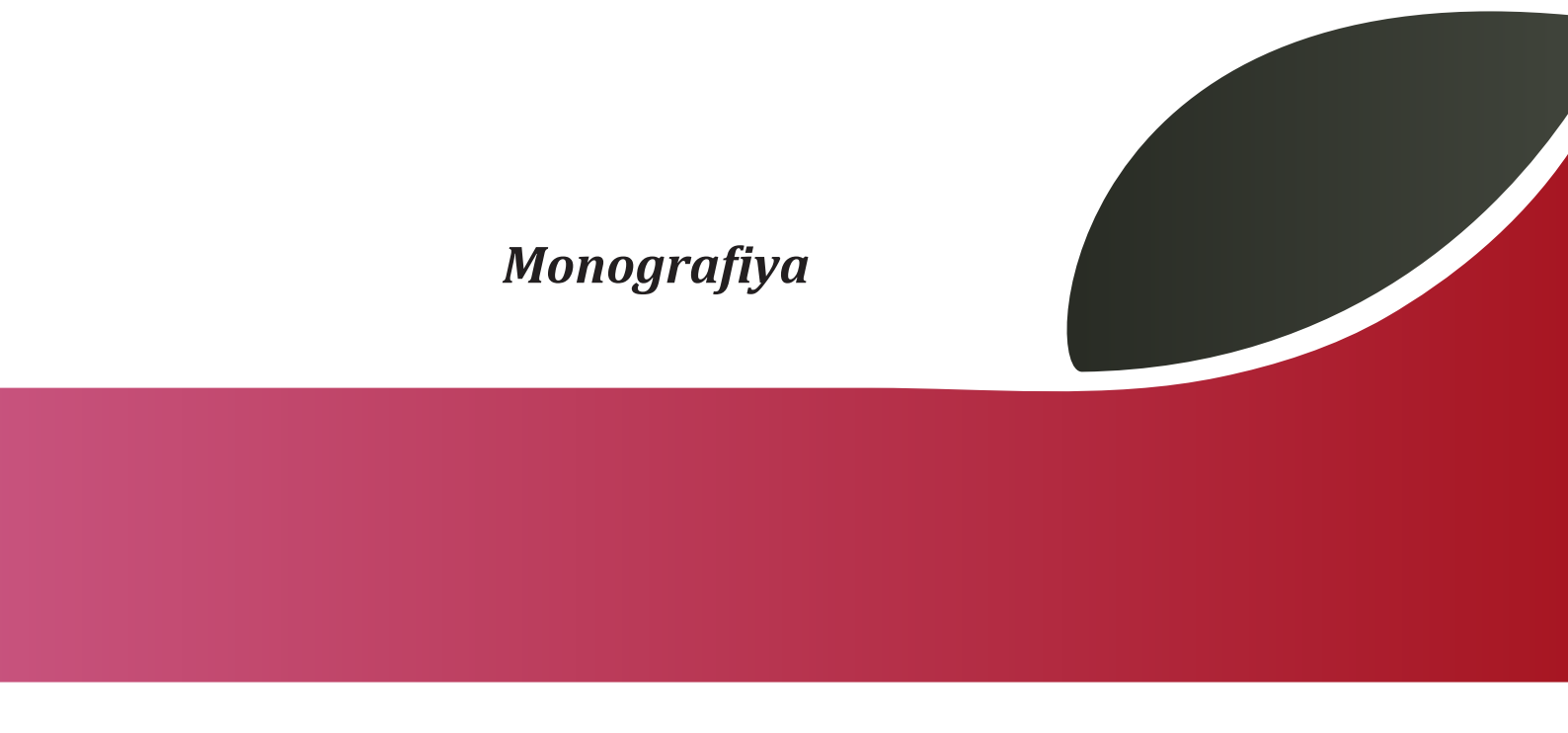




ABDURAXMANOVA. Z. A.

MEHMONXONA BIZNESINI MOLIYALASHTIRISHNI TAKOMILLASHTIRISH

Monografiya



**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIY TA’LIM, FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI
TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI**

ABDURAXMANOVA ZIYODA ABDULLAYEVNA

**MEHMONXONA BIZNESINI MOLIYALASHTIRISHNI
TAKOMILLASHTIRISH**

Monografiya

Toshkent – 2025

UO‘K: 336:640.41

KBK: 65.432

ABDURAXMANOVA ZIYODA ABDULLAYEVNA

Mehmonxona biznesini moliyalashtirishni takomillashtirish. *Monografiya* -T.:
“PUBLISHING HIGH FUTURE” OK nashriyoti, 2025. – 138 bet.

Mas’ul muharrir: **D.R.Abdikarimova** – O‘zbekiston Respublikasi Bank-moliya akademiyasi, iqtisodiyot fanlari doktori, professor;

Taqrizchilar: **S.E.Elmirzayev** – O‘zbekiston Respublikasi Bank-moliya akademiyasi, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor.

N.SH.Shavkatov – Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), dotsent.

Ushbu monografiya mehmonxona biznesini moliyalashtirishning nazariy-iqtisodiy asoslari, mehmonxona biznesini moliyalashtirishning mohiyati va ahamiyati, mehmonxona biznesini moliyalashtirishning tashkiliy jihatlar va moliyaviy resurs jalb qilish usullari, O‘zbekistonda mehmonxona biznesini moliyalashtirish manbalari tarkibi, tuzilmasi, ularga xos bo‘lgan tendensiyalar, O‘zbekistonda mehmonxona biznesini moliyalashtirish amaliyoti tahlili, Xorijiy mamlakatlarda mehmonxona biznesini moliyalashtirishning zamonaviy yo‘nalishlari, mamlakatimizda mehmonxona biznesini moliyalashtirishni takomillashtirish masalalari yoritilgan.

Monografiyada tadqiq etilgan masalalar, olib borilgan tahlillar va olingan xulosalar handa mazkur ilmiy tadqiqot ishidan soha bo‘yicha professor-o‘qituvchilar, doktorantlar va mustaqil izlanuvchilar, talabalar hamda magistrantlar, amaliyotchilar va sohaga qiziquvchilar o‘z faoliyatlarida keng foydalanishlari mumkin,

Ushbu monografiya Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti 2025-yil 30-maydagi Kengashida muhokama qilingan va № 10/4.7 -sonli qarori bilan nashrga tavsiya etilgan.

ISBN: 978-9910-571-41-1

©“PUBLISHING HIGH FUTURE” OK, 2025

KIRISH

Xalqaro amaliyotdan ma'lumki, milliy iqtisodiyotni rivojlantirishda xizmatlar sohasining o'rni beqiyos bo'lib, ushbu tarmoqdagi mehmonxona biznesi eng jozibador yo'nalishlaridan biri hisoblanadi. Xususan, "global mehmonxonalar bozori 2022-yilda 4,1 milliard AQSh dollariga yetdi va 2030-yilga kelib 8,9 milliard AQSh dollariga yetishi kutilmoqda. Mazkur o'sish 2023-2030-yillarda yillik 10,2 foizga oshishi prognoz qilinmoqda. 2023-yilda esa mazkur bozor 10,15% ga o'sishi hamda jami 6,04 milliard AQSh dollarini tashkil qilishi kutilmoqda"¹. Mazkur holat iqtisodiyotni rivojlantirish hamda xizmatlar sohasi ko'rsatkichlarini yaxshilash maqsadida mamlakatlar tomonidan mehmonxona biznesini moliyalashtirish masalalariga katta e'tibor qaratilayotganligini ko'rsatmoqda.

Jahon miqyosida mehmonxona biznesini moliyalashtirish va rivojlantirishda qo'shimcha pul mablag'larini jalb etish va undan samarali foydalanish bo'yicha keng qamrovli ilmiy tadqiqotlar olib borilgan. Mazkur tadqiqotlarda, asosan, mehmonxona biznesining iqtisodiyotdagi o'rni, mehmonxona turlari va ularni moliyalashtirishning mohiyati, investorlar moliyaviy resurslarini mehmonxona biznesiga jalb etishning ahamiyati hamda mehmonxona biznesini nazoratga olish masalalari qamrab olingan. Biroq, mazkur tadqiqotlarda mehmonxona biznesini moliyalashtirishda mahalliy va xorijiy investorlarning bo'sh pul mablag'larini jalb etish masalalari yetarlicha tadqiq etilmaganligi sohaning rivojlanishiga to'sqinlik qilmoqda. Shu sababli xorijiy tadqiqotchilar tomonidan mehmonxona biznesini moliyalashtirishning zamonaviy yo'nalishlarini aniqlash, ularning xususiyatlarini o'rganish, mehmonxona biznesini moliyalashtirishda obligatsiyalar va imtiyozli aksiyalar chiqarish va shu orqali ulardan tushadigan pul mablag'larni yangi loyihalarga yo'naltirish, mehmonxona biznesida qo'llaniladigan moliyaviy instrumentlar daromadlilikini ta'minlash kabi masalalarga alohida e'tibor qaratilmoqda. Xalqaro moliyaviy tashkilotlar va yetakchi tadqiqot institutlari

¹ <https://www.giiresearch.com/report/dmin1390163-global-hostel-market.html> - Global Information xalqaro statistik ma'lumotlar e'lon qilib boruvchi veb-sayt ma'lumotlari

tomonidan mehmonxona biznesini moliyalashtirishning samarali shakllari va tamoyillarini ishlab chiqishga qaratilgan ilmiy tendensiyalar kuchaymoqda.

Shuni alohida qayd etish kerakki, mamlakatimizda mehmondo'stlik industriyasini, xususan, mehmonxona biznesini rivojlantirish maqsadida bir qator islohotlar amalga oshirilmoqda. Bunda mehmonxona biznesini moliyalashtirishni takomillashtirish va uning moliyaviy resurslaridan samarali foydalanish masalalariga alohida e'tibor berilmoqda. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.Mirziyoyev ham o'z o'rnida "turizm - iqtisodiyotning muhim tarmoqlaridan biri. Mavjud imkoniyatlardan samarali foydalangan holda, ushbu tarmoqni yanada takomillashtirish zarur, buni davrning o'zi taqozo etmoqda",² - deya ta'kidlab o'tgan. Mehmonxona biznesi faoliyatini samarali tashkil etish va ularning faoliyat mexanizmlari samaradorligini oshirish xo'jalik yurituvchi subyektlar uchun ko'plab imkoniyatlarni taqdim etadi. Mehmonxona biznesini moliyalashtirishni takomillashtirish, uning ta'minot yo'nalishlarini to'g'ri yo'lga qo'yish ular umumiy faoliyatini rivojlantirishda asosiy o'rin egallaydi. Mamlakatda mehmonxona biznesini moliyalashtirishning bugungi holatidan kelib chiqqan holda mehmondo'stlik industriyasi faolligini oshirish va ularni rivojlantirish dolzarb ahamiyat kasb etadi.

Dunyoda mehmondo'stlik industriyasida mehmonxona biznesini moliyalashtirishni rivojlantirish va takomillashtirishi bo'yicha keng qamrovli ilmiy tadqiqotlar olib borilmoqda. Xususan, xorijlik iqtisodchi olimlardan D. Kay, J. Pratt, M. Warner, I. Wijaya, A.Moro, F. Occhino, R. Harrison, Y. Li, S. Vigne, Y. Wu, W. Leoński, M.Staniewski, T. Szopiński, K. Awru, I. Lyapina, N. Kabushen, G. Bondarenko, O.Akova, G. Cetin, I. Cifci, Z. Serrasqueiro, P. Nunes, S. Jang, Ch. Tang, M. Chen³ kabilar mehmonxona biznesini moliyalashtirish bo'yicha qator tadqiqotlar olib borgan.

²O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning, bosh vazir o'rinbosari, tegishli idora va vazirliklar vakillari ishtirokida turizmni rivojlantirishga bag'ishlangan yig'ilish, 03.10.2017; <https://sputniknews-uz.com/20171004/6451356.html>

³ Kay D. L., Pratt J. E., Warner M. E. Role of services in regional economy growth //Growth and Change. – 2007. – T. 38. – №. 3. – C. 419-442.; Ibrahim Fatwa Wijaya, Andrea Moro. Trustworthiness and margins in Islamic small business financing: Evidence from Indonesia. // Borsa Istanbul Review, Volume 22, Supplement 1, December 2022, Pages S35-S46.; Filippo Occhino. The macroeconomic effects of business tax cuts with debt financing and

Mahalliy olimlardan M. Pardayev, T. Malikov, B. Mamatov, D. Xujamkulov, O. Nurbekov, O. Rashidov, X. Qurbonov, R. Karlibayeva, S. Elmirzayev, N.Karimov, M. Baymurotova, D. Abdikarimova, S. Gulyamov, N. Jumanov, D.Raxmonov, M. Tashxodjayev, R. Olimjonov, A. Temirov, D. Abduraimov, X.Musayev, M. Rustamov, M. Aliyeva⁴ kabilar mehmonxona biznesini moliyalashtirishning nazariy-iqtisodiy asoslari va tashkiliy jihatlariga to‘xtalib o‘tgan.

