш» деб номланувчи бу моддада шундай дейилади: «Белгиланган тартибни бузиб чет элга чиқиш ёки Ўзбекистон Республикасига кириш ёхуд чегарадан ўтиш – энг кам ойлик иш ҳақининг эллик бараваридан юз бараваригача миқдорда жарима ёки уч йилдан беш йилгача озодликдан маҳрум қилиш билан жазоланади».

Тўртинчидан, турист мамлакатга визада қатъий белгиланган муддатларда келиши ва уни тарк этиши лозим, акс ҳолда у ЎзР Жиноят кодексининг 224 - моддасига биноан жиноий жавобгарликка тортилиши мумкин. «Ўзбекистон Республикасида бўлиш қоидаларини бузиш» деб номланувчи бу моддада шундай дейилади: «Чет эл фуқароси ва фуқаролиги бўлмаган шахснинг Ўзбекистон Республикасида бўлиш қоидаларини бузиши, яъни Ўзбекистонда яшаш ҳуқуқини берадиган ҳужжатларсиз ёки ҳақиқий бўлмаган ҳужжатлар билан яшаши, рўйхатдан ўтиши, прописка, кўчиш ёки турар жой танлаш юзасидан белгиланган тартибга риоя этмаслиги, бўлиш муддати тугагач чиқиб кетишдан бўйин товлаши, шунингдек Ўзбекистон Республикасининг ҳудуди орқали транзит тарзда ўтиш тартибига риоя қилмаслиги, агар шундай қилмишлар учун маъмурий жазо қўлланилганидан кейин содир этилган бўлса, - бир йилдан уч йилгача озодликдан маҳрум қилиш билан жазоланади».

Бешинчидан, ҳунармандлар томонидан ясалган буюмлар ёки совғалар харид қилишда турист сотувчилардан мазкур харидни божхонадан олиб ўтиш ҳуқуқини берувчи сертификат талаб қилиши лозим. Тарихий, маданий, диний ва бошқа қимматга эга буюмларни харид қилишда жуда эҳтиёт бўлиш керак.

Баъзан туристлар хусусий шахслардан юқорида зикр этилган қимматга эга ёки ўғирланган буюмларни билмасдан ёки атайлаб харид қиладилар ва бунинг оқибатида жиноий жавобгарликка тортиладилар. Шу боис туристик фирма саёҳатчига харидларнинг хусусиятлари ва муаммоларни четлаб ўтиш усуллари ҳақида йўл - йўриқ бериши лозим.

Олтинчидан, турист баъзан маълум хизматлар учун ҳақни билмасдан миллий валюта – ўзбек сўмида эмас, балки валютада тўлайди. Ваҳоланки, норезидентлар фақат валютада ҳақ тўлаши лозим бўлган хизматлар рўйхати чекланган бўлиб, у ҳукумат томонидан тасдиқланади. Одатда, тиббий, авиация, темир йўл ва турар жой - коммунал хизматлари мана шу рўйхатга киритилади. Туристнинг ушбу рўйхатдан беҳабарлигидан баъзан айрим тадбиркорлар ёки корхоналар (такси, ресторанлар, бозорлар) фойдаланади. Ваҳоланки, божсиз савдо зонаси (Duty Free)дан ташқарида товарлар учун ҳақни турист фақат миллий валютада тўлаши лозим. Ўзбекистон ҳудудида чет эл валютасида амалга оширилган харидлар учун ҳуқуқий тартибот органлари сотувчини ҳам, туристни ҳам жавобгарликка тортиши мумкин.

Еттинчидан, турист криминал билан боғлиқ нохуш вазиятга тушиб қолса, хусусан, таъқиб ва таҳдид объектига айланса, қандай иш тутиш кераклиги ҳақида унга йўл - йўриқ бериши лозим. Кўпинча бу турист кўчада қимор ўйнаган ёки фоҳишалар хизматидан фойдаланганида содир бўлади. Шу боис турист ҳуқуқий тартибот органининг телефон рақамидан хабардор бўлиши ёки йўлда учраган исталган милиция ходимиغا мурожаат этиши лозим.

Саккизинчидан, Ўзбекистонда автомобилларни ижарага бериш шохобчалари ҳали мавжуд бўлмаса - да, айрим туристлар хусусий тартибда автомобилларни ижарага олишлари мумкин. Бу ҳолда уларга ҳужжатларни расмийлаштириш хусусиятлари ҳақида ахборот бериш лозим. Бундан ташқари, турист Ўзбекистонда амалда бўлган йўлда ҳаракатланиш қоидаларидан хабардор бўлиши керак. Акс ҳолда у йўл - транспорт ҳодисаси

сабабчиси бўлиши ва маъмурий ёки жиноий жавобгарликка тортилиши мумкин. Бу жиҳат ҳам шубҳасиз хавфсизлик масалалари қаторига киради.

Меҳмонхоналарда хавфсизликни таъминлашнинг баъзи бир қоидалари. Меҳмонхона – мижозлар дам олиши, ҳордиқ чиқариши, ишлаши ва тижорат билан шуғулланиши учун зарур барча нарсалар билан таъминлаши лозим бўлган маъмурий, ишлаб чиқариш ва яшаш мажмуи. Табиийки, у ҳимоялашнинг алоҳида қоидаларини тақозо этади. Меҳмонхона мижозларининг хавфсизлигини таъминлашнинг бир қанча усуллари экспертлар томонидан ишлаб чиқилган.

