



Mintaqada “Mehmonxona klasteri”ni shakllantirish mexanizmi

Jasur Berdiyev

QarMII “Biznes va innovatsion menejment”

kafedrası katta o‘qituvchisi

Annotatsiya: Ushbu maqolada mintaqa mehmonxona xo‘jaligining mehmondorchilik xizmatlarini amalga oshirishda xizmat ko‘rsatuvchi subyektlar bilan shartnoma asosida faoliyat ko‘rsatganda ma‘lum samaradorlikka erishish va mintaqada “Mehmondorchilik klasteri” tashkil etish samarali ekanligi asoslangan.

Kalit so‘zlar: mintaqa, mehmonxona xo‘jaliklari, mehmondorchilik klasteri, mehmonxona xujaliklarida samaradorlik, moddiy-texnika asoslari, investitsiya

Аннотация: В данной статье исходят из того, что при реализации гостиничных услуг гостиничного хозяйства региона эффективно достигать определенной эффективности при работе на основе договора с обслуживающими субъектами и налаживать «Кластер гостеприимства» в регионе.

Ключевые слова: регион, гостиничные компании, гостиничный кластер, эффективность гостиничных предприятий, материально-техническая база, инвестиции.

Abstract: In this article, it is based on the fact that in the implementation of hospitality services of the hotel industry of the region, it is effective to achieve certain efficiency when operating on the basis of a contract with service entities and to establish a "Hospitality cluster" in the region.

Key words: region, hotel companies, hospitality cluster, efficiency in hotel companies, material and technical basis, investment

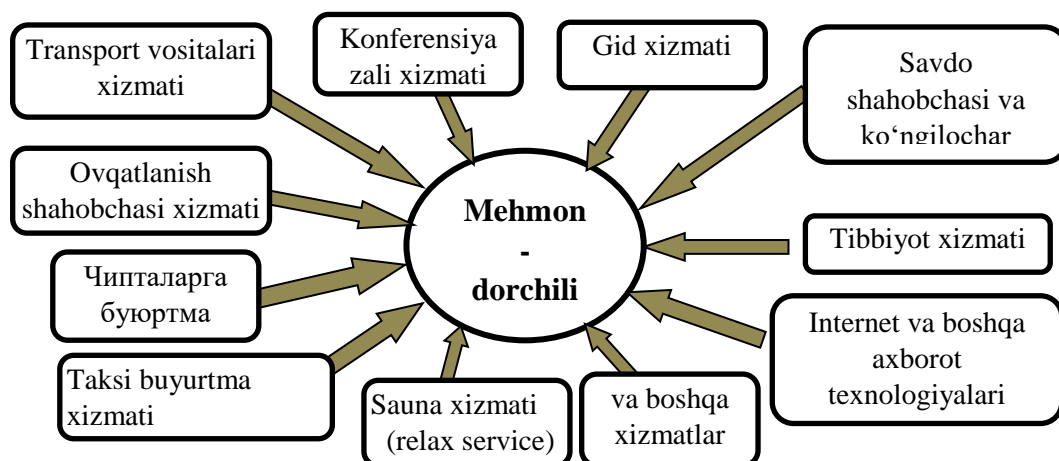


Tadqiqotlarimiz ko'rsatdiki, mehmondorchilik xizmatlarini amalga oshirish xizmat ko'rsatuvchi subyektlar bilan shartnoma asosida faoliyat ko'rsatgandan ko'ra, turli mulk shaklidagi “Mehmondorchilik klasteri”i ancha samarali. Bunga nisbatan esa xususiy mulkka asoslangan “Mehmondorchilik klasteri” eng samarali ekanligi aniqlandi. Buning ketma-ketligi quyidagi rasmda keltirilgan (1-rasm).

Ko'rinib turibdiki, mehmonxona xo'jaligining mehmondorchilik xizmatlarini amalga oshirishda xizmat ko'rsatuvchi subyektlar bilan shartnoma asosida faoliyat ko'rsatganda ma'lum samaradorlikka erishiladi. Ammo ushbu usulga nisbatan turli mulk shaklidagi “Mehmondorchilik klasteri” ancha samarali ekanligi aniqlandi. Tadqiqot davomida ushbu klasterga nisbatan xususiy mulkka asoslangan “Mehmondorchilik klasteri” eng samarali ekanligi aniqlandi.

Mintaqada mehmondorchilik klasteriga qanday xizmatlarni kiritish lozimligi ham tanlab olindi. Chunki, bunday xizmatlarni ko'rsatuvchi subyektlarning aksariyat qismi hozirgi paytda asosan o'z mulkiga tayangan holda har biri alohida faoliyat ko'rsatadi. Shu tufayli mazkur xizmatlar turiga qanday xizmatlarning kirishini aniqlash ham muhim masalalardan biridir. Kuzatuvlarimiz ko'rsatdiki, mehmondorchilik jarayonida ko'rsatiladigan xizmatlarning asosiy elementlari quyidagi yo'nalishlardan iborat ekan. Bularning o'zaro bog'liqligi quyidagi rasmda keltirildi (1-rasm).