M.Pardayev va boshqalar tomonidan mehmonxona biznesini moliyalashtirish jarayonida samaradorlikni aniqlash va baholash masalalari o‘rganilgan. M.Aliyeva tomonidan esa mehmonxona biznesini moliyalashtirishda korporativ moliyaviy munosabatlar, mehmonxona biznesini rivojlantirishning joriy tendensiyalari va mavjud muammolarni o‘rgangan. Biroq, mazkur tadqiqot ishlarida mehmonxona biznesini moliyalashtirishning zamonaviy yo‘nalishlari

accelerated depreciation. // *Economic Modelling*, Volume 125, August 2023.; Richard Harrison, Youwei Li, Samuel A. Vigne, Yuliang Wu. Why do small businesses have difficulty in accessing bank financing? // *International Review of Financial Analysis*, Volume 84, November 2022. Wojciech Leoński. Crowdfunding as an innovative source of financing business initiatives in Poland. // *Procedia Computer Science*, Volume 207, 2022, Pages 2921-2929. Marcin W. Staniewski, Tomasz Szopiński, Katarzyna Awru. Setting up a business and funding sources. // *Journal of Business Research*, 69 (2016) 2108–2112.; Ляпина И.Ю. Организация и технология гостиничного обслуживания. Учебник для нач. проф. образования. — М.: Проф Обр Издат, 2001. — 208 с. — ISBN: 5-94231-050-5.; Кабушкин Н.И., Бондаренко Г.А. Менеджмент гостиниц и ресторанов. — Минск: Новое знание, 2002. — С. 58.; Управление качеством: Учебник для вузов / Под ред. С.Д.Ильенковой. — М.: Юнити-Дана, 2004. — С. 78.; Orhan Akova, Gurel Cetin, Ibrahim Cifci, The Relation between Demographic Factors and the Turnover Intention in Pre-opening Hotel Businesses, *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, Volume 207, 2015, Pages 377-384.; Zélia Serrasqueiro, Paulo Maçãs Nunes, Financing behaviour of Portuguese SMEs in hotel industry, *International Journal of Hospitality Management*, Volume 43, 2014, Pages 98-107, ISSN 0278-4319.; Soocheong (Shawn) Jang, Chun-Hung Hugo Tang, Ming-Hsiang Chen. Financing behaviors of hotel companies. // *International Journal of Hospitality Management*, September, 2008. - 478-487 pp.;

⁴ Пардаев М.Қ. ва бошқалар. Турфирмалар молиявий хўжалик фаолияти таҳлили. Маърузалар курси. Самарқанд, СамИСИ, 2011.б. 144-145.; Маликов Т.С. Молия: назарий асослар. Ўқув қўлланма. Тошкент.: “Нур дурдоналари” 2021 йил, 296-бет.; B.Mamatov, D.Xujamkulov, O.Nurbekov. Investitsiyalarni tashkil etish va moliyalashtirish. // Darslik. T.: Iqtisod-Moliya, 2014. 449-b.; Rashidov O.Yu, Qurbonov X.A., Karlibaeva. R.X. Investitsiyalarni tashkil etish va moliyalashtirish. // O‘quv qo‘llanma. — T.: O‘zbekiston Yozuvchilar uyushmasi Adabiyot jamg‘armasi nashriyoti, 2005. — 33-b.; Элмирзаев С. Корпоратив молия: Дарслик — Т.: Иктисод-молия, 2019 йил, - 364 бет.; Каримов Н.Г., Баймуротова М.Т. Молия ва молиявий муносабатларнинг айрим назарий жиҳатлари //“Иктисодиёт ва инновацион технологиялар”. № 2, март-апрел, 2016 йил. 339-347-бетлар.; D.Abdikarimova. Aksiya qiymatini baholash usullari va tahlili. // “Xalqaro moliya va hisob” ilmiy jurnali, № 2, aprel, 2021. — 10 b.; Gulyamov S., Jumanov N., Raxmonov D., Tashxodjaev M.. Ijtimoiy sohada investitsiyalarning samaradorligi. Monografiya //T: Iqtisodiyot. — 2019. — S. 205-206.; Olimjonov , R., & Temirov, A. A. (2023). Moliyaviy resurslar va ularning korxona faoliyatidagi ahamiyati . research and education, 2(4), 490–495.; Abduraimov D.M. Turizm infratuzilmasida iqtisodiy faoliyatni amalga oshirish omillari va xususiyatlari //Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar” ilmiy elektron jurnali. — 2021. — T. 2.; Мусаев Х.Х. Туристик ташкилотлар молиявий-инвестицион фаолиятини такомиллаштириш. И.ф. б. ф. д. (PhD) дар. ол. уч. ёз. дисс. автор.-Т.: ТМИ. 2023 й., — 57 б.; Rustamov M.S.. Kichik biznes subyektlarini kreditlash metodologiyasini takomillashtirish. f. d. (DSc) dar. ol. uch. yoz. diss. avtor.-T.: TMI. 2023 y., — 79 b.; М.Т.Алиева. Меҳмонхона менежменти. // Дарслик, Т.:, 2007. — 203 б.

yetarlicha tadqiq etilmaganligi hamda moliyalashtirish shakllarining o'ziga xos xususiyatlari va tashkiliy mexanizmlari keng qamrovda o'rganilmaganligi mazkur sohada ilmiy tadqiqotlarni olib borishning ahamiyati yuqori ekanligini ko'rsatadi.

Tadqiqotning maqsadi mamlakatimizda mehmonxona biznesini moliyalashtirishni takomillashtirish bo'yicha takliflar ishlab chiqishdan iborat.

Tadqiqotning vazifalari quyidagilardan iborat:

biznesni moliyalashtirishning iqtisodiy asoslarini o'rganish;

mehmonxona biznesini moliyalashtirishning mohiyati va ahamiyatini o'rganish;

mehmonxona biznesini moliyalashtirishning tashkiliy jihatlari va moliyaviy resurs jalb qilish usullarini tadqiq etish;

O'zbekistonda mehmonxona biznesini moliyalashtirish manbalari tarkibi, tuzilmasi, ularga xos bo'lgan tendensiyalarni tahlil qilish;

O'zbekistonda mehmonxona biznesini moliyalashtirish manbalari tahlilini amalga oshirish;

O'zbekistonda hududiy investitsiya dasturi doirasida mehmonxona biznesi bo'yicha amalga oshirilgan loyihalarni tadqiq etish;

xorijiy mamlakatlarda mehmonxona biznesini moliyalashtirishning zamonaviy yo'nalishlarini o'rganish;

mamlakatimizda mehmonxona biznesini moliyalashtirishni takomillashtirish masalalari bo'yicha taklif va tavsiyalar ishlab chiqish.

Tadqiqotning obyekti sifatida O'zbekiston Respublikasida mehmonxona biznesida faoliyat ko'rsatuvchi xo'jalik subyektlari olingan.

Mehmonxona biznesini moliyalashtirish jarayonida yuzaga keladigan iqtisodiy-moliyaviy munosabatlar mazkur tadqiqotning predmeti hisoblanadi.

I BOB. MEHMONXONA BIZNESINI MOLİYALASHTIRISHNING IQTISODIY-NAZARIY ASOSLARI

1.1. Biznesni moliyalashtirishning iqtisodiy asoslari

Rivojlangan mamlakatlar amaliyotida tijorat banklari, investitsiya fondlari va turli institutsional investorlar biznes shakllarini moliyalashtirishning asosiy ishtirokchilari sifatida namoyon bo'lmoqda. Shu sababli, so'nggi yillarda kompaniyalarni moliyalashtirish bo'yicha ko'plab tadqiqotlar o'tkazildi. O'tkazilgan tadqiqotlar va izlanishlar natijasida bugungi kunda xalqaro amaliyotda korporativ moliyalashtirishning ko'plab shakllari mavjud. Korxonani moliyalashtirishda uning tarmoq xususiyatlarini, rentabellik darajasini, mamlakat iqtisodiyotidagi makro-sanoat ko'rsatkichlari darajasini, moliyaviy va investitsiya infratuzilmasining rivojlanishini, fond birjasining mamlakatda moliyalashtirish tuzilmasi sifatidagi rolini, kapitalning darajasi va xususiyatlarini hisobga olish kerak moliyalashtirish manbalaridan olingan baholash. Yuqoridagi jihatlardan kelib chiqqan holda shuni ta'kidlash kerakki, korxonalarni moliyalashtirish murakkab jarayon bo'lib, ushbu jarayonni o'rganish zarurligini ko'rsatadi. Shu sababli, biz korporativ moliyalashtirishning nazariy va iqtisodiy jihatlarini quyida muhokama qilamiz.

Iqtisodiyotni modernizatsiya qilish sharoitida ishlab chiqarishning roli pasayib borib, undagi ayrim tarmoqlar xizmatlar sohasiga transformatsiya bo'ladi⁵. Yangi texnologiyalarning paydo bo'lishi biznes infratuzilmasini tubdan o'zgartiradi va moliyalashtirish imkoniyatlarini oshiradi.

Korxonalarni moliyalashtirishning nazariy va iqtisodiy asoslari batafsil o'rganildi. I. Vijaya va A. Moro bank menejerlari bilan munosabatlar kichik biznes uchun muhim, chunki ular moliyaviy resurslardan foydalanishni osonlashtiradi. Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, munosabatlarning davomiyligi, kreditlarning

⁵ Kay D. L., Pratt J. E., Warner M. E. Role of services in regional economy growth //Growth and Change. – 2007. – T. 38. – №. 3. – C. 419-442.

kontsentratsiyasi va turli xil bank mahsulotlaridan foydalanish kredit holatiga, foiz stavkalariga va garovga ta'sir qilishini ta'kidlagan⁶. Kompaniyani moliyalashtirishda bank kreditlariga murojaat qilish rivojlanayotgan va rivojlangan mamlakatlarda keng tarqalgan. Zero, bu jarayonda bank kreditlari barcha kichik va yirik biznesni moliyalashtirishning asosiy manbai bo'lib xizmat qiladi.

F. Occhino⁷ o'z izlanishlarida qarz evaziga moliyalashtirish va tezlashtirilgan amortizatsiya orqali moliyalashtirishga atroflicha to'xtalib o'tgan. Qarz asosida moliyalashtirish va tezlashtirilgan amortizatsiya investitsiya qarorlari uchun empirik ahamiyatga ega va korporativ soliq imtiyozlarining investitsiyalarga ta'sirini ko'rsatadi. Ko'plab tadqiqotlar bilvosita dalillarni taqdim etadi qarzni moliyalashtirish investitsiyalarga ta'sir qiladi, qarzni moliyalashtirishga bog'liq bo'lgan kapitalning o'rtacha og'irligi investitsiya qarorlariga ta'sir qiladi. Qarzni moliyalashtirish haqida gap ketganda, kapitalni baholashga va kapitalning o'rtacha tortilgan qiymatiga e'tibor qaratish muhim hisoblanadi.

R.Harrison va boshqalar⁸ qayd etishicha, Kichik va o'rta biznesni Bank tomonidan moliyalashtirish bugungi kunda keng miqyosda amalga oshirilmoqda. Natijalar shuni ko'rsatadiki, bu jarayonda makroiqtisodiy sharoitlar muhim ahamiyatga ega. Kreditga bo'lgan talabning ortishi bank aktsiyalarining narxiga salbiy ta'sir ko'rsatmaydi, kredit ta'minoti esa kichik va o'rta biznes vakillari tomonidan bank kreditlarini olishda qiyinchiliklar tug'diradi. Rivojlanayotgan mamlakatlarda korxonalarni bank kreditlari hisobidan moliyalashtirish moliyalashtirishning asosiy shakli sifatida keng tarqalgan bo'lsa-da, banklarning iqtisodiyotdagi asosiy moliyalashtirish tuzilmasi sifatida namoyon bo'lishi mamlakatda amal qiladigan moliya bozori modeliga ham bog'liq.

Kraudfanding ko'pchilik tomonidan moliyalashtirish amaliyoti hisoblanadi. Mazkur amaliyotda ma'lum bir loyiha yoki maqsadga erishmoqchi bo'lgan

⁶ Ibrahim Fatwa Wijaya, Andrea Moro. Trustworthiness and margins in Islamic small business financing: Evidence from Indonesia. // Borsa Istanbul Review, Volume 22, Supplement 1, December 2022, Pages S35-S46.

⁷ Filippo Occhino. The macroeconomic effects of business tax cuts with debt financing and accelerated depreciation. // Economic Modelling, Volume 125, August 2023.

⁸ Richard Harrison, Youwei Li, Samuel A. Vigne, Yuliang Wu. Why do small businesses have difficulty in accessing bank financing? // International Review of Financial Analysis, Volume 84, November 2022.

tashkilot yoki loyihaga investorlar tomonidan o'z mablag'lari va turli resurslari investitsiya qilinadi. Bugungi kunda kraudfanding ham O'zbekiston uchun begona emas, amalda bu usuldan foydalanilgan holatlar mavjud. Misol uchun, agar odam sog'lig'i bilan bog'liq muammolar yuzaga kelganda jarrohlik yoki davolanish uchun zarur pulni yig'ishi kerak bo'lsa, onlayn ijtimoiy tarmoqlar va turli veb-saytlarda plastik karta raqamlarini qoldirgan holda yordam so'raladigan holatlar mavjud. Shu bilan birga, kraudfandingni iqtisodiy va ijtimoiy sohada rivojlanish va innovatsiyalar uchun amalga oshirilishi kutilayotgan loyihalarda g'oyalarni moliyalashtirishga yo'naltirish juda muhimdir.