Биринчидан, ёнғиндан сақлаш, қўриқлаш, санитария, техника хизматлари ва бошқалар мазкур меҳмонхона учун ишлаб чиққан барча хавфсизлик қоидаларига риоя этиш лозим.

Иккинчидан, улар ходимлар ва мижозлар хавфсизлигини таъминлашни назарда тутадиган стандарт иш тартиб - таомилларига риоя этишлари зарур.

Учинчидан, ходимлар юзага келиши мумкин бўлган хавф - хатарларни кузатиб боришлари ва улар тўғрисида махсус хизматларга маълумот беришлари шарт.

Тўртинчидан, махсус хизматлар туристларни ҳимоя қилишнинг янги нормалари ва қоидаларини ишлаб чиқиши учун уларга содир бўлган барча фавқулодда ҳодисалар тўғрисида маълумот бериш лозим.

Меҳмонхона ходимлари ўз фаолиятида ҳамиша зийрак ва ҳушёр бўлишлари керак. Фавқулодда ҳодиса содир бўлган дастлабки дақиқаларда зудлик билан тегишли чоралар кўриш муҳимдир. Тиббий ёрдам чақиришдан ташқари, ходим шикастланган мижозга ғамхўрлик билан муносабатда бўлиши лозим.

Ҳушёр ва зийрак ходим муассаса ҳудудида пайдо бўлган бегона одамларни ёки ўзини шубҳали тутаётган шахсларни дарров пайқайди. Бундай ходимлар мижозлар унутиб қолдирган қимматбаҳо буюмларни дарҳол илғайдилар, уларга буюмларни сақлаш учун сейфлардан фойдаланишни

таклиф қиладилар, умуман, мижозларга тегишли буюмларнинг асралиши ҳақида қайғурадилар, бундан мижозлар ҳам, меҳмонхона менежерлари ҳам наф кўрадилар. Ғалати жойлардан топилган қимматбаҳо буюмлар дарҳол топилмалар бюросига топширилади (мазкур бюрони кўпинча хавфсизлик хизмати бошқаради).

Ўғриликлар – йирик меҳмонхоналарнинг асосий муаммоси. Мижозлар ихтиёрига берилган ҳар хил буюмлар, масалан, пичоқ - вилкалар, идиш - товоқлар, сочиқ ва чойшаблар, ҳатто телевизорлар йўқолади. Айрим мижозлар ўзига тўқлигига қарамай ўғирликдан ўзларини тия олмайдилар. Бу нуқтаи назардан Сиднейдаги хос ресторанларнинг биридан кумуш пичоқ, қошиқ ва вилкаларни ўғирлаган аёл воқеаси диққатга сазовор. Аёл мазкур буюмларни сумкасига солаётганини кўриб қолган официантлар бу ҳақда ресторан менежерига хабар берганлар ва ундан нима қилишни сўраганлар. Менежер ресторан эгасига ҳисоб тақдим этган ва буюмлар қайтарилган ҳолда ҳисобдаги сумма камайтирилишини кўрсатган. Ресторан эгаси ҳисоб бўйича ҳақ тўлашни маъқул кўрган ва официантларга ҳушёрлиги ва эҳтиёткорлиги учун ташаккур билдирган.

Эшикларни очувчи ва ёпувчи системалар ҳозирда тобора мураккаблашиб бормоқда. Кўпгина мижозлар ва ходимлар хоналарга кириш учун кредит карточкаларига ўхшайдиган калитлардан фойдаланадилар. Ҳар сафар мижозлар меҳмонхонани тарк этганида улар яшаган номерларнинг шахсий кодлари ўзгартирилади, шу боис бундай калитлар мижозларнинг шахсий мол - мулкини ишончли ҳимоя қилади. Табиийки, бундай калитларни сақлашда жуда эҳтиёт бўлиш керак. Меҳмонхона ходимлари номер калитини сўраган ҳар бир нотаниш кишининг шахсини синчиклаб текширишлари шарт. «қирқ бешинчи номернинг калитини олсам бўладими?» деган саволга «Илтимос, исм - шарифингизни айтинг», деб жавоб бериш керак.

Меҳмонхона ходимлари мижозларнинг исм - шарифини бегона шахсларга ошкор этмаслиги ёки улар тўхтаган номер ҳақида гапирмаслиги лозим. Хавф -

хатарлар аниқланганида, айниқса, ғавқулодда ҳолатлар содир бўлганида куйидаги чора - тадбирларни кўриш зарур.

Ўғрилиқ ва талончилик. Бундай ҳолларда хизмат кўрсатувчи ходимлар хотиржамликни сақлашлари ва пулларни уларга чиқариб беришлари керак, акс ҳолда мижозлар жабр кўриши мумкин. Қурулланган талончиларга қарши қурул билан жавоб бериш туристларни ҳимоя қилишнинг яхши усули эмас. Албатта, ўғрилиқ ва талончиликларнинг олдини олиш керак, лекин, агар улар содир этилган бўлса, меҳмонхона ичида қурул ишлатиб, жинойтчилар билан отишиш ярамайди. Мижозлар ва ходимларнинг хавфсизлиги ҳамма нарсадан устун туради. Айни вақтда, ходимлар зийракликни йўқотмасликлари ва зарур ҳолда талончиларни таниб олиш учун диққат билан кузатишлари ва махсус кўриқлаш хизматларига бу ҳақда маълумот беришлари шарт.