Mazkur rasmda mehmonlarga ko'rsatiladigan deyarli barcha xizmatlarning turlari keltirilgan. Tadqiqot jarayonida ushbu xizmatlarni ko'rsatuvchi subyektlar turli mulk egalari bo'lgandagi holati va bir kishiga qarashli xususiy mulkka asoslangandadagi holati qiyosiy tahlil qilindi.





1-rasm. Mehmondorchilik klasterining tashkiliy tuzilmasi¹

Tahlil natijalari ushbu xizmatlar bir kishining mulki bo'lganda turli mulk egaligiga nisbatan nafaqat iqtisodiy, balki ijtimoiy jihatdan ham samarali ekanligini ko'rsatdi. Chunki har bir xizmatni ko'rsatuvchi subyekt mehmonxona buyurtmasiga asosan xizmat ko'rsatganda xizmatning tannarxiga o'zining foydasini va boshqa to'lovlarni kiritgan holda qo'shib hisoblaydi va mos ravishda ushbu qiymat mehmonxonadan yoki mehmonlarning o'zlaridan undirib olinadi. Agar ushbu xizmatlar mehmonxonaning o'z ixtiyorida bo'lsa, faqat tannarxini to'laydi, qolgan qismi mehmonxonaning o'ziga foyda bo'lib qoladi. Natijada mehmonlarga ko'rsatiladigan xizmat turi ham juda arzonga tushadi. Bu esa turistlarning o'zlariga ham foyda bo'ladi, yo'llanma narxi arzonlashadi va mos ravishda ijtimoiy samaradorlikni ta'minlaydi. Turistlarni jalb qiladigan yana bir omil – yo'llanma narxining nisbatan arzonligidir. Ammo kelgandan keyin turli xizmatlarni ko'rsatish orqali ko'proq mablag'ini olib qolish masalasi o'ta muhimdir (1-jadval).

Jadvaldagi ma'lumotlarning hisob-kitobi quyidagicha amalga oshirildi. Masalan, mehmonxonaga qo'yilgan investitsiyaning umumiy samaradorligini va unga ta'sir etuvchi omillar hajmini aniqlashda quyidagilarni ko'rish mumkin. Mehmonxonaga kiritilgan investitsiyaning umumiy samaradorligini va unga ta'sir etuvchi omillar hajmini aniqlash orqali mehmonxona qancha daromad olishi mumkinligi qiyosiy o'rganildi. Mehmonxonaga kiritilgan investitsiyaning 130000 mln so'mi 2023 yilga to'g'ri keladi va mehmonxona xo'jaligida investitsiya samaradorligi, ya'ni bir so'm qo'yilgan investitsiyaga to'g'ri keladigan umumiy tushum, ming so'm jami 162,0 ming so'm daromad keltiradi. Mehmonxonaga qo'yilgan investitsiyaning 1,0 mlrd. so'm investitsiyaning xodimlar bilan taminlanganligi 5,3 kishiga to'g'ri keladi (1-jadval).

“Sayohat” nomli mehmonxonaga qo'yilgan investitsiyaning umumiy samaradorligini va unga ta'sir etuvchi omillar hajmini aniqlash hisob-kitobi² 1-jadval

¹ Muallif ishlanmasi.

² Мазкур жадвал “Турон” номли меҳмонхонанинг (номи ўзгартирилиб берилмоқда) икки йиллик маълумотлари асосида тузилди.

**“NAZARIY VA AMALIY FANLARDAGI USTUVOR ISLOHOTLAR VA ZAMONAVIY TA’LIMNING INNOVATSION YO’NALISHLARI”**

T/r	Ko‘rsatkichlar	O‘tgan yilda 2022	Hisobot Yilida 2023	Farqi (+,-)	O‘zgarish sur’ati, foiz
Mehmonxona xizmatlari bilan bog‘liq hajm ko‘rsatkichlari					
1.	Mehmonxona xo‘jaligi tomonidan ko‘rsatilgan xizmatlarning umumiy hajmi, mln.so‘m	350	450	100	128,5
2.	Mulkdor tomonidan qo‘yilgan investitsiyaning umumiy hajmi ³ , mln. so‘m.	13000	13000	0	100
3.	Hisobot davrida xizmat qilingan (mehmonxonaga joylashtirilgan) mehmonlarning o‘rtacha soni, kishi	1400	2000	600	142,8
4.	Mehmonxonada umumiy joylar soni, ta	66	66	0	100
5.	Mehmonxonada band bo‘lgan xodimlarning o‘rtacha soni, kishi.	6	7	1	116,6
6.	Bir yilda mehmonlarni qabul qilish quvvati, kishi (4q*360 kun)	23760	23760	0	100
7.	1 ta mehmonga to‘g‘ri keladigan o‘rtacha tushum, ming so‘m. (1q:3q)	250	225	25	90
8.	Mehmonxonada 1 ta o‘ringa to‘g‘ri keladigan mehmonlar soni, kishi (3q:4q)	21	30	9	142,8
9.	1 ta xodimga to‘g‘ri keladigan umumiy joylar soni, ta (4q:5q)	11	9	2	81,8

³ Инвестицияларнинг қийматига меҳмонхонага қўйилган инвестициянинг дастлабки қиймати ва кейинги таъмирлаш билан боғлиқ харажатларнинг ҳам қўшилиб бориши инобатга олинди.