W. Leonski⁹ tadqiqotlarida kraudfanding orqali moliyalashtirishni o'rgangan. Kraudfanding bugungi bozorda yangi biznes tashabbuslarini moliyalashtirishning eng tez rivojlanayotgan muqobil usullaridan biridir. Kraudfandingning rivojlanishi, shubhasiz, axborot texnologiyalari va kompyuter tarmoqlarining rivojlanishi bilan bog'liq. Kraudfanding sizga biznes, madaniyat, jamoat, sport yoki xayriya kabi turli loyihalarni moliyalashtirish uchun internetdan foydalanish imkonini beradi. Ushbu turdagi moliyalashtirish jozibador, innovatsion g'oyaga ega bo'lgan, ammo uni amalga oshirish uchun moliyaviy imkoniyatlarga ega bo'lmagan loyiha egalari uchun alohida qiziqish uyg'otadi. Mazkur moliyalashtirish shakli, asosan, startup loyihalar uchun qulay hisoblanadi.

M. Staniewski va boshqalar¹⁰ kapital bozoridan moliyaviy resurslar jalb qilish masalalarini o'rgangan. Kapital bozori iqtisodiy o'sishning harakatlantiruvchi kuchidir. Biznesni rivojlantirishning dastlabki bosqichida ham moliyalashtirishning to'g'ri shaklini tanlash muvaffaqiyatning asosiy omili hisoblanadi. Amalda, ko'plab mamlakatlar kapitalning eng katta manbai sifatida o'z mablag'lariga ega. Xalqaro amaliyotda biznesni moliyalashtirishda kapital bozori instrumentlaridan keng foydalanilishini ta'kidlash lozim.

⁹ Wojciech Leoński. Crowdfunding as an innovative source of financing business initiatives in Poland. // *Procedia Computer Science*, Volume 207, 2022, Pages 2921-2929.

¹⁰ Marcin W. Staniewski, Tomasz Szopiński, Katarzyna Awru. Setting up a business and funding sources. // *Journal of Business Research*, 69 (2016) 2108–2112.

O. Olamide¹¹ biznesni moliyalashtirishda rejalashtirishning ahamiyatiga to'xtalib o'tgan. Aniq moliyalashtirish rejasida bo'lmagan kompaniya raqobatchilar va bozor rahbarlari raqobatiga kirishda muammolarga duch kelmoqda. Shuning uchun iqtisodiy muvaffaqiyatga erishishda ma'lum rejalarga muvofiq moliyalashtirishga alohida e'tibor qaratish lozim. Kompaniya tomonidan o'ziga mos moliyalashtirish manbasining tanlanishi kompaniyaning bozordagi o'rnini belgilab beradi.

M. Caglayan va F. Demir¹² kredit va qimmatli qog'ozlar bozori orqali ichki va tashqi moliyalashtirishning yaxshilanishi xususiy sektor kompaniyalari va kichik biznes vakillari uchun muhim ustunlikka erishishga yordam berishini ta'kidlab o'tgan. Kompaniyani moliyalashtirishda samarali moliyalashtirish shaklini tanlash ham muhim hisoblanadi.

S. Hahn va S. Hossain¹³ biznesda moliyaviy potensial oshishining ahamiyatini tadqiq qilgan. Moliyaviy imkoniyatlar kompaniyaning strategik rivojlanishi va o'sishida muhim rol o'ynaydi. Yirik kompaniyalarning katta moliyaviy imkoniyatlarga ega bo'lishi tadbirkorlik tashabbuslari va bandlikni rag'batlantiradi. Biroq, bunday imkoniyatlar bandlik va ularni ishlab chiqarish darajasi kabi biznes xususiyatlariga bog'liq. Boshqa tomondan, kichik kompaniyalar bozor o'zgarishlariga tez moslashsa ham, strategik tanqislikka olib kelishi mumkin bo'lgan kapital cheklovlariga duch kelishadi. Korporativ moliyalashtirish shakllarini tanlashda kompaniyaning kichik yoki yirik kompaniya ekanligi ham alohida tashvish tug'diradi. Korxona turiga qarab moliyalashtirish shaklini tanlash moliyalashtirish samaradorligini oshiradi.

Moliyalashtirish tashkilot, korxona, turli iqtisodiy loyihalarni moliyaviy resurslar (pul oqimlari) bilan ta'minlashdir. Moliyalashtirish tashkilot va korxonalarning o'z mablag'lari, davlat resurslari, byudjet tizimi, kredit resurslar,

¹¹ Olusanmi Olamide. FUNDING YOUR BUSINESS. // Covenant University, Raising a new Generation of Leaders, 2021.

¹² Caglayan, M. & Demir, F. Firm productivity, exchange rate movements, sources of finance, and export orientation. World Development, 54, 2014. - 204-219.

¹³ Sejin Hahn, Sarafat Hossain. Impacts of COVID-19: Funding Business Operations and Adapting Marketing Strategies. // Umeå School of Business and Economics Master's Thesis in Business Administration I, 15 Credits, Spring 2021.

yuridik va jismoniy shaxslarning qarzlari hisobidan amalga oshirilishi mumkin¹⁴. Biznesni moliyalashtirishning turli xil manbalari mavjudligi biznesning tarmoq xususiyatidan kelib chiqib turli imkoniyatlarni taqdim etishi mumkin.

Korxonalarning moliyaviy resurslarining asosiy manbalari sotishdan tushgan daromad, shuningdek qarzga olingan va jalb qilingan resurslardir. Markazlashtirilmagan moliyaviy resurslarning hajmi ular bilan bog'liq bo'lgan markazlashtirilgan omillarga mos keladi, ammo ularning markazlashtirish darajasi hajmiga qarab o'zgaradi¹⁵. Moliyaviy resurslar biznes subyektlari faoliyatining asosi hisoblanadi. Shu sababli moliyaviy resurslar tarkibi juda muhimdir.

Korxonaning moliyaviy resurslari-barcha turdagi faoliyatni amalga oshirish uchun zarur bo'lgan mablag'larni shakllantirishda to'planadigan korxona mablag'larining barcha manbalari, shuningdek, ularning daromadlari, jamg'armalari va kapitallari, shuningdek, boshqa ish haqi turlaridan shakllanadi¹⁶. Bizning tadqiqotlarimiz mehmonxona biznesida moliyaviy resurslarni o'z vaqtida topish va muomalani nazorat qilish uchun muhimdir, ammo bu biznesda kompaniyaning obro'si muhim o'rinni egallaydi va raqobat kurashida etakchilik qilish uchun mehmonxona doimiy ravishda katta miqdordagi mablag'larni talab qiladigan faoliyatni yangilaydi.

Loyihaviy moliyalashtirish yuqori kapital talab qiladigan uzoq muddatli biznes tashabbuslarini moliyalashtirishni anglatadi. Ushbu jarayonda maxsus maqsadli loyihalarga alohida e'tibor qaratiladi, ularning aktivlari loyihalardan hosil bo'lgan pul oqimidan foydalangan holda va garov vazifasini bajaruvchi kreditorlar oldidagi qarzlarni to'lash uchun yagona manba sifatida ishlatiladi¹⁷.

A. Firouzi va A. Meshkani¹⁸ loyihani moliyalashtirish va biznesni moliyalashtirish uchun sindikatlashtirilgan kreditlardan foydalanish

¹⁴ Нешиной А. С. Понятие финансирования и его формы. Инвестиции: Учебник. — 5-е изд., перераб. и испр.. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2007. — 372 с.

¹⁵ Федулова С.Ф. Теория и практика финансов: учебник / С.Ф. Федулова. — Ижевск, Изд-во Института экономики и управления, ФГБОУ ВПО «УдГУ», 2018— 580 с.

¹⁶ Финансы предприятий : учеб. / под ред. М. В. Романовского. С.-Пб. : Бизнес-пресса. 2000. С. 13–20, 27, 29.

¹⁷ Stefano Gatti. Introduction to the Theory and Practice of Project Finance. // Project Finance in Theory and Practice (Fourth Edition), Designing, Structuring, and Financing Private and Public Projects, 2024. - Pages 1-35.

¹⁸ Afshin Firouzi, Ali Meshkani. Risk-based optimization of the debt service schedule in renewable energy project finance. // Utilities Policy, Volume 70, June 2021.

imkoniyatlarini o'rganishdi. Loyihani moliyalashtirish butun dunyo bo'ylab qayta tiklanadigan energiya manbalarini talab qiladigan loyihalarda qo'llaniladi. Yirik banklar va institutsional investorlar kabi moliya institutlari infratuzilma loyihalari uchun sindikatlashtirilgan kreditlar berishda faol ishtirok etib, ushbu loyihalar egalari uchun sharoitlarni yaxshilash uchun raqobatlashmoqda. Yirik banklar va boshqa institutsional investorlar tomonidan biznes shakllarini moliyalashtirish mamlakatlar iqtisodiyotida muhim o'rin egalladi.

R. Bruner¹⁹ tadqiqot ishlarida risklarni boshqarish va daromadlarni diversifikatsiya qilish uchun biznesni moliyalashtirishda loyihalarni moliyalashtirish muhimligini ta'kidlagan. Loyihani moliyalashtirish katta kapital qo'yimalarni talab qiladigan loyihalarni moliyalashtirish uchun ishlatiladi. Loyihani moliyalashtirish an'anaviy moliyalashtirish strategiyalariga qaraganda ko'proq xatarlarni boshqarish va daromadlarni diversifikatsiya qilishga imkon beradi. Moliyalashtirishning ushbu usuli ma'lum bir moliyaviy xavfni bartaraf etish qobiliyatiga ega bo'lgan loyihalar uchun tavsiya etiladi. Biznesni moliyalashtirishda loyihalarni moliyalashtirishdan foydalanish umumiy moliyalashtirish xarajatlarining past bo'lishiga olib keladi, bu esa iste'molchilar va investorlarga ortiqcha yo'qotishlarni engib o'tishga va aks holda amalga oshirib bo'lmaydigan loyihalarni muvaffaqiyatli yakunlashga imkon beradi."Loyihalarni moliyalashtirishning bir qator ijobiy xususiyatlarining mavjudligi tadbirkorlik faoliyatini moliyalashtirishda ushbu moliyalashtirish shakllaridan foydalanish imkoniyatini oshiradi.

M. Kammoun va boshqalar²⁰ loyihaviy moliyalashtirish va maxsus maqsadli loyihalarni amalga oshirish muhim ekanligini qayd etgan. Maxsus maqsadli loyihalar investitsiya kompaniyalaridan qonuniy ravishda mustaqildir. Ushbu sektor o'sib bormoqda va yirik xalqaro investitsiya loyihalari bilan ajralib turadi.

¹⁹ Robert F. Bruner. Project Financing: an Economic Overview. // Article in SSRN Electronic Journal, October 2008.

²⁰ Manel Kammoun, Gabriel J. Power, Djerry C. Tandja. Capital market reactions to project finance loans. // Finance Research Letters, Volume 45, March 2022.
<https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1544612321001963>

Biznes loyihalarini moliyalashtirishda maqsadli loyihalarning roli biznesni rivojlantirish uchun muhim hisoblanadi.

J. Barroco va M. Herrera²¹ fikricha, loyihaviy moliyalashtirish qayta tiklanadigan energiya bilan bog'liq loyihalar uchun kapitalni jalb qilishning kuchli vositasidir, ammo rivojlanayotgan mamlakatlar bu jarayonda qiyinchiliklarga duch kelishmoqda. Loyihaviy moliyalashtirishdan keng foydalanish darajasi mamlakat iqtisodiyotining rivojlanish darajasiga ham bog'liqligini qayd etish lozim.

A. Garcia-Bernabeu²² boshchiligidagi mualliflar jamoasining izlanishlariga ko'ra, loyihaviy moliyalashtirishning asosiy afzalligi resurssiz moliyalashtirish imkonini berishida hisoblanadi. Bu kompaniyalar uchun yuqori darajadagi leverejni ta'minlaydi va qarzni balansdan tashqari hisob-kitob qilishga imkon beradi. Kelishuvlarning katta hajmda ekanligi risklarni taqsimlashga imkon beradi va an'anaviy moliyalashtirish usullariga nisbatan samarali daromad keltiradi. Loyihaviy moliyalashtirishning kamchiliklaridan biri ishtirokchilar sonining ko'payishi tufayli jarayonning murakkabligi hisoblanadi. Loyihaviy moliyalashtirish yuqori tranzaksiya xarajatlarini o'z ichiga oladi va loyihani moliyalashtirish uchun jalb qilingan kapital bahosi qimmatroq hisoblanadi. Shu sababli bank talablari keng miqyosdagi moliyaviy, texnik va risk tahlillarini amalga oshirishni nazarda tutadi. Loyihaviy moliyalashtirishning afzalliklari va kamchiliklarini aniqlab olish biznes egasi uchun mazkur moliyalashtirish shaklining qanchalik mos kelishini aniqlashga yordam beradi.