Ёнғинлар. Ёнғинларнинг ҳар хил турлари ва уларга мос ўт ўчириш воситалари мавжуд. Меҳмонхона биноси бўйлаб айланаётганида ходим маълум жойда муайян турдаги ўт ўчириш воситаси нотўғри ўрнатилганини аниқлаши ва бу камчиликни бартараф этиши мумкин. Ёнғин чиққан ҳолларда ходим ёнғин ўчоғини аниқлаши ва ўт тарқалмаслиги учун дарҳол эшикларни беркитиши лозим. Лифтлардан фойдаланиш мумкин эмас, чунки ёнғин пайтида лифт шахтаси тутун чиқадиған мўрига айланади, лифт тугмалари эса юқори ҳароратга ўта таъсирчан бўлади. Лифт қаватлар орасида тўхтаб қолиши мумкин. Ходимлар зарур ҳолда мижозларга ёрдам бериш ва уларни эвакуация қилишни ташкил этиш учун тегишли кўникмаларга эга бўлишлари керак.

Бомбалар. Террористик актлар ёки жинойт оламида таъсир доирасини тақсимлаш учун портловчи мосламалардан фойдаланиш жаҳоннинг барча минтақаларида тарқалган. Кўпинча жинойтчилар бўлажак террористик акт ҳақида полиция, маъмурий офислар ёки туристик муассасаларга хабар берадилар. Шу боис портлаш хавфи туғилган ҳолларда ходимлар:

- бомба қаердалигини;
- у тахминан қачон портлашини;

- нима учун бомба айнан шу ерга қўйилганини;
- портлаш хавфи ҳақида хабар қилувчининг шахсини аниқлашлари лозим.

Телефон орқали қўнғироқ қилган шахс билан сўзлашишда давом этиб, хавф - хатар ҳақидаги сигнални қабул қилган ходим бу ҳақда бошқа ходимга хабар бериши керак. Шунда оператор қўнғироқ ҳақиқий ёки сохталигини аниқлаши, биринчи ходим эса бомба қўйилган жойни суриштириб билиши мумкин.

Эвакуация. Барча муассасаларда фавқулодда ҳолатларда мижозлар ва ходимларни эвакуация қилишнинг ўз махсус тартиб - таомиллари ишлаб чиқиши ва ҳар бир ходим бундай ҳолларда қандай иш тутишни билиши шарт. Хавф - хатар туғилган ҳолларда коммутация бўлими бутун меҳмонхонанинг ўзига хос марказига айланади, барча мажбуриятлар айнан шу ерда тақсимланади ва назорат қилинади. Барча ходимлар ўз ролларини билишлари ва вазифаларини хотиржам бажаришлари керак.

Учунчи боб бўйича хулоса

Меҳмонхона хўжалигини компьютерлаштириш жараёнида:

- бошқарув тизимининг самарадорлигини ошириш;
- меҳмонлар ва уларнинг шахсий мол - мулки, шунингдек меҳмонхона мол - мулкининг хавфсизлигини ошириш;
- меҳмонхонанинг мижозлари доирасини кенгайтириш ва бир қанча маркетинг вазифаларини ҳал қилиш;
- меҳмонхона қўшимча хизматлари таклифининг кенгайиши билан боғлиқ даромадларни кўпайтириш имконини беради.

Юқорида зикр этилган вазифалар ҳозирда ҳар қандай меҳмонхона учун – унинг номерлари миқдори, тоифаси ва жойлашган еридан қатъи назар, долзарб аҳамиятга эга.

Меҳмонхона хўжалигини бошқаришда компьютер тизимларнинг сервис модуллари ҳужжатлар ва хатларни тайёрлаш ва чоп этиш, операцион, статистик ва молиявий ҳисоботлар тузишга мўлжалланган бўлиб, кичик меҳмонхоналарда асосан Front office ни автоматлаштириш учун мўлжалланган соддалаштирилган тизимлар қўлланилади. Диссертацияда шундай тизимларнинг айримлари кўриб чиқилди ва Ўзбекистон шароитида жорий қилиниши тавсия қилинди.

Ҳозирги кунда Intercontinental Меҳмонхоналар занжири бутун дунёдаги энг таниқли ва сони жиҳатдан энг кўп меҳмонхоналар занжири ҳисобланади. IHC белгиси остида 7 та бренд фаолият олиб бормоқда: InterContinental, Crowne Plaza, Hotel Indigo, Stavbridge Suites, Holiday Inn, Holiday Inn Express, Candlewood Suites.

Ишда дунёдаги ўн битта энг йирик Брендларга эга бўлган меҳмонхоналар фаолияти ҳам кўриб чиқилди ва келажакда Ўзбекистонда шу каби брендлар яратилиши мақсадга мувофиқ деб топилди.

ХУЛОСА

Диссертацияда олиб борилган тадқиқотлар натижаси қуйидаги таклиф ва мулоҳазаларни билдириш имконини берди:

Ҳозирги пайтда юртимизда 50 мингдан зиёд ўринга эга бўлган 500 дан ортиқ меҳмонхона, мотель ва кемпинглар сайёҳларга халқаро стандартлар бўйича хизмат кўрсатмоқда²⁴. Дарҳақиқат меҳмонхона - туризм индустриясининг энг муҳим бўғинларидан бири ҳисобланади. Меҳмонхона хизматлари меҳмондўстлик тизимининг моҳияти бўлиб, у инсоният тарихидаги ҳар қандай ижтимоий формацияга хос бўлган, меҳмонни ҳурмат қилиш, уни қабул қилиб олиш ва хизмат кўрсатиш каби қадимги анъаналаридан келиб чиқади.