10.	1,0 mlrd. so‘m investitsiyaning xodimlar bilan taminlanganligi, kishi (5q:2q).	4,6	5,3	7	115,2
11.	Mehmonxona xo‘jaligida investitsiya samaradorligi, ya‘ni bir so‘m qo‘yilgan investitsiyaga to‘g‘ri keladigan umumiy tushum, ming so‘m (1q:2q)	0,02	0,03	0,01	150

Mehmonxonaning ovqatlantirish hisobidan turistik xizmat hajmi bir kunda z marta ovqatlantirganda faqat nonushta qildirganiga nisbatan 5,5 marta (950,4 / 162,0) ko‘pligini ko‘ramiz. Ushbu yo‘l bilan turizmning yalpi hududiy mahsulotdagi (YAXM) va mamlakat yalpi ichki mahsulotdagi (YAIM) ulushi ortib boradi. Agar bunga boshqa xizmatlarni ham qo‘shadigan bo‘lsak, turizmga yaratilgan YAIMning hajmi real olib qaralganda bugungi kunda ham ancha yuqori ekanligini ko‘rish mumkin.

Savdo shoxobchasi ham ijaraga berilgan yoki mulk egasi tomonidan tashkil qilingan bo‘lishi mumkin. Agar ijaraga berilsa, mehmonxonaning daromadi faqat ijara haqidagina iborat bo‘ladi. Bu bizning misolimizda 85,0 ming so‘mni tashkil qiladi. Agar mehmonxonaning o‘zi savdoni tashkil qilsa barcha oborotni o‘zi kirim qiladi. Bu holda o‘rtacha tushum 2145,0 ming so‘mga teng bo‘ladi. Bu ijara haqiga nisbatan 25,2 marta ko‘p demakdir.

Internet va boshqa axborot texnologiyalarini ko‘rsatuvchi xizmatlarning bugungi kunda ahamiyati beqiyos. Shu tufayli har bir turistda unga katta ehtiyoj bor. Agar ushbu xizmatni mehmonxonada tashkil qilib, faqat binoni ijaraga bersa, bir kunda o‘rta hisobda 85,0 ming so‘m foyda qiladi. Agar ushbu xizmatni mehmonxonaning o‘zi tashkil qilib, pulni umumiy g‘aznaga tushirsa, ushbu xizmatning bir kunlik foydasi 160,0 ming so‘mga teng bo‘ladi.

Ko‘rinib turibdiki, xususiy mulkka asoslangan “Mehmondorchilik klasteri”da barcha foyda so‘mmasi turli mulkdagi subyektlarni birlashtirish evaziga tashkil qilingan “Mehmondorchilik klasteri”ga nisbatan 10 barobardan ko‘proq foyda qilar ekan. Agar bizning tavsiyalarimiz amaliyotga joriy qilinsa, xususiy mulkka asoslangan “Mehmondorchilik klasteri”da juda katta foydaga erishi mumkinligiga shubha bo‘lmaydi.



Chunki turizmدا yaratilgan mahsulotlarning real baholanishini ta'minlaydi va mos ravishda mamlakat YAIMdagi ulushining oshib borishiga sabab bo'ladi. Zero, hozirgi paytda turizmدا yaratilgan ko'pgina mahsulotlar boshqa sohalarda (ovqatlanish, savdo, madaniy, maishiy kabi xizmatlar tarkibida) hisob-kitob qilinmoqda.

Адабиётлар рўйхати:

1. Абдукаримов И.Т., Пардаев М.Қ., Исроилов Б.И. Корхонанинг иқтисодий салоҳияти таҳлили. Монография. – Т.: “Иқтисодиёт ва ҳуқуқ дунёси” нашриёт уйи, 2003. – 256 бет.
2. Пардаев М.Қ., Абдукаримов И.Т., Исроилов Б.И. Иқтисодий таҳлил. Ўқув қўлланма. – Т.: “Меҳнат”, 2004. – 488 бет.
3. Савдо иқтисодиёти муаммолари. Ўқув қўлланма. /проф. М.Қ.Пардаевнинг умумий таҳрири остида. – Т.: “Иқтисод-молия”, 2016. – 504 бет. ва х. к.