Iqtisodiyotni modernizatsiya qilish ustuvor tarmoqlarda investitsiyalarni loyihaviy moliyalashtirishni rivojlantirishning zarurligini quyidagilar bilan izohlash mumkin. Birinchidan, investitsiyalarni loyihaviy moliyalashtirish yirik obyektlar barpo etish bog'liq katta xarajatlarni moliyalashtirishni nazarda tutadi. Ikkinchidan, loyihaviy moliyalashtirishda investitsiya resurslari birlashib, yirik investitsiya loyihasini oshirish va moliyalashtirishga safarbar etiladi. Uchinchidan,

²¹ Jose Barroco, Maria Herrera. Clearing barriers to project finance for renewable energy in developing countries: A Philippines case study. // Energy Policy, Volume 135, December 2019

²² A. Garcia-Bernabeu, F. Mayor-Vitoria, F. Mas-Verdu. Project Finance Recent Applications and Future Trends: The State of the Art. // International Journal of Business and Economics, Vol. 14, No. 2, 2015. - 159-178 pp.

iqtisodiyotning ustuvor tarmoqlarida yirik ishlab chiqarish loyihalarini amalga oshirish kompleks ekspertizaning yoki loyihaviy tahlilning tegishli tartibda amalga oshirilishini talab qiladi. To'rtinchidan, moliyalashtirishda risklarni ishtirokchilar o'rtasida taqsimlash orqali loyiha samaradorligini ta'minlaydi²³.

Loyihaviy moliyalashtirish bank kreditining bir turi bo'lib, investitsiya loyihalari amalga oshirilgan taqdirda, qarz beruvchi ham qisman yoki to'liq javobgarlikni (tavakkalchilikni) o'z zimmasiga oladi. Maxsus kompaniyalar loyihalarni qurishda bevosita ishtirok etadilar. Oddiy kredit operatsiyalarida, bank mijozning to'lov qobiliyati, loyiha holati bilan qiziqsa, loyihani moliyalashtirishning asosiy yo'nalishi loyihani tahlil qilishdir. Shu maqsadda loyiha samaradorlik darajasini baholash, "zararsizlik nuqtasini" belgilash kabi usullar qo'llaniladi. Loyihalarni moliyalashtirishda yuqori darajadagi tavakkalchilikni hisobga olgan holda, kreditorlar investitsiya loyihalarini amalga oshirishda risklarni boshqarish eng foydali bo'lishini ta'minlashga harakat qilishadi. Xavflarni kamaytirishning an'anaviy usullaridan tashqari, infessional loyihalarni amalga oshirishda ishtirokchilarga tarqatish usullari ham qo'llaniladi. Loyihalarni moliyalashtirishda xavf darajasi, investorlarning faoliyati, zararsizlikni aniqlash muhim jihatlari sifatida ko'rib chiqilishi kerak²⁴.

S.Elmirzayev va B.Mamatov²⁵ biznesni moliyalashtirishda aksiyalarni ommaviy joylashtirish amaliyotlarining ahamiyati va o'rniga to'xtalib o'tgan. Aksiyalarni ommaviy joylashtirish kompaniyalar uchun qulay kapitalni jalb qilish orqali yuqori samaradorlikka xizmat qilsa-da, investorlar va aholi uchun daromad manbalarini diversifikatsiya qilish va ko'paytirishga xizmat qiladi. Bugungi iqtisodiyotni faol raqamlashtirish doirasida aksiyalarni ommaviy joylashtirish amaliyoti globallashtirib bormoqda. Bu shuni anglatadiki, IPO amaliyotlari global amaliyot sifatida qaraladi. Bunga bugungi texnologik ishlanmalar to'liq yordam

²³ B.Mamatov, D.Xujamkulov, O.Nurbekov. Investitsiyalarni tashkil etish va moliyalashtirish. // Darslik. T.: Iqtisod-Moliya, 2014. 449-b.

²⁴ Rashidov O.Yu, Qurbonov X.A., Karlibaeva. R.X. Investitsiyalarni tashkil etish va moliyalashtirish. // O'quv qo'llanma. — T.: O'zbekiston Yozuvchilar uyushmasi Adabiyot jamg'armasi nashriyoti, 2005. — 33-b.

²⁵ Elmirzayev, S., & Mamatov, B. (2022). АКЦИЈЛАРНИ ОММАВИЙ ЖОЙЛАШТИРИШ АМАЛИЁТЛАРИНИ САМАРАЛИ ТАШКИЛ ЭТИШ МАСАЛАЛАРИ . *МОЛИЯ ВА БАНК ИШИ*, 8(4), 105–110. Retrieved from <https://journal.bfa.uz/index.php/bfaj/article/view/102>

beradi. Aksiyalarni ommaviy joylashtirish amaliyotidan foydalanish biznesni rivojlantirishga xizmat qilibgina qolmasdan, balki milliy kapital bozorini rivojlantirishga ham yordam beradi.

Mamlakatimizda fond bozorini rivojlantirish tobora muhim ahamiyat kasb etmoqda. Fond bozorining rivojlanishi aktsiyadorlik jamiyatlari faoliyatisiz amalga oshirilmaydi. Bunday holda, aktsiyadorlik jamiyatlari aktsiyalarining qiymatini baholash orqali investorlarni jalb qilish mumkin²⁶. Biznesni moliyalashtirishda fond bozorining ahamiyati mamlakatda amal qiluvchi moliya bozor modeliga ham bog'liq bo'lsada, mamlakatda fond bozorini rivojlantirish bo'yicha amalga oshirilayotgan chora-tadbirlar qimmatli qog'ozlar orqali biznesni moliyalashtirish imkoniyatlarini oshirib berishi mumkin.

Kapital bozorini rivojlantirish, institutsional investorlarning kapitali va xizmatlari va kapital bozorida keng miqyosda ishtirok etish uchun mexanik maslahatchilardan foydalanadigan o'z mablag'lari bugungi kunda samarali usullardir. Institutsional investorlar xalqaro kapital bozorlari amaliyotida yuqori moliyaviy resurslarni yaratishi mumkin bo'lgan robo-maslahat xizmatlaridan foydalanadilar. Biznesni rivojlantirish uchun moliyaviy resurslarni olish uchun robo-maslahatchilar kabi zamonaviy moliyaviy texnologiyalarning imkoniyatlaridan foydalanish kapital bozorining rivojlanishiga yordam beradi²⁷.

Biznesni moliyalashtirish bo'yicha ilmiy tadqiqotlar olib borayotgan olimlar kichik biznes omon qolish va rivojlanish uchun moliyaviy resurslarga muhtoj deya qayd etishgan. Ushbu manbalar turli xil manbalardan, jumladan an'anaviy banklar, muqobil kreditorlar, davlat grantlari, halol investorlar, ventur kapitalistlari va shaxsiy jamg'armalardan olinishi mumkin. Kichik biznes egalari o'z imkoniyatlarini sinchkovlik bilan tortib, o'zlarining noyob biznes modeli va maqsadlariga eng mos keladigan moliyalashtirish manbasini tanlashlari zarur²⁸.

²⁶ D.Abdikarimova. Aksiya qiymatini baholash usullari va tahlili. // "Xalqaro moliya va hisob" ilmiy jurnali, № 2, aprel, 2021. – 10 b.

²⁷ Omonov S. KAPITAL BOZORIDA MOLIYAVIY TEXNOLOGIYALARDAN FOYDALANISHDA ROBOMASLAHATCHILARNING O'RNI //Приоритетные направления, современные тенденции и перспективы развития финансового рынка. – 2023. – С. 313-315.

²⁸ Xidirova N., Safarova N. Kichik biznesning moliyaviy resurs manbalari //Molodie uchenie. – 2023. – T. 1. – №. 3. – S. 50-52.

Bizningcha, moliyalashtirish manbalarini operativ, qisqa va uzoq muddatli turkumga bo'lib olish hamda ulardan to'g'ri foydalanish biznesning taraqqiy topishiga ta'sir ko'rsatadi.

O'z-o'zini moliyalashtirish prinsipini amalga oshirish uchun quyidagi shartlarga rioya qilish kerak: joriy va investitsiya faoliyati xarajatlarini qoplash uchun yetarli miqdordagi kapitalni tejash; kapitalni taqsimlashning eng yaxshi yo'nalishini tanlash; asosiy kapitalni doimiy ravishda yangilash; tovar va moliya bozorlari ehtiyojlariga moslashish²⁹. Fikrimizcha, biznesni moliyalashtirishda o'z-o'zini moliyalashtirish davriy xususiyatga ega bo'lib, pul oqimlaridan samarali foydalanishni tashkil etishda muhim ahamiyatga ega.

Ishlab chiqarish va iste'molga yo'naltirilgan pullik iqtisodiy resurslarning shakli moliyaviy resurslardir. Moliyaviy resurslar xo'jalik yurituvchi subyektlar va mamlakatlar tomonidan ishlab chiqarishni kengaytirish (takror ishlab chiqarish), ishchilarni (ishchilarni) moddiy rag'batlantirish va jamiyat va jamiyatning boshqa ehtiyojlarini qondirishga qaratilgan turli xil daromadlar, transferlar va daromadlar hisobiga shakllantiriladi³⁰. Moliyaviy resurslarni jalb qilgandan so'ng korxona mazkur resurslardan qanday maqsadda foydalanishini tashkil etish ham e'tiborga molik jihatdir.

Biznesni moliyalashtirishning mazmun-mohiyati va ahamiyati, umuman, iqtisodiy asoslarini yuqoridagi tadqiqotchi olimlarning izlanishlari asosida o'rganish biznesni moliyalashtirishning qanchalik keng ko'lamda tashkil etilishi va xilma-xil xususiyatlarga ega ekanligini tushunishga yordam beradi.

²⁹ Элмирзаев С. Корпоратив молия: Дарслик – Т.: Иқтисод-молия, 2019 йил, - 364 бет.

³⁰ Каримов Н.Г., Баймуротова М.Т. Молия ва молиявий муносабатларнинг айрим назарий жиҳатлари //“Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар”. № 2, март-апрел, 2016 йил. 339-347-бетлар.

1.2. Mehmonxona biznesini moliyalashtirishning mohiyati va ahamiyati

Mamlakatimizda korporativ moliyalashtirish manbalari yetarlicha keng emas va mavjud moliyalashtirish manbalaridan foydalanish imkoniyati to'liq ta'minlanmagan. Milliy amaliyotda biznesni moliyalashtirishning asosiy shakli sifatida asosan bank kreditlari qo'llaniladi. Fond birjalari va boshqa kredit tashkilotlaridan kapitalni jalb qilish operatsiyasi qoniqarli darajada emas, ya'ni kapitalning yuqori narxi va jalb qilish davrining davomiyligi kabi narsalarga alohida e'tibor berish kerak. Ushbu holat joriy davlat amaliyotida mehmonxona biznesini moliyalashtirish jarayoniga ham salbiy ta'sir ko'rsatmoqda. Shuning uchun, quyida biz tadqiqotchilarning tarkibga bo'lgan munosabati va mehmonxona biznesini moliyalashtirishning ahamiyati, masalan, jarayonning ba'zi tafsilotlari haqida to'xtalamiz.

Hozirgi vaqtda mehmonxona biznesini samarali tashkil etish va biznesning rentabelligini oshirish bo'yicha ilmiy izlanishlar olib borayotgan ko'plab mahalliy va xorijiy olimlar mavjud. Mehmonxonalarni boshqarish va uning samaradorligi bo'yicha ilmiy tadqiqotlar olib boradigan iqtisodiy olimlarning fikriga ko'ra, mehmonxona nomi mehmonni kutish, ya'ni uning ehtiyojlarini qondirish demakdir. Sog'lom fikr nuqtai nazaridan, agar odamning odatiy ehtiyojlari—ovqatlanish, dam olish va uxlash qondirilmasa, mehmondo'stlik haqida gapirish mumkin emas³¹. Shu o'rinda ta'kidlash joizki, mehmonxona insoniyatning asosiy ehtiyojlarini qondiradigan va umumiy ovqatlanish sanoatining asosiy funktsiyalarini tavsiflovchi turar joy sifatida tasvirlangan.

Har qanday sohada bo'lgani kabi mehmonxona biznesini moliyalashtirishda ham o'ziga yarasha qiyinchilik va muammolar mavjud. "Mehmonxona butun kun davomida ko'plab jarayonlar sodir bo'luvchi tuzilma hisoblanadi va unda mijozlarga xonalar berilishi, ulardan qulay va xavfsiz foydalanishga yo'naltirilgan qo'shimcha xizmatlar ko'rsatilishi zarur"³². Mehmonxonada mijozlar oqimini

³¹ Alieva M.T. Mehmonxona menejmenti. Darslik. T.: "Iqtisod-moliya", 2007. 335-bet.

³² M.T.Alieva Mehmonxona menejmenti. Darslik. T.: "Iqtisod-moliya", 2007. 335-bet.

ko'paytirishda xizmatlar va mahsulotlar sifati muhim ahamiyat kasb etib, ularni bir me'yorda ushlab turish moliyalashtirish manbalarini kengaytirishni talab etadi.

Iqtisodchi olimlar ta'kidlashicha: "Mehmonxona - uyidan tashqaridagi odamlarga kompleks xizmatlar ko'rsatuvchi korxona bo'lib, ular orasida joylashtirish va ovqatlantirish xizmatlari teng darajada muhim (kompleks xosil qiluvchi) xizmatlardir. Ushbu ta'rifda mehmonxonada ikki asosiy xizmat - joylashtirish va ovqatlantirishning bo'lishi shartligi ko'rsatiladi. Bunda ularning o'zaro nisbati jiddiy farq qilishi mumkin"³³. Shu o'rinda ta'kidlash joizki, mehmonxona xizmatlaridan keng foydalanuvchilar sifatida bir hududdan boshqa hududga kichik muddatdaga ish yuzasidan yoki o'qishga boruvchilarni e'tirof etish mumkin.