Ўзбекистон иқтисодиётида бозор муносабатлари анча жадал ривожланмоқда. Бу меҳмонхона сервисига банд бўлган кичик бизнес ва хусусий тадбиркорларга катта имкониятлар яратмоқда. Ўзбекистон билан чет элдаги меҳмонхона ишини ташкил этишдаги кескин тафовутлар аста - секин йўқолиб бормоқда. Ўзбекистон Республикасининг меҳмонхона корхоналари миқдорларга хизмат кўрсатиш савиясини, номерларнинг шинамлиги ва қулайлиги даражасини, хизмат кўрсатувчи ходимларнинг малакасини изчил ошириб бормоқда.

Мамлакатимизда асосан маълум иш юзасидан нисбатан қисқа муддатга келувчи одамларга шунингдек, ҳар хил мақсадда саёҳат қилаётган фуқароларга мўлжалланган умумий типдаги меҳмонхоналар айниқса кенг тарқалган. Бундай меҳмонхоналар шаҳарнинг марказий қисмида, жамоат, маъмурий, савдо марказлари яқинида жойлашади ва шаҳарнинг турли туманлари билан яхши транспорт алоқасини назарда тутди

Ўзбекистон Республикаси бўйича меҳмонхона ва муқобил жойлаштирув воситаларининг Давлат статистика қўмитасининг

²⁴Ўзбекистон Республикаси Президенти Ислон Каримовнинг БМТ Жаҳон сайёҳлик ташкилоти Ижроия кенгаши 99-сессиясининг очилиш маросимидаги нутқи. // Моҳият.2014. 3 октябрь №40.

маълумотларига кўра 2013 йилдаги фаолияти бўйича жадвалдаги маълумотлар асосида амалга оширилган таҳлилга кўра Ўзбекистон минтақаларидаги меҳмонхона ва муқобил жойлаштирув воситалари фаолиятининг кишиларга кўрсатилган хизматларини гуруҳларга бирлаштириш натижасида ушбу хизматга бўлган талабни қай даражада қондирилишини аниқлаш мумкин бўлади.

Унга кўра Ўзбекистон шароитида меҳмонхона хўжалиги ўта ривожланган вилоятлар қаторига: Тошкент шаҳри, Самарқанд, Бухоро, Тошкент, вилоятлари киради. Ушбу вилоятлар номер фондидаги ётишга мўлжалланган жойлар сони бўйича ҳам республикада пешқадамлик қилмоқда.

Меҳмонхона хўжалиги ривожланган вилоятлар қаторига: Хоразм, Қашқадарё, Навои вилоятлари киради. Навои вилояти 950 та номер фондидаги ётишга мўлжалланган жойлар сони билан 48633 та кишига кўрсатилган хизмати билан Ўзбекистонда 7 чи ўринни эгаллаб турибди.

Меҳмонхона хўжалиги ўртача ривожланган вилоятларга Андижон ва Наманган вилоятлари киради.

Меҳмонхона хўжалиги кам ривожланган вилоятлар қаторига: Жиззах, Қорақолпокистон Республикаси, Фарғона вилоятлари киради. Қорақолпокистон Республикаси 1624 та номер фондидаги ётишга мўлжалланган жойлар сонига эга бўлиб, 31642 та кишига кўрсатилган хизмати билан Ўзбекистонда 11 чи ўринни эгаллаб турибди.

Меҳмонхона хўжалиги ривожланмаган вилоятлар қаторига Сурхондарё ва Сирдарё вилоятлари киради. Сурхондарё вилояти 1133 та номер фондидаги ётишга мўлжалланган жойлар сонига эга бўлиб, 21245 та кишига кўрсатилган хизмати билан Ўзбекистонда охириги 13 чи ўринни эгаллаб турибди.

Демак кам меҳмонхона хўжалиги ривожланган ва ривожланмаган вилоятлар қаторидаги Қорақолпокистон Республикаси ва Сурхондарё вилоятлари ҳудудларида жойлашган меҳмонхоналардаги ётишга

мўлжалланган жойлар сони кўп бўлгани билан (1624, 1133), мавжуд жойлар сонидан самарали фойдаланиш коэффицентининг пастлигини кўрсатади. Бунинг асосий сабабларидан бири бу вилоятларда хорижий туристларни кизиқтира оладиган жозибодор туристик маҳсулот яратадиган туроператорларнинг йўқлигидан далолат беради.

Ўзбекистон ҳудудларида жойлашган меҳмонхона ва муқобил жойлаштирув воситаларнинг сони бўйича таҳлил қиладиган бўлсак энг кўп меҳмонхоналар сони Тошкент шаҳрида ва Самарқанд, Бухоро, Тошкент, вилоятларида жойлашганини кўрамиз, бежиз асосий туристлар оқимининг 77 % и айнан шу вилоятларга тўғри келади.

Ўзбекистонда энг кам меҳмонхоналар жойлашган вилоятлар қаторига Сирдарё ва Фарғона (7, 17) вилоятлари киради. Булар қаторига Наманган, Андижон ва Жиззах вилоятларини ҳам киритса бўлади. Аммо гўзал Фарғона водийси ва Жиззах индустриал шаҳар ҳамда Зомин тоғларига эга бўлиб, бу вилоятларда мавжуд катта туристик рекреацион салоҳиятидан самарали фойдаланиш даражаси пастлигини кўрсатмоқда.