"Mehmonxona biznesi" tushunchasi mehmonxona industriyasi sifatida, ya'ni butun bir tizimli sanoat sifatida talqin etiladi. Ilmiy adabiyotlarda qayd etilganidek: "Mehmonxona industriyasi iqtisodiy faoliyatning bir turi sifatida ma'lum haq evaziga mehmonxona, motel, kemping, pensionat va shunga o'xshash boshqa joylarda qisqa muddatli yashashni tashkillashtirish xizmatlaridan iboratdir"³⁴. Ushbu soha o'zida kompleks birlashmalarning tizimli ishlashidan tarkib topadi.

Shuningdek, boshqa iqtisodiy adabiyotlarda qayd etilishicha, mehmonxona sanoati mehmondo'stlik tizimining mohiyatidir. U insoniyat tarixidagi har qanday ijtimoiy shakllanishga xos bo'lgan mehmonni hurmat qilish, qabul qilish va liturgik nishonlash kabi eng qadimiy an'analariga asoslanadi. Shuni ta'kidlash kerakki, sayyohlik markazi va sayyohlar tranzitda va ekskursiyalar hisobidan yashaydigan joylar mavjud. Ammo bu holda, yaxshi foyda olish uchun turistik mahsulot yaxshilikni ifodalovchi xususiyatga ega bo'lishi kerak. Bugungi kunda mehmonxona sanoati (mehmonlarni qabul qilish) mintaqa yoki kurort iqtisodiyotining eng kuchli tizimi bo'lib, turizm iqtisodiyotining muhim qismidir³⁵. Ushbu o'rinda ta'kidlash joizki, mehmonxona industriyasi mehmonxona

³³ Salimova B.X., Alieva M.T. Mehmonxona menejmenti. Darslik. T.: "Iqtisod-moliya", 2005. 295-bet.

³⁴ Ляпина И.Ю. Организация и технология гостиничного обслуживания. Учебник для нач. проф. образования. — М.: Проф Обр Издат, 2001. — 208 с. — ИСБН: 5-94231-050-5

³⁵ D.S.Umirova "Mehmonxona xo'jaligini boshqarish". O'quv qo'llanma. Toshkent.: "Iqtisodiyot", 124 bet.

biznesidan kengroq tushuncha bo‘lib, bizning fikrimizcha, mehmona industriyasi mehmonxona biznesi va unga ta’sir etuvchi boshqa tarmoqlarni yaxlit tizim sifatida qaralashini aks ettiradi.

Mehmonxona biznesini tashkil etishda, albatta, butun bir infratuzilma, ya’ni mehmondo‘stlik sanoati samarali tashkil etish va moliyalashtirish manbalarini belgilab olish, ushbu tarmoq rivojiga katta hissa qo‘shadi. Ushbu sohada ilmiy tadqiqot olib borayotgan olimlar fikricha, mehmondo‘stlik sanoati-bu mehmondo‘stlik tamoyillariga asoslangan xizmat ko‘rsatish shakllaridan tashkil topgan, mehmonlarga do‘stona munosabat bilan ajralib turadigan biznes sohasi. Shu sababli, mehmonxona sanoatini turli yo‘llar bilan mehmonlarni qabul qilish va xizmat ko‘rsatish bilan bog‘liq bo‘lgan xizmat ko‘rsatish bozoriga ixtisoslashgan korxona sifatida tushunish mumkin³⁶. Mintaqalarda mehmondo‘stlik sanoati rivojlanishda milliy mintalitet va xizmatlar infratuzilmasi alohida o‘rin egallaydi.

Yuqoridagi fikrlarga asoslangan holda o‘zida iqtisodiyotning tarkibiy qismlarini mujassam etgan va ma’lum davr uchun insonlarni boshpana hamda ovqatlanish ehtiyojlarini qondiruvchi yaxlit kompleks tizimlardan iborat maskan mehmonxona deyiladi. Mehmonxona sanoatida sifatli xizmat ko‘rsatish muhim ahamiyat kasb etadi. Mehmonxona biznesi xizmatlari boshqa yo‘nalishlardan kompleks tashkillashtirilganligi va mijozlarning birlamchi hamda ikkilamchi ehtiyojlarini bir vaqtning o‘zida qondirishi bilan ham ajralib turishi, albatta, jarayonni samarali, xizmat ko‘rsatishni yuqori sifatli amalga oshirish zarurligini keltirib chiqaradi. Bu esa, o‘z navbatida, mehmonxonaning doimiy ravishda moliyaviy resurslarga ehtiyoji yuqoriligini anglatadi.

Mamlakatda mehmonxona binzesini rivojlantirish va uni moliyalashtirish imkoniyatlarini oshirishda turizmni rivojlantirish muhim ahamiyatga ega. Shu sababli qator iqtisodchilar tomonidan masalalar yuzasidan tadqiqotlar olib borilgan. N.I.Kabushkin va G.A.Bondarenko³⁷ ta’kidlashicha, insonning biron joyga borishi u yerda mehmonxona bor-yo‘qligiga har doim ham bog‘liq emas,

³⁶ Kamilova F.Q., Hamidov O.H. Mehmondo‘stlik industriyasi. O‘quv qo‘llanma. TDIU.2007

³⁷ Кабушкин Н.И., Бондаренко Г.А. Менеджмент гостиниц и ресторанов. – Минск: Новое знание, 2002. – С. 58.

balki dam olish, sport bilan shug'ullanish, davolanish, cho'milish kabi sabablar bilan ham borishi mumkin. Odamlar o'zlarining mehnat ta'tili vaqtida biron joyga borishini mo'ljallagan bo'lsa, oldin o'sha joyni, hududni, davlatni ko'rishni rejalashtiradi. Faqat bundan keyingina qanday mehmonxonada joylashishi haqida o'ylaydi. Ammo bunday ketma-ketlik hamma vaqt ham amalga oshavermaydi. Tanlov boshqa tartibda ham bo'lishi mumkin, inson faqat ma'lum mehmonxona xizmatlaridan foydalanmokchi bo'lsa, u oldin mehmonxonani tanlashi ham mumkin. Shu tufayli mehmonxonalarning reklamasi xalqaro miqyosda ham keng tashkil qilinishi lozim.

S.D.Ilenkova va boshqalar³⁸ fikricha, har bir mehmon faqat o'ziga ko'rsatiladigan xizmat jarayoni bilan cheklanib qolmaydi. Yurish-turish va yashash qoidalariga ko'ra, u boshqa mehmonlarga ham ko'rsatilayotgan xizmatlardan mamnun bo'lish lozim. Demak, mehmonxonalar daromadini oshirishda mazkur jihatlarga e'tibor qaratish lozim.

Xorijlik iqtisodchi olimlardan Orhan Akova, Gurel Cetin, Ibrahim Cifci³⁹ mehmonxona ishini tashkil etishda demografik omillarni inobatga olish kerakligini o'zlarining ilmiy tadqiqot ishlarida tahlil etganlar. Ularning fikricha mehmonxona biznesida ko'proq erkaklarning ish qo'nimsizligi yuqori darajada va ushbu holat ish samaradorligiga to'g'ridan- to'g'ri ta'sir etadi.

Kichik va o'rta korxonalar kapitalni ko'p talab qiladigan korxonalardir, shuning uchun ular yuqori darajadagi asosiy vositalarga ega va ular kreditorlarning xavfsizligini ta'minlay olishlari sababli qarzni osongina olishlari mumkin. Biroq, kichik va o'rta mehmonxona biznesining kapital talab qiladigan tabiati kompaniyaning xavfini oshirishi mumkin, chunki yuqori doimiy xarajatlar biznesdagi o'zgarishlar bilan o'zgarmaydi, shuning uchun daromad juda o'zgaruvchan. Shu sababli, leverajdagi o'zgarishlar asosiy vositalar sifatida kichik va o'rta mehmonxona biznesiga mos keladimi yoki yo'qligini tahlil qilish katta

³⁸ Управление качеством: Учебник для вузов / Под ред. С.Д.Ильенковой. – М.: Юнити-Дана, 2004. – С. 78.

³⁹ Orhan Akova, Gurel Cetin, Ibrahim Cifci, The Relation between Demographic Factors and the Turnover Intention in Pre-opening Hotel Businesses, Procedia - Social and Behavioral Sciences, Volume 207, 2015, Pages 377-384

ahamiyatga ega⁴⁰. Kichik biznes toifasidagi mehmonxonalarning to'lov qobiliyatini doimiy ravishda tahlil qilib borilishi lozim. Fikrimizcha, mehmonxona biznes faoliyatni boshlashda barcha risklarni hisobga olish va ularga nisbatan strategiyalarni ishlab chiqish g'oyatda muhim ahamiyat kasb etadi. Buning uchun, avvalambor, mehmonxona qanday shaklda tashkil topishi va uning oldiga qo'ygan strategik maqsadlarning moliyalashtirish manbalari bilan mosligini tahlil etish zarur.

S.Jang va boshqalar o'z tadqiqotlarida mehmonxonalarni moliyalashtirish xususiyatlarini o'rganishgan. Xususan, "asosiy vositalar va qisqa muddatli majburiyatlar o'rtasidagi muddatning mos kelmasligi, ichki va tashqi muhitga qarab tovar-moddiy zaxiralarni moliyalashtirish manbalarini moslashtirish zarurati va operatsion aktivlarning aksiyadorlik kapitaliga yuqori darajada bog'liqligi"⁴¹ shular jumlasidandir.

F.Sardo va boshqalar⁴² tomonidan olib borilgan izlanishlarda kichik va o'rta biznes sifatida faoliyat yuritadigan mehmonxonalarning rentabelligi tajriba, malaka, xodimlar va menejerlarning bilim darajasi, o'zgaruvchan daromad va kapital tuzilishi kabi bir qancha omillarga bog'liq, ekanligini ta'kidlagan.

A.Kopanelli⁴³ tomonidan mehmonxona moliyasi bo'yicha tadqiqotlar olib borilgan. Moliyaviy hisobotni tahlil qilishda uchta qaror qabul qilish usulini ko'rib chiqish kerak. Birinchidan, mehmonxonalarga to'g'ridan-to'g'ri sarmoya kiritish to'g'risidagi qaror turli investitsiya loyihalarini topish, ulardan birini tanlash va baholash bilan bevosita bog'liq. Ikkinchidan, mehmonxonalarni moliyalashtirish bo'yicha qarorlar turli xil uzoq muddatli korporativ moliyalashtirish usullari (masalan, uzoq muddatli kreditlar, oddiy aksiyalar, imtiyozli aksiyalar)ni hisobga

⁴⁰ Zélia Serrasqueiro, Paulo Maças Nunes, Financing behaviour of Portuguese SMEs in hotel industry, *International Journal of Hospitality Management*, Volume 43, 2014, Pages 98-107, ISSN 0278-4319

⁴¹ Soochong (Shawn) Jang, Chun-Hung Hugo Tang, Ming-Hsiang Chen. Financing behaviors of hotel companies. // *International Journal of Hospitality Management*, September, 2008. - 478-487 pp. https://www.researchgate.net/publication/278716513_Financing_behaviors_of_hotel_companies

⁴² Filipe Sardo, Zélia Serrasqueiro, Helena Alves. On the relationship between intellectual capital and financial performance: A panel data analysis on SME hotels. // *International Journal of Hospitality Management*, Volume 75, September 2018, Pages 67-74. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S027843191730590X>

⁴³ Anastasia Kopanelli. Finance, Marketing, Management and Strategy Planning. A Qualitative Research Method Analysis of Case Studies in Business Hotels in Patras and in Athens. // *Procedia Economics and Finance*, Volume 9, 2014, Pages 472-487. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2212567114000495>

oladigan kapitalning maqbul tuzilishi bilan bevosita bog'liqdir. Uchinchidan, dividend siyosati to'g'risida qaror qabul qilish deganda kompaniya foyda olganda yoki kompaniya foydasini saqlab qolganda va turli investitsiya loyihalariga sarmoya kiritganda aktsiyadorlarga dividendlar to'lash to'g'risidagi qaror tushuniladi.

Z. Serrasqueiro va P. Nunes⁴⁴ ta'kidlashicha, mehmonxona sanoatida kompaniyalar kompaniyaning moliyaviy xatti-harakatlariga ta'sir qilishi mumkin bo'lgan o'ziga xos xususiyatlarga ega. Mehmondo'stlik kompaniyalarining kapital talab qiladigan tabiati mehmonxonalar xavfini oshirishi mumkin, chunki daromadlarning o'zgarishi sotuvdagi o'zgarishlar natijasida yuqori darajadagi doimiy xarajatlar tufayli yuzaga keladi. Mehmonxonalar turli biznes shakllaridagi kichik, o'rta yoki yirik biznes vakillari bo'lishi mumkin. Mazkur jihat ham mehmonxona biznesini moliyalashtirishga ta'sir ko'rsatadi.