Ўзбекистонда туризм хизмат бозорининг ривожланишидаги қуйидаги хусусиятлари аниқланди:

- четга чиқиш туризмнинг устуворлиги туристик фирмаларнинг миллий туроператорлик фаолиятини янги хизматлар тайёрлашга бўлган иштиёқи пастлиги билан изоҳланади, чунки Ғарб мамлакатларида тузилган турпакетлар асосида ишлаш осонроқ. Буларнинг барчаси эса капиталнинг чет элга оқиб чиқишига олиб келмоқда;
- туристик фирмалар сони туристик хизматларга бўлган талабдан юқори, бунинг натижасида туризм бозоридаги ўткир рақобат кучаяди;

- мавжуд бўлган жойлаштириш воситалари инвестиция ва таъмирлашга муҳтож, чунки унинг ҳозирги ҳолати жаҳон стандартларига жавоб бермайди;
- Ўзбекистон ҳудудларида меҳмонхона хўжалигида зарарга ишлаш анъанаси сақланиб келмоқда;
- чет эл меҳмонхона компанияларнинг Ўзбекистон бозорига кириб келиш жараёни давом этмоқда.

Туризм ташқи бозор конъюктурасининг асосий хусусиятларини ҳамда унинг меҳмонхона хўжалигининг устувор йўналишларини аниқлашга бўлган таъсирни Ўзбекистонга келаётган фуқаролар оқимининг таркибий тузилиши орқали аниқлаш мумкин. Ишдаги жадвал туристик хизматлар экспортининг асосий бозорларини акс эттиради. Кирувчи туристик оқимларнинг таркибий тузилиши тўғрисидаги маълумотларнинг таҳлили бўйича Ўзбекистон учун устувор ташқи туризм хизмат бозорлари МДХ мамлакатларидан Қозоғистон, Қирғизистон, Тожикистон, Россия ва Туркменистон давлатлари ҳисобланади, узоқ мамлакатлардан эса Туркия, Жанубий Корея, Ҳиндистон, АҚШ, Исроил, Малайзия ва бошқа мамлакатларни кўрсатиш мумкин.

Тадқиқот даврида 2005 - 2013 йилларда МДХ мамлакатларидан Ўзбекистонга фуқароларташрифининг 2009 йилга нисбатан 2013 йилда миқдорий ўсиш суръатлари бўйича Қозоғистон биринчи ўринда бўлса 359 % га, Тожикистон 268% га, ва Қирғизистон 173% га, Россия 151% га ўсиш суръати билан кейинги ўринларни эгаллайди.

Узоқ чет эл мамлакатлардан Ўзбекистонга келган фуқароларнинг сони 2009 йилга нисбатан 2013 йилда Ҳиндистондан 337% га, Малайзиядан 232% га, Жанубий Кореядан 199% га, Туркиядан 183% га, АҚШ дан эса 159% га ошганини кузатиш мумкин.

ТАКЛИФЛАР

Шундай қилиб кирувчи туристик оқимларнинг таркибий тузилиши тўғрисидаги маълумотларнинг таҳлили Ўзбекистон шароитида меҳмонхона хўжалигини келажакда янада жадал суръатларда ривожланишини талаб қилмоқда. Туризм хизмат бозорида муваффақиятга эришиш учун истеъмолчиларнинг туристик хизматларга бўлган эҳтиёжларига асосланган ҳолда турмахсулотни ишлаб чиқиш ва уни сотишни ташкиллаштириш, халқаро ҳуқуқ нормалари ва қоидалари, туризм менежменти ва маркетинги соҳаларидаги амалий фаолият ҳамда бозор конъюктурасини ҳисобга олиш талаб қилинади. Шуларни ҳисобга олиб, Ўзбекистонда туристик хизматлар бозори шаклланиш ва ривожланишининг қуйидаги замонавий тенденциялари аниқланди:

- туристлар ташриф буюрадиган дестинацияларнинг туристик (табiiй, маданий ва тарихий) ресурслари ҳолатини ҳисобга оладиган туристик хизмат ва бозорларини ривожлантириш ҳамда янгиларини яратиш;
- туристик фаолиятни режалаштириш ва ривожлантиришга маҳаллий жамоатчилик ва маҳаллий ҳокимиятни жалб қилиш ҳамда унинг хавфсизлигини таъминлаш;
- маҳаллий аҳоли фаровонлиги ошиши, солиқ, божхона хизмати билан боғлиқ ва бошқа туризмнинг ривожланишига тўсқинлик қиладиган қийинчиликларни енгиб ўтиш;
- асосий эътиборни меҳмонхона хўжалигидаги хизматлар нархини туристлар учун маъқул ва туризм индустрияси учун фойда келтирадиган даражада сақлаб қолишга қаратиш;
- маблағларни инвестиция қилишда атроф-муҳит ҳимояси масалаларини (қурилиш, архитектура, антропоген ҳолатларни) ҳисобга олиш;

- туризм хизмат бозорида маркетингни амалга ошириш ва хизматларни юргизиш учун кўпроқ миқдорда маблағлар ажратиш, муайян гуруҳларга кирувчи туристларни излаш ва улар учун таклиф қилинаётган хизматларнинг мақсадли бўлишини таъминлаш;
- меҳмонхона хўжалиги хизматлар бозорида фаолият юритувчи ходимларнинг касбий малакасини ошириш.

Маркетингни муваффақиятли тарзда қўллаш бутун меҳмонхона хўжалигини ташкил этишга боғлиқ бўлмоқда. Маркетинг стратегиясини танлаш ички ва ташқи муҳит шартлари билан чекланган бўлиб, уларнинг асосийлари ишда кўрсатилган.

Меҳмонхона хўжалиги мавжуд ресурслардан шунчаки фойдаланиб қолмасдан, балки муҳитга нисбатан ўз индивидуал таклифини шакллантириб, ўзаро таъсир характерини ўзгартиради ва бозор эҳтиёжларига тезда жавоб қайтариш стратегиясини қўллаш таклиф қилинади.

Отелнинг тури ишлаб чиқилган маркетинг стратегияси бизнесни ривожлантиришда ва ракобат курашида галаба козонишидаги муваффақият калитидир. Бунда меҳмондўстликнинг исталган корхонаси маркетинг марказида меҳмонхона хизматлари истеъмолчиси – турист бўлиши керак.

Мамлакатимиз туризм индустриясининг фаолиятида мавсумийлик омили мавжудлиги Ўзбекистоннинг иқлимий шарт-шароитлари ва турмаҳсулотни шакллантиришда айнан табиий-иқлимий омиллар муҳим роль ўйнаши билан изоҳланади. Бу, айниқса, туризм маскани бўлган Самарқанд ҳудудининг туризм тизими мисолида яққол намоён бўлади. Ички туризм бўйича туристлар асосан февралда 5,2 %, июнда 19% ва август 15,1% ойларида саёҳат қилишган. Кирувчи туризмда эса асосан апрел, май ойларида 10,7%, 18,3% ташриф буюришган бўлса, декабрь, январь, февраль ва март ойларида бу кўрсаткич атиги 1,8 % ни ташкил қилган.

Ўзбекистонга қилинган саёҳатлар давомийлигига кўра хизмат кўрсатилган туристлар сонининг таҳлилиҳозирги пайтда ички ва кирувчи

туризмда туристларнинг 83% дан ортиғи ўз саёҳатларини 3 кунгача бўлган қисқа муддатларда амалга ошироқда. Туристларнинг 7 кунгача давом этадиган саёҳатлари 12% ни ташкил этса, 7 кундан ортиқ хизмат кўрсатилган туристлар сони фақат 5,0 % ни ташкил этмоқда. Кирувчи туризм мисолида Ўзбекистондаги бу ҳолат анча салбий кўрсаткич эканлиги маълум бўлмоқда, чунки хизмат кўрсатишнинг хорижий стандартлари бўйича кирувчи ва ички туристлар оқимларидаги 14 кунгача бўлган саёҳатларнинг улуши 90% ташкил қилади.

Бу, ўз навбатида, туризм ва меҳмонхона хўжалиги фаолиятини қайта ўзгартирилишини талаб этади ҳамда туристик дастурларни ва унинг муддатларини хизмат кўрсатишнинг жаҳон стандартларига мослаштиришни тақозо этади.

Меҳмонхона хўжалигини бошқаришда компьютер тизимларнинг сервис модуллари ҳужжатлар ва хатларни тайёрлаш ва чоп этиш, операцион, статистик ва молиявий ҳисоботлар тузишга мўлжалланган бўлиб, кичик меҳмонхоналарда асосан Front office ни автоматлаштириш учун мўлжалланган соддалаштирилган тизимлар қўлланилади. Диссертацияда шундай тизимларнинг айримлари кўриб чиқилди ва Ўзбекистон шароитида жорий қилиниши тавсия қилинди.

Fidelio тизими - Меҳмонхоналар ва ресторанлар учун бошқарув тизимлари яратишга ихтисослашган дунёдаги энг йирик Micros-Fidelio корпорациясининг комплекси энг кўп тарқалган универсал маҳсулот ҳисобланади. Fidelio тизими 100 дан ортиқ йирик меҳмонхона тармоқлари (Sheraton, Hilton, Marriot, Kempinsky, Hyatt ва ҳ.к.)да ўрнатилган. МДХ ва Болтиқбўйи мамлакатлари ҳудудидаги 90 дан ортиқ меҳмонхоналар ҳам ўз фаолиятида мана шу технологиялардан фойдаланади.

Lodging Touch тизими меҳмондўстлик индустрияси учун дастурлар ишлаб чиқиш соҳасидаги етакчи ташкилотлардан бири – АҚШнинг MAI Hospitality компанияси томонидан яратилган. Бугунги кунда Lodging Touch

тизими меҳмонхона бизнесини комплекс автоматлаштириш дастурий воситаларининг энг замонавийларидан бири ҳисобланади. Дастур тўла русификация қилинган ва МДХ бозори учун мослаштирилган. Бошқа шунга ўхшаш тизимлардан фарқли ўлароқ, Lodging Touch тизими Windows NT операцион муҳитида фаолият кўрсатадики, бу унинг фаолият доирасини анча кенгайтиради, шунингдек у билан ишлаш усулини осон ўзлаштириш имконини беради.