Mamlakatda turizmni rivojlantirishda mehmonxona biznesini rivojlantirish muhim ahamiyatga ega. Shu sababli qator iqtisodchilar tomonidan mazkur soha bo'yicha tadqiqotlar olib borilgan. F.Zhang va boshqalar⁴⁵ning fikricha, mehmonxona sanoatidagi operatsiyalar boshqa sohalaridagidan farq qiladi, chunki mehmondo'stlik sanoatida birlashish va qo'shilish bilan shug'ullanadigan kompaniyalar birlashgandan keyin ijobiy natijalarga erishdilar. Natijalar shuni ko'rsatadiki, ichki operatsiyalar va guruh xaridlari mehmondo'stlik sanoatida eng keng tarqalgan bitimlardir. Qo'shma Shtatlar, Buyuk Britaniya va Avstraliya eng faol uchta mamlakat hisoblanadi. Bundan tashqari, mehmonxonalar faoliyatida birlashishlar va qo'shib olishlar amaliyotidan foydalanish, mazkur jarayonning har bir bosqichiga e'tibor qaratish lozim.

Iqtisodiyotni rivojlanish va modernizatsiyalashuvi jarayonida, har qanday biznes subyektining qo'shimcha moliyalashtirishga bo'lgan ehtiyoji oshib

⁴⁴ Zélia Serrasqueiro, Paulo Maças Nunes. Financing behaviour of Portuguese SMEs in hotel industry. // International Journal of Hospitality Management, Volume 43, October 2014, Pages 98-107. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0278431914001418>

⁴⁵ Fan Zhang, Qu Xiao, Rob Law, Seoki Lee. Mergers and acquisitions in the hotel industry: A comprehensive review. // International Journal of Hospitality Management, Volume 91, October 2020. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0278431919304712>

boraveradi. Chunki, bozor iqtisodiyoti sharoitida yangi loyiha va innovatsiyalarsiz raqobat kurashida bo'lish va o'z mahsulotlarini realizatsiya qilish imkoni bo'lmaydi. Iqtisodchi olimlar ta'kidlaganidek: "Ijtimoiy sohada doimiy ravishda investitsiyalar oqimini to'g'ri yo'naltirish va yangi loyihalarni amalga oshirish milliy iqtisodiyotni rivojlanishiga o'z ta'sirini ko'rsatadi"⁴⁶. Mehmonxona biznesini moliyalashtirish ham doimiy ravishda investitsion resurslarga muhtojdir.

Shu o'rinda mehmonxona resurslarini samarali boshqarishni ham alohida qayd etish joizki, modernizatsiya sharoitida iqtisodiyotni samarali boshqarish korxonaning resurs salohiyatini optimallashtirishni ta'minlaydi. Bunday holda, mablag'larni samarali boshqarishning ahamiyati oshadi. Bunday holda, moliyaviy vositalar eng muhim hisoblanadi, chunki u to'g'ridan-to'g'ri va qisqa muddatli barcha shakllarda korxonaning resurslaridan biri bo'lishi mumkin bo'lgan yagona resursdir⁴⁷. Fikrimizcha, mehmonxona biznesini samarali tashkil etish va yuqori foyda olish resurslar sarfini optimallashtirish hamda yuqori salohiyatli personalni shakllantirishga bog'liqdir.

Turizm va mehmonxona biznesi ajralmas birlik sifatida qarasak mubolag'a bo'lmaydi. Xususan, ushbu sohada ilmiy tadqiqot olib borayotgan iqtisodchi olimlarning ta'biricha, hozirgi vaqtda turizm sohasi ko'plab rivojlanayotgan mamlakatlar uchun muhim daromad manbai hisoblanadi. Mahsulotlar va xizmatlarning turizm eksporti milliy iqtisodiyotda qo'shimcha talabni keltirib chiqaradi va aholining bandlik darajasini oshirish va chet el valyutasi importining ko'payishini ta'minlaydi. Shu bois turizm sohasi ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish va barqarorlikni ta'minlashda muhim o'rin tutadi⁴⁸. Bu o'rinda qayd etish joizki, ichki va tashqi turizmni hajmini oshirish uchun uni qo'llab-quvvatlovchi infratuzilma mavjud bo'lishi, ayniqsa, mehmonxonalar shunga yarasha mos bo'lishi lozimdir.

⁴⁶ Gulyamov S., Jumanov N., Raxmonov D., Tashxodjaev M.. Ijtimoiy sohada investitsiyalarning samaradorligi. Monografiya //T: Iqtisodiyot. – 2019. – S. 205-206.

⁴⁷ Olimjonov , R., & Temirov, A. A. (2023). Moliyaviy resurslar va ularning korxona faoliyatidagi ahamiyati . research and education, 2(4), 490–495.

⁴⁸ Abduraimov D.M. Turizm infratuzilmasida iqtisodiy faoliyatni amalga oshirish omillari va xususiyatlari //Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar" ilmiy elektron jurnali. – 2021. – T. 2.

Mehmonxona ayrim iqtisodiy adabiyotlarda turistik tashkilot sifatida namoyon bo'ladi. Iqtisodchilar ta'kidlaganidek: "Turistik tashkilot faoliyatining moliyaviy va investitsiya mexanizmining funktsiyalariga quyidagilar kiradi: moliyaviy munosabatlarni oqilona tashkil etish; iqtisodiy faoliyatning o'ziga xos xususiyatiga ko'ra pul munosabatlarining qat'iy tizimini o'rnatish; turistik tashkilotdagi pul oqimi va barcha moliyaviy resurslarni, ayniqsa, ushbu jarayonda oqilona boshqarish. investitsiyadan keyingi boshqaruvning barqaror xarajatlari asosiy xarajatlarning 70-80% gacha oshadi. Buning asosiy sababi shundaki, energiya, texnik xizmat ko'rsatish, shaxsiy xarajatlar, amortizatsiya, foizlar va shunga o'xshash xarajatlar chiziqning yaxlitligidan qat'i nazar, uzluksizlikni ko'rsatishi kerak"⁴⁹. Bu o'rinda tadqiqotchilar, o'zlarining ilmiy ishlarida mehmonxona biznesiga ta'sir etuvchi omillarni iqtisodiy matematik usullar orqali baholaganlar.

Mamlakatda turizmning rivojlanish darajasi mehmonxona biznesini moliyalashtirish mexanizmini samarali amalga oshirish uchun muhimdir. Turizm nafaqat iqtisodiy rivojlanishning kuchli vositasi, balki mintaqaning iqtisodiy rivojlanishida mehmonxonaning mavqeini oshirish uchun ma'lum bir mintaqaning imidjini yaratishga xizmat qiladi. Turizm va umumiy ovqatlanish sanoatning ajralmas qismidir. Mehmonxonalarga bo'lgan ehtiyojning ortishi turizmni rivojlantirish bilan bevosita bog'liqdir. Jahon amaliyotidan ma'lumki, turizmning rivojlanishi milliy iqtisodiyotning o'sishiga, kam rivojlangan hududlarning rivojlanishiga, aholi bandligining oshishiga, turmush madaniyatining oshishiga olib keladi. Mamlakatda turizmning rivojlanishi bilan mamlakatning iqtisodiy va ijtimoiy hayoti ham o'sib bormoqda. Shu tufayli ko'plab mamlakatlar sayyohlik markazlariga aylandi. Bunday mamlakatlarning iqtisodiy rivojlanishi asosan turizm hisobiga amalga oshiriladi va mehmonxonalar fermasi tizimi, uning ajralmas qismi ham tarmoqlar tomonidan shakllantiriladi. Shu sababli, mehmonxonalar faoliyatini

⁴⁹ Мусаев Х.Х. Туристический механизм развития гостиничного бизнеса. И.ф. б. ф. д. (PhD) дар. ол. уч. ёз. дисс. автор.-Т.: ТМИ. 2023 й., – 57 б.

moliyalashtirish ehtimolini oshirish uchun turizm yo'nalishlarini o'rganish muhimdir.

Shuni alohida qayd etish joizki, mehmonxonada xarajatlarni kamaytirish moliyalashtirish tizimining optimallasuvi bilan chambarchas bog'liq bo'lib, to'g'ri yo'naltirilgan pul oqimlari biznes uchun kelgusida daromad olib kelishini kuzatishimiz mumkin.

Mehmonxona biznesi moliyasini o'rganar ekanmiz, avvalambor, moliyaviy oqimlar tushunchasini ko'rib chiqish lozimdir. T. Malikov fikricha, "Korxonalarning jamg'armalari, daromadlari hamda markazlashtirilgan va markazlashtirilmagan moliyaviy resurslar fondlarini shakllantirish va ulardan foydalanish jarayonidagi pul mablag'larining miqdoriy va sifat jihatidan harakatiga moliyaviy oqim deyiladi. Moliyaviy oqimlarning hajmi ular asosida shakllanishi lozim bo'lgan moliyaviy resurslar fondlarining o'lchamiga bog'liqdir"⁵⁰. Mehmonxona biznesini moliyalashtirishda moliyaviy resurslarni shakllantirish muhim ahamiyat kasb etadi. Zero, moliyaviy resurslar korxona faoliyatida ishlab chiqarish va xizmt ko'rsatish jarayonida zarur bo'lgan pul mablag'larni ta'minlaydi.

Zamonaviy mehmonxonalar hajmi, balandligi-pastligi, tuzilish turi, qulaylik darajasi, ishlash tartibi (doimiy, mavsumiy), joylashuvi (shahar, kurort, qishloq), funktsional maqsadi, oziq-ovqat ta'minoti, yashash muddati, sinf darajasi bilan farqlanadi.

Zamonaviy mehmonxonalar nafaqat turar joy sifatida xizmat qiladi, balki ko'pincha nomerlar fondining bir qismi ofislar, kompaniyalar va muassasalarning vaqtinchalik vakili sifatida ham qo'llaniladi. Bundan tashqari, faoliyatni samarali tashkil etish uchun mablag' manbalari doimiy ravishda zarur. Axir, korxonadan daromad oqimini ta'minlash uchun yangi loyihalarni amalga oshirish yoki jarayonni diversifikatsiya qilish kerak. Biroq, mehmonxona biznesida qo'shimcha moliyalashtirish manbalarisiz yangi xizmatlar va xonalar sonini ko'paytirish imkoniyati mavjud emas.

⁵⁰ Маликов Т.С. Молия: назарий асослар. Ўқув қўлланма. Тошкент.: "Нур дурдоналари" 2021 йил, 296-бет.

Xalqaro amaliyotdan ma'lumki, mehmonxona biznesi aksariyat holda kichik va o'rta biznes shaklida tashkil etiladi. Xususan, iqtisodchi olimlarimiz ta'kidlaganidek: "Kichik va o'rta korxonalar butun dunyo bo'ylab korxonalarning aksariyat qismini tashkil qilib, yangi ish o'rinlari yaratish hamda global iqtisodiy rivojlanishga muhim hissa qo'shmoqda. Ular butun dunyo bo'ylab korxonalarning qariyb 90 foizini va bandlikning 50 foizdan ortig'ini ta'minlamoqda. Shuningdek, rasmiy kichik va o'rta korxonalar rivojlanayotgan mamlakatlarda milliy daromadning 40 foizigacha hissa qo'shadi. Jahon banki mutaxassislarining hisob-kitoblariga ko'ra, 2030 yilga borib, kichik va o'rta korxonalar tomonidan 600 million ish o'rni yaratilishi prognoz qilinmoqda, kichik va o'rta korxonalarni rivojlantirishni dunyodagi ko'plab mamlakatlar uchun ustuvor vazifaga aylantirish kutilmoqda"⁵¹. Ushbu o'rinda aytish joizki, dunyodagi ko'plab mamlakatlar kichik biznesni ham siyosiy, ham iqtisodiy tomondan qo'llab-quvvatlaydilar. Bu esa mehmonxona biznesini boshlashda kichik biznesning ahamiyatini oshiradi.

"Xarajatlarni hisobga olish va biznes nisbati mehmonxona sanoati uchun yaxshi barometrdir. Kompaniyaning ushbu tarmoqdagi operatsion ko'rsatkichlarini tahlil qilish diagnostika vositasidir. Ushbu nisbat odatda tegishli tashkilot tomonidan e'lon qilingan o'xshash savdo stavkalari bilan taqqoslanadi"⁵².

"Ish haqi va tegishli xarajatlar (27-32%) xarajatlarning katta qismini tashkil qiladi, chunki mehmonxona egalari yuqori sifatli, yaxshi haq to'lanadigan menejerlar va ko'plab xizmat ko'rsatuvchi xodimlarga ega bo'lgan ishbilarmonlarga, shu jumladan ko'p sonli malakasiz mehnatga muhtoj. yordamchi xizmatlar bilan shug'ullanadi, lekin zarur muhit yaratish uchun qulaylik va mehmondo'stlik kabilarga ham e'tibor berish lozim. Shu sababli zamonaviy mehmonxonalarining iqtisodiy tuzilishi sizning barqaror daromadingizni

⁵¹ Rustamov M.S.. Kichik biznes sub'ektlarini kreditlash metodologiyasini takomillashtirish. f. d. (DSc) dar. ol. uch. yoz. diss. avtor.-T.: TMI. 2023 y., – 79 b.

⁵² М.Т.Алиева. Меҳмонхона менежменти. // Дарслик, Т.:, 2007. – 203 б.

ta'minlaydigan bir xil ko'rsatkichlarga qaratilgan"⁵³. Mehmonxona biznesida xarajatlarni boshqarish ham muhim ahamiyat kasb etishini qayd etish lozim.

Mehmonxona faoliyatida bir qator ko'rsatkichlarni alohida ko'rib chiqish va mazkur ko'rsatkichlarni turizm samaradorligini ifodalash uchun qo'llash mumkin. Bular tarkibiga quyidagilar kiritilgan: turfirmalar mehnat unumdorligi, turfirmalar xarajatlari samaradorligi; turfirmalar aktivlari samaradorligi, turfirmalar o'z mablag'lari samaradorligi, turfirmalar asosiy vositalari samaradorligi⁵⁴.

X.M.Mamatqulovning e'tirof etishicha, mehmonxona industriyasiga hozirda ishlab chiqarish korxonasi, servis muassasi va tashkiloti sifatida qaraydi⁵⁵.

"Mehmonxona xizmatlarida mijoz va ijrochi o'rtasidagi o'zaro aloqalar jarayoni shunga olib keladiki, bunda iste'molchining fikri faoliyatning sifati, natijalari, samaradorligini baholashda muhim ahamiyatga ega bo'ladi. Boshqa tomondan sifat darajasini oshirish har doim xizmat ko'rsatishning qo'shimcha xossalarni barpo etishga talab qilinadigan xarajatlarning oshishi bilan bog'liq bo'ladi, ya'ni mehmonlar yuqori sifatli xizmatlarni yuqori baholarda oladilar. Mehmon xizmatlarni bahosi va sifati hamda mehmonxona biznesini tashkil etishning kategoriyasiga ("yulduzliligi"ga) mos xizmatlar to'plami xususiyatlari va o'zining moliyaviy imkoniyatlari bo'yicha tanlaydi"⁵⁶. Mehmonxona biznesida ularni darajalarga ajratish va xizmatlar sifati bo'yicha mijozlarning fikrini o'rganishda mehmonxonalar kategoriyalari muhim ahamiyatga ega.

Yuqoridagi tadqiqotchilar fikrini inobatga olgan holda ta'kidlash mumkinki, mehmonxona sohasini rivojlantirish mamlakat iqtisodiyotini, jumladan, turizm va mehmonxona sohalarini rivojlantirishda muhim hisoblanadi. Qolaversa, mehmonxona moliyasini samrali tashkil etish mazkur sohani jadal rivojlantirishga yordam beradi.

⁵³ Д.И. Абидова. Меҳмонхона хўжалигида бошқарув қарорлари самарадорлигини ошириш йўллари. // "Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар" илмий электрон журнали. № 3, май-июнь, 2015 йил. – 3 б.

⁵⁴ Пардаев М.Қ. ва бошқалар. Турфирмалар молиявий хўжалик фаолияти таҳлили. Маърузалар курси. Самарқанд, СамИСИ, 2011.Б. 144-145.

⁵⁵ Маматкулов Х.М. Хизмат кўрсатиш соҳасига оид атамалар ва иборалар изоҳли луғати.- Т.: "ИҚТИСОД-МОЛИЯ" нашриёти, 2010. Б.167-168.

⁵⁶ Ахмедов Умид Хуршидович. Меҳмонхоналарда туристик хизмат кўрсатиш сифати ва самарадорлигини бошқариш. // "Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар" илмий электрон журнали. № 5, сентябрь-октябрь, 2018 йил. – 7 б.

1.3. Mehmonxona biznesini moliyalashtirishning tashkiliy jihatlari va moliyaviy resurs jalb qilish usullari

Mehmonxona biznesi faoliyatning xima-xilligi va undagi ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlarning bog‘lanishi bilan qolgan tadbirkorlik faoliyatlaridan farq qiladi. Ushbu jihatlari, albatta, turli huquqiy normativ hujjatlarda o‘z aksini topgan va ular orqali tartibga solinadi. Xususan, O‘zbekiston Respublikasida mehmonxona biznesini tashkil etish va xizmatlarni ko‘rsatishda bir qancha normativ hujjatlar qabul qilingan bo‘lib, quyidagicha turkumlarga ajratishimiz mumkin (1.1-jadval).

1.1-jadval asosida shuni ta’kidlash joizki, O‘zbekiston Respublikasida mehmonxona biznesiga oid jami 721ta hujjat qabul qilingan bo‘lib, ularning 78 foizi O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti va O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining qarorlaridan iboratdir. Shuningdek, 2023 yil 1 iyun holatiga mehmonxona biznesidagi munosabatlar 6 ta kodeks, 16 ta qonun, 75 ta farmon, 412 ta qaror, 6 ta farmoyish, 27 ta buyruq, 1 ta standart bilan tartibga solinmoqda.

1.1-jadval

O‘zbekistonda mehmonxona sohasiga taalluqli bo‘lgan huquqiy-normativ hujjatlar⁵⁷

Huquqiy-normativ hujjat	Amaldagi hujjatlar	O‘z kuchini yo‘qotgan hujjatlar	Jami
Kodeks	6	-	6
Qonun	16	6	22
Farmon	75	8	83
Qaror	412	152	564
Farmoyish	6	2	8
Buyruq	27	14	41
Nizom	-	1	1
Yo‘riqnoma	-	1	1
Tartib	-	2	2
Qoidalar	-	3	3
Standart	1	3	4
Jami	549	198	721

⁵⁷ www.lex.uz - O‘zbekiston Milliy qonunchilik bazasi asosida muallif tomonidan shakllantirilgan

O‘zbekistonda mehmonxona biznesini moliyalashtirish va undagi ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlarni tartibga solishning huquqiy-normativ asoslari quyidagilardan iboratdir:

- O‘zbekiston Respublikasining Soliq Kodeksi;
- O‘zbekiston Respublikasining Fuqarolik Kodeksi;
- O‘zbekiston Respublikasining Shaharsozlik Kodeksi;
- O‘zbekiston Respublikasining “Maxsus iqtisodiy zonalar to‘g‘risida”gi

Qonuni;

O‘zbekiston Respublikasining “Turizm” to‘g‘risida Qonuni;

- O‘zbekiston Respublikasining “Nogironligi bo‘lgan shaxslarning huquqlari” to‘g‘risida Qonuni;

- O‘zbekiston Respublikasining “Mahsulotlar va xizmatlarni sertifikatlashtirish to‘g‘risida”gi Qonun;

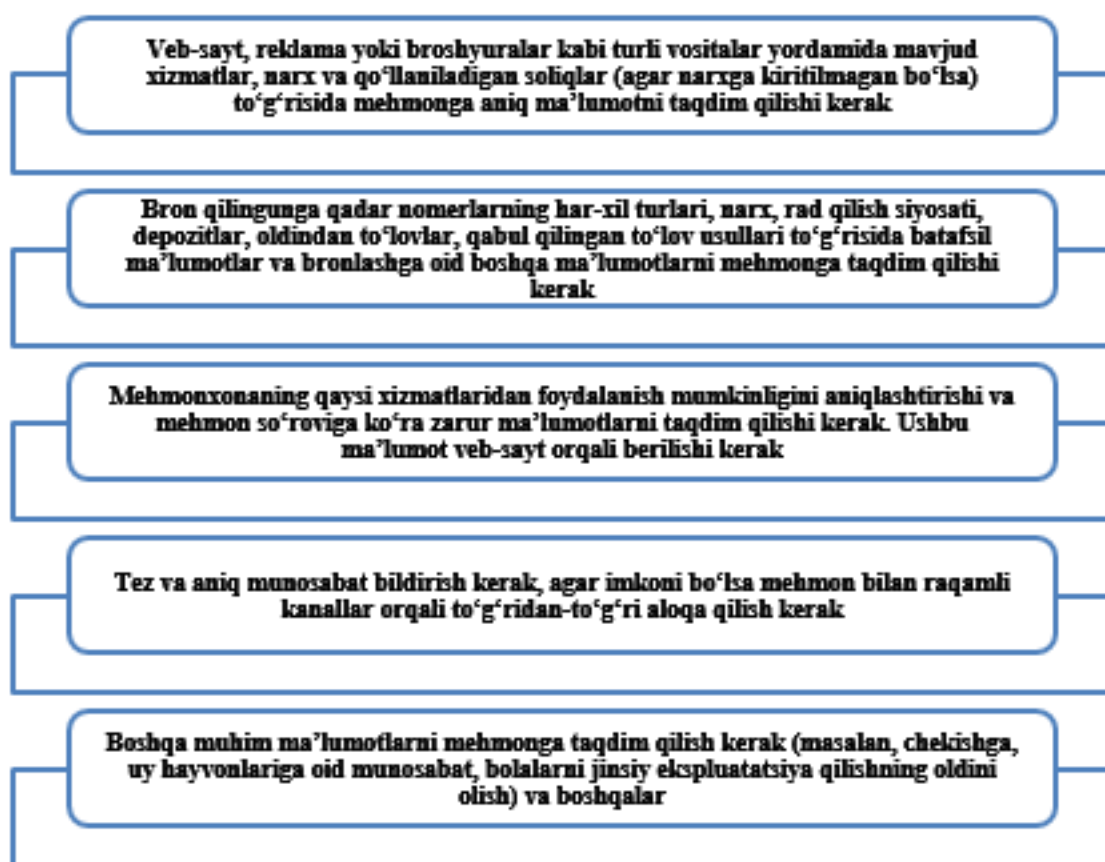
- O‘zbekiston Respublikasining 1997-yil 30 avgustda qabul qilingan “Oziq-ovqat mahsulotining sifati va xavfsizligi to‘g‘risida”gi 483–I-sonli Qonuni va boshqalar.

Mehmonxona biznesi “mehmonxona xizmatlari”laridan tashkil topgan bo‘lib, O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2017 yil 5 iyundagi 355-son qarori bilan tasdiqlangan “Turoperator va mehmonxona xizmatlarini sertifikatlashtirish tartibi to‘g‘risida” Nizomda qayd etilishicha, “mehmonxona xizmatlari - joylashtirish vositalarida (mehmonxonalar, turistik bazalar va majmualar, dam olish uylari va zonolari, pansionatlar, kempinglar, motellar, o‘tovli oromgohlar va normativ hujjatlar talablari taalluqli bo‘lgan boshqa joylashtirish vositalari) vaqtinchalik yashash joyi berish bo‘yicha xizmatlar, xostellardan tashqari”⁵⁸. Ushbu o‘rinda, ta’kidlash joizki xostellar qonunchilik bo‘yicha mehmonxona xizmatlari sifatida qayd etilmaydi. Mehmonxona xizmatlari O‘zbekiston Respublikasining “Mahsulotlar va xizmatlarni sertifikatlashtirish to‘g‘risida”gi Qonuniga muvofiq sertifikatsiya qilinadi. “O‘zstandart” agentligi

⁵⁸ O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2017 yil 5 iyundagi 355-son qarori bilan tasdiqlangan “Turoperator va mehmonxona xizmatlarini sertifikatlashtirish tartibi to‘g‘risida” nizom

tomonidan milliy standartlarga mos yoki mos emasligi bo'yicha beriladigan muvofiqlik sertifikatini 3 yilga beriladi va har yili inspeksiya nazoratini o'tkazish orqali tasdiqlanadi.

Mehmonxona biznesi bo'yicha 2020-yildagi O'zbekiston Respublikasi Turizm va sport vazirligining "Sport va turizm xizmatlarini sertifikatlash markazi" Davlat unitar korxonasi tomonidan ishlab chiqilgan va tasdiqlangan O'z DSt 22483:2022 (ISO 22483:2020, MOD) raqamli "Turizm va yondosh xizmatlar. Mehmonxonalar. Xizmatlarga doir talablar" O'zbekiston Respublikasi davlat standarti mavjud.

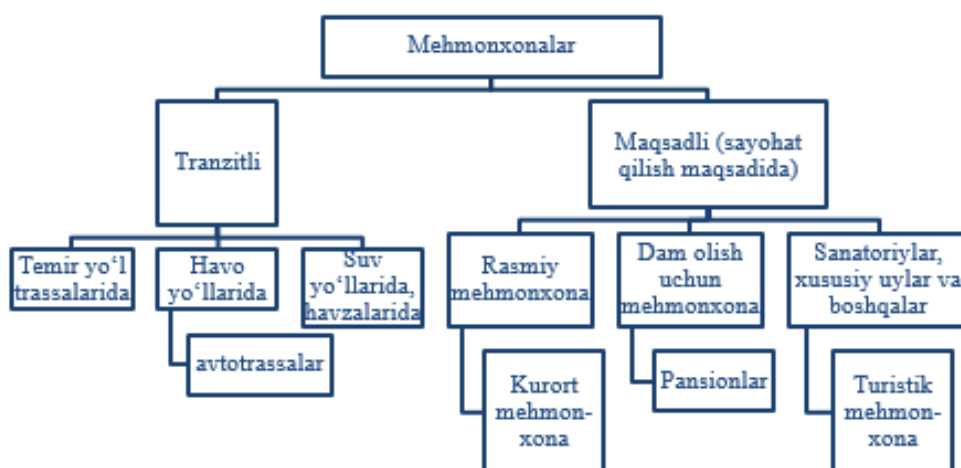


1.1-rasm. "Turizm va yondosh xizmatlar. Mehmonxonalar. Xizmatlarga doir talablar" nomli davlat standarti bo'yicha belgilangan talablar⁵⁹

⁵⁹ 2020-yildagi O'zbekiston Respublikasi Turizm va sport vazirligining "Sport va turizm xizmatlarini sertifikatlash markazi" Davlat unitar korxonasi tomonidan ishlab chiqilgan va tasdiqlangan O'z DSt 22483:2022 (ISO 22483:2020, MOD) raqamli "Turizm va yondosh xizmatlar. Mehmonxonalar. Xizmatlarga doir talablar" O'zbekiston Respublikasi davlat standarti asosida muallif tomonidan shakllantirilgan

Mehmonxona veb-sayt, reklama yoki broshyuralar kabi turli vositalar yordamida mavjud xizmatlar, narx va qo'llaniladigan soliqlar (agar narxga kiritilmagan bo'lsa) to'g'risida mehmonga aniq ma'lumotni taqdim qilishi kerak; bron qilingunga qadar nomerlarning har-xil turlari, narx, rad qilish siyosati, depozitlar, oldindan to'lovlar, qabul qilingan to'lov usullari to'g'risida batafsil ma'lumotlar va bronlashga oid boshqa ma'lumotlarni mehmonga taqdim qilishi kerak; mehmonxonaning qaysi xizmatlaridan foydalanish mumkinligini aniqlashtirishi va mehmon so'roviga ko'ra zarur ma'lumotlarni taqdim qilishi kerak. Ushbu ma'lumot veb-sayt orqali berilishi kerak; tez va aniq munosabat bildirish kerak, agar imkoni bo'lsa mehmon bilan raqamli kanallar orqali to'g'ridan-to'g'ri aloqa qilish kerak; boshqa muhim ma'lumotlarni mehmonga taqdim qilish kerak (masalan, chekishga, uy hayvonlariga oid munosabat, bolalarni jinsiy ekspluatatsiya qilishning oldini olish) va boshqalar belgilangan standart sifatida amal qiladi (1.1-rasm).