Nimeta тизими-Бу кичик ва ўрта меҳмонхоналар учун мўлжалланган нисбатан янги маҳсулотдир. Nimeta тизими Интернет-технологиялар воситасида меҳмонхонани бошқариш тизимини ижарага олиш ва ундан фойдаланиш имконини беради. Бу технологиянинг иш принципи шундан иборатки, меҳмонхона ҳақидаги барча маълумотлар ва меҳмонхонани бошқариш тизимининг дастури меҳмонхонадан ташқарида, бунинг учун махсус ажратилган серверда жойлашган бўлади. Мазкур сервер Интернет-провайдернинг жиҳозланган сервис-марказида бўлади. Шундай қилиб, Nimeta тизимини улаш ва ундан фойдаланиш учун компьютерга эга бўлиш ва Интернетга чиқиш кифоядир.

Туризм хизматлар бозорида бренд меҳмонхоналарини ривожлантириш усуллари бобида ҳозирги кунда Interkontinental Меҳмонхоналар занжири бутун дунёдаги энг таниқли ва сони жиҳатдан энг кўп меҳмонхоналар занжири кўриб чиқилди. Унга кўра IHG белгиси остида 7 та бренд фаолият олиб бормоқда:

Inter Continental , Crowne Plaza, Hotel Indigo , Stavbridge Suites , Holiday Inn, Holiday Inn Express , Candlewood Suites. Шунингдек ишда MKG Hospitality - 2012 маълумотлари асосида дунёдаги ўн битта энг йирик Брендларга эга бўлган меҳмонхоналар фаолияти ҳам кўриб чиқилди ва келажакда Ўзбекистонда шу каби брендлар яратилиши мақсадга мувофиқ деб топилди.

Фойдаланган адабиётлар

1. Ҳуқуқий - меъёрий ҳужжатлар

1. Ўзбекистон Республикаси Конституцияси. – Т.: “Ўзбекистон”, 2003.
2. Ўзбекистон Республикасининг «Туризм тўғрисида»ги қонуни. – Т.: 1999 йил, 20 август.
3. Ўзбекистон Республикасининг “Фуқароларнинг ўзини-ўзи бошқариш органлари тўғрисида”ги қонуни. – Т.: 1999 йил, 14 апрель.
4. Ўзбекистон Республикасининг «Инвестиция фаолияти тўғрисида»ги қонуни. – Т.: 1998 йил, 24 декабр.

2. Ўзбекистон Республикаси Президенти Фармонлари ва Қарорлари ҳамда Вазирлар Маҳкамасининг Қарорлари

1. «Ўзбекистон Республикасида халқаро туризмнинг замонавий инфраструктурасини барпо этиш чора-тадбирлари тўғрисида» Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 1995 йил 3 июндаги 210-сонли қарори.
2. «Сайёҳлик ташкилотлари фаолиятини ташкил этишни такомиллаштириш тўғрисида» Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 1998 йил 8 август 346-сонли қарори.
3. «2005 йилгача бўлган даврда Ўзбекистонда туризмни ривожлантириш Давлат дастури тўғрисида» Ўзбекистон Республикаси Президентининг 1999 йил 15 апрелдаги ПФ-2286-сонли фармони.
4. «Ўзбекистонда туризм соҳаси учун малакали кадрлар тайёрлаш тўғрисида» Ўзбекистон Республикаси Президентининг 1999 йил 30 июндаги ПФ-2332-сонли фармони.
5. Ўзбекистон Республикаси Президентининг «Олий малакали илмий ва илмий-педагог кадрлар тайёрлаш ва аттестациядан ўтказиш

тизимини янада такомиллаштириш тўғрисида»ги 2012 йил 24 июлдаги ПФ-4456-сонли Фармони.

6. Ўзбекистон Республикаси Олий ва ўрта махсус таълим вазирлигининг 2012 йил 29 октябрда тасдиқланган 418-сонли буйруғи (“Магистратура тўғрисида Низом”, Адлия Вазирлигида 2012 йил 18 декабрда 2405-рақам билан рўйхатдан ўтган).
7. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2012 йил 10 декабрдаги “Чет тилларни ўрганиш тизимини янада такомиллаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги ПҚ-1875-сонли Қарори.
8. «Буюк Ипак Йўлини қайта тиклашда Ўзбекистон Республикасининг иштирокини авж олдириш ва республикада халқаро туризмни ривожлантириш борасидаги чора-тадбирлар тўғрисида» Ўзбекистон Республикаси Президентининг 1995 йил 2 июндаги ПФ-1162-сонли қарори.
9. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2002 йил 2 сентябрдаги “Ўзбекистон Республикасида меҳмонхона бизнеси ва халқаро туризмни янада ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида”ги 310 – сонли Қарори.
10. Ўзбекистон Республикаси Вазирлар Маҳкамасининг 2003 йил 11 ноябрдаги «Туризм фаолиятини лицензиялаш тўғрисидаги низомни тасдиқлаш ҳақида»ги 497-сонли Қарори.
11. «Ўзбекистон Республикасида 2010 йилгача бўлган даврда хизмат кўрсатиш ва сервис соҳасини ривожлантиришни жадаллаштиришга оид қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида» Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2007 йил 21 майдаги ПҚ-640-сонли қарори.

3. Ўзбекистон Республикаси Президенти И.А.Каримовнинг асарлари ва маърузалари:

1. Каримов И.А. Юксак маънавият – енгилмас куч. – Т.: «Маънавият», 2008. – 176 б.

2. Каримов И.А. Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози, Ўзбекистон шароитида уни бартараф этишнинг йўллари ва чоралари. – Т.: “Ўзбекистон”. 2009. – 46 б.
3. Каримов И.А. Мамлакатни модернизация қилиш ва кучли фуқаролик жамияти барпо этиш – устувор мақсадимиздир // “Халқ сўзи” газетаси, 2010 йил, 27 январ.
4. Каримов И.А. Асосий вазифамиз – Ватанимиз тараққиёти ва халқимиз фаровонлигини янада юксалтиришдир // “Халқ сўзи” газетаси, 2010 йил, 30 январ.
5. Каримов И.А. Мамлакатимизда демократик ислохотларни янада чуқурлаштириш концепцияси // “Халқ сўзи” газетаси, 2010 йил, 13 ноябр.
6. Каримов И.А. Барча режа ва дастурларимиз ватанимиз тараққиётини юксалтириш, халқимиз фаровонлигини оширишга хизмат қилади // ”Халқ сўзи”, 2011 йил, 22 январь.
7. Каримов И.А. 2012 йил Ватанимиз тарраққиётини янги босқичга кўтарадиган йил бўлади // ”Халқ сўзи”, 2012 йил, 20 январь.

4. КИТОБ ВА ТУРКУМ НАШРЛАРИ

1. Азар В.И., Туманов С.Ю. Экономика туристского рынка. – М.: ИПКГ, 1998. – 239 с.
2. Папирян Г.А. Менеджмент в индустрии гостеприимства: отели и рестораны. – М., Экономика, 2000.
3. Балашова Е. А. Б20 Гостиничный бизнес. Как достичь безупречного сервиса. - М.: ООО «Вершина», 2005. - 176 с.
4. Богданов Е.И. Планирование на предприятии туризма .СПб.: Изд.д. «Бизнес- пресс» .2005.
5. Боголюбов В.С., Орловская В.П. Экономика туризма – М.: Академия. 2005. – 119 с.

6. Bryden J. Tourism and development. N.Y.; L., 1998.
7. Гагская декларация по туризму. Материалы межпарламентской конференции по туризму. Гаага (Нидерланды), 10-14 апреля 1989 г.
8. Горбунов А.А. Управление развитием городских социально-экономических систем – СПб.; ИСЭП РАН, 1996. – 232 с.
9. Национальное и региональное планирование туризма, Всемирная Туристская Организация, Мадрид, 1994.
10. Национальное и региональное планирование туризма, Всемирная Туристская Организация, Мадрид, 2003.
11. Петров А.Н. Стратегическое планирование развития предприятия: Уч. пособие. – СПб.: СПбГУЭиФ, 1994. – 106 с.
12. Тухлиев Н., Абдуллаева Т. Менеджмент и организация бизнеса в туризме Узбекистана. – Т.: Гос.науч.изд-во Ўзбекистон миллий энциклопедияси, 2006. – 367 с.
13. Тухлиев И.С., Бектемиров А.Б., Усманова З.И.. Туризмда стратегик маркетинг. Ўқув қўлланма. – С.: СамИСИ, 2010. – 144 б.
14. Тухлиев И.С., Ҳайитбоев Р., Ибодуллаев Н.Э., Амриддинова Р.С. Туризм асослари. Ўқув қўлланма. Қайта ишланган ва тўлдирилган 3-нашри. – С.: СамИСИ, 2010. – 284 б.
15. Тухлиев И.С., Қудратов Ғ.Х., Пардаев М.Қ. Туризмни режалаштириш. Дарслик. – Т.: “Iqtisod-Moliya” нашриёти. 2010. – 238 б.
16. Тухлиев И.С., Пардаев М.Қ. Туризм бозорининг шаклланиши, ривожланиши ва ўзига хос хусусиятлари. – Т.: “NOSHIRLIK YOG’DUSI”, 2010. – 74 б.
17. Сайфутдинов Ш.С. Жаҳон туризми ва унинг ривожланиш динамикаси.. Республика илмий-амалий анжумани материаллари. 2014. ТДИУ
18. Минтақавий туризм хизмат бозорининг иқтисодий механизмини такомиллаштириш / Б.Ш. Сафаров; Ўзбекистон республикаси олий

ва ўрта махсус таълим вазирлиги; Самарқанд давлат университети.
– Тошкент: «Ўзбекистон миллий энциклопедияси» давлат илмий
нашриёти, 2013. – 148 б.

5. ДИССЕРТАЦИЯ ВА ДИССЕРТАЦИЯЛАР АВТОРЕФЕРАТИ

1. Сафаров Б.Ш. Минтақавий туризм хизмат бозорининг иқтисодий механизмини такомиллаштириш: иқтисод фанлари номзоди дис. – С.: СамИСИ, 2011. – 150 б.
2. Рахимов З.О. Туризмдестинацияларида стратегикрежалаштиришнинг ташкилий механизмини такомиллаштириш. Иқтисод фанлари ном.диссертация. СамИСИ, 2012.
3. ГолышеваЕ.В. Развитие сферы туризма Республики Узбекистан в период финансово-экономического кризиса//Актуальные проблемы туризма-2010, – Ташкент, 2010. - № 2.- С.5-9.

Интернет сайтлари:

www.uzbekturizm.uz

<http://lex.uz/uz/doc/act2008-07.html>

http://www.hotelline.ru/technology_article.php?news

<http://www.tourism.uz>

<http://www.tour.uz>

<http://www.uzdaily.uz/articles-id-17586.htm>

<http://samarkandtourism.uz/?p=248>

<http://www.un.org>