Mehmonxona sanoatining bugungi holatini kuzatadigan bo'lsak, ushbu biznes sifat va hajm jihatdan oshib bormoqda. Yangi turdagi mehmonxonalar turli xizmatlar bilan mijozlar oqimini ko'paytirmoqda. Iqtisodiy adabiyotlarda mehmonxona turlari ularning funksional belgilaridan kelib chiqqan holda turkumlanadi (1.2-rasm).

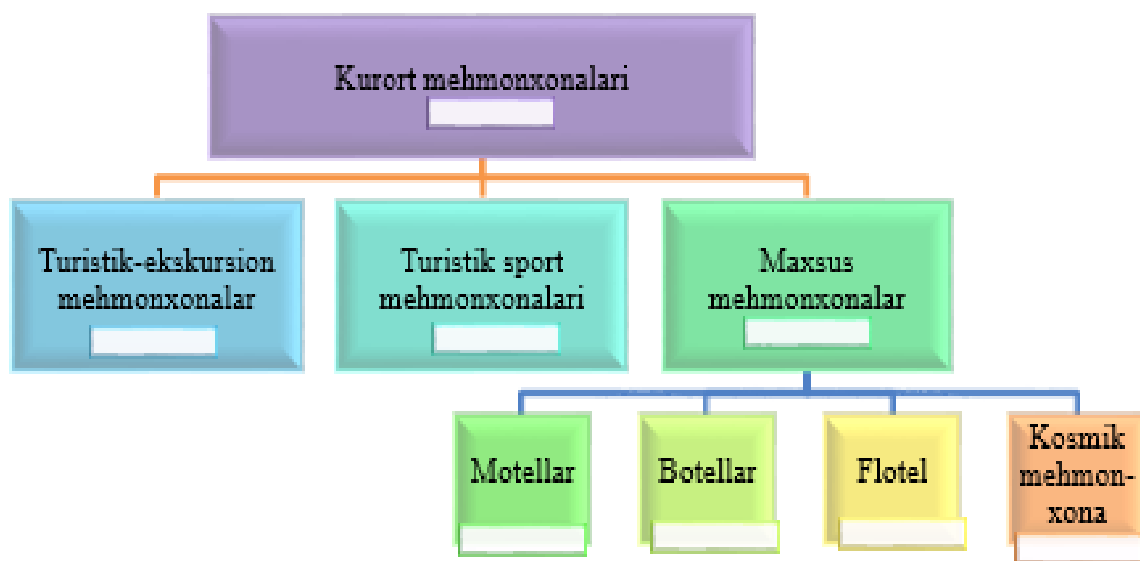


1.2-rasm. Mehmonxonalarning funksional belgisiga ko'ra taqsimoti⁶⁰

⁶⁰ Kamilova F.K., Mehmonxona va restoran xo'jaligi marketingi. O'quv qo'llanma - T.: TDIU, 2007 y. 97-bet.

Mehmonxonalarni funksional belgisiga ko‘ra 2 ta yirik turga: tranzitli va maqsadli turlariga ajratamiz (1.2-rasm). Tranzit mehmonxonalar bir makondan boshqa makonga borish jarayonida qisqa davrlar uchun insonlarni joylashtiruvchi obyektlardan iboratdir. Ushbu mehmonxonalarning asosiy maqsadi sayohatchilarni yashash va iste‘mol bilan bog‘liq zaruriy ehtiyojlarini qondirishdan iborat hisoblanadi.

Maqsadli mehmonxonalar esa qisqa va uzoq muddat uchun mijozlarni o‘ziga jalb etuvchi, ularning birlamchi ehtiyojlaridan tashqari ikkilamchi ya’ni sog‘liqni tiklash, madaniy dam olish kabilarni qondiruvchi maskanlar hisoblanadi. Mehmonxonadan foydalanishga, turistlarga xizmat ko‘rsatishga va boshqa ba’zi bir omillarga qarab, bu turdagi mehmonxonalar motel, kemping, rotel, flotel, botel, turistik baza va uylarga ajratiladi (1.3-rasm).



1.3-rasm. Mehmonxonalarning funksional belgisiga ko‘ra taqsimoti⁶¹

Motel-bu avtomobil sayyohlari uchun mehmonxona. Qulay raqamlardan tashqari, sayyohlar o‘zlarining avtomobil turar joylarini ham ta'minlaydilar. Odatda motelda restoranlar, barlar, kino-video tomosha qilish, yig‘ilish xonalari, sport tadbirlari va o‘yin maydonchalari, suzish havzalari, tennis kortlari ham mavjud.

⁶¹ Iqtisodiy adabiyotlar asosida muallif tomonidan shakllantirilgan

Kemping-odatda shaharning chekkasida, moteldan unchalik uzoq bo'lmagan joyda joylashgan. Bu avtoturistlar, mototuristlar va veloturistlar uchun qulay bo'ladi. Sayyohlar yotish uchun xonaga ega, odatda palatka yoki yozgi kulbada maxsus taomlar tayyorlash uchun va ba'zi qulayliklarga ega tayyor bo'lmagan oshxonada.

Rotel-bu vagon, kiyinish xonasi, umumiy restoran va umumiy mehmonxona ko'rinishidagi 1 yoki 2 o'rindiqli mobil mehmonxona.

Flotel - suzuvchi mehmonxona qayig'i. Suvdagi grand hotel maxsus jihozlangan bo'ladi. Qulay raqamlardan tashqari, yaxshi dam olish, vaqtinchalik ofislardan foydalanish, motorli aloqalarni boshqarish foydalidir: telefon, Xerox, faks va boshqa xizmatlar taqdim etiladi.

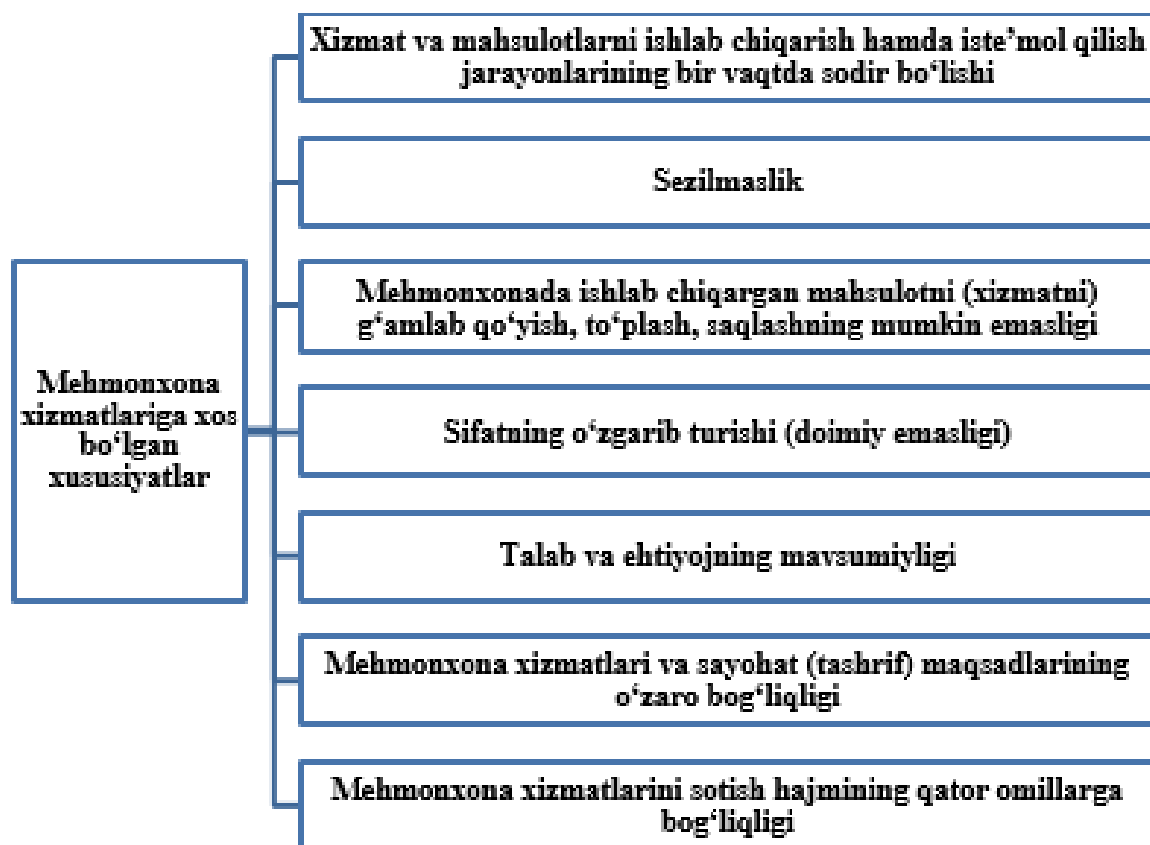
Botel- unchalik katta bo'lmagan suvdagi mehmonxona. Imkoniyatlar bilan jihozlangan kema hisoblanadi.

Turistik baza-bu turistik majmua, shu jumladan turistik qabulxona va turar joy binosi va faol o'yin-kulgini ta'minlaydigan xizmatlar. Turistik baza asosan turizm bilan faol shug'ullanadigan sayyohlarni qabul qiladi. Bularga alpinistlar, suv, chang'i ixlosmandlari va boshqalar kiradi.

Turistik uylar-bu qisqa vaqt ichida dam oladigan faol sayyohlar uchun mo'ljallangan boshpanalar. Bular asosan tog ' yonbag'rida joylashgan va ularning sharoitlari eng kichikdir.

Kosmik mehmonxonalar hozirgi davrda insonlarning kosmosga sayoxati uchun juda qisqa davrlarda maxsus vositalar orqali jihozlangan kosmik stansiyalarni e'tirof etishimiz mumkin. Ushbu turdagi mehmonxonalar yaqin kelajada keng rivojlanishi bevosita fan va texnologiyalarga bog'liqdir.

Mehmonxona xizmatlari qator o'ziga xos xususiyatlariga ega bo'lib, sohani moliyalashtirishda ularni bilish va shu asosida xizmat ko'rsatishni tashkil etish va boshqarish mehmonxonalar xizmati sifati va samaradorligi hamda daromadlarini oshirishga imkon beradi. Xususan, mehmondo'stlik sanoati bo'yicha iqtisodiy adabiyotlarda mehmonxona xizmatlarini bir qancha o'ziga xos xususiyatlari keltirilgan (1.4-rasm).



1.4-rasm. Mehmonxona xizmatlariga xos bo'lgan xususiyatlar⁶²

1.4-rasm ma'lumotlari orqali shuni ta'kidlash joizki, mehmonxona biznesida mijozlar xizmat va mahsulot iste'molini bir vaqtda amalga oshiradilar va bunda har ikki yo'nalish realizatsiyasi sifatli hamda standartlar asosida amalga oshirilishi muhim ahamiyat kasb etadi. Shuningdek, mijozlar tomonidan mehmonxona tomonidan realizatsiya qilinayotgan barcha xizmatlar ham sezilavermaydi, ya'ni qo'riqlash, jihozlar va shaxsiy gigienik vositalarni tartibga solish kabi jarayonlar.

Mehmonxona biznesiga yil bo'yi talab doimiy shakllanmagan hisoblanib, ma'lum davrlarda mijozlar kamaydigan bo'lsa, ayrim davrlarda, asosan yozgi dam olish vaqtida talab yuqori bo'ladi. Shuningdek, turli bayramlarda talabning keskin o'sishini kuzatishimiz mumkin.

⁶² Ahmedov U. Mehmonxonalarda turistik xizmat ko'rsatish sifati va samaradorligini boshqarish //Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar. – 2018. – №. 5. – S. 108-117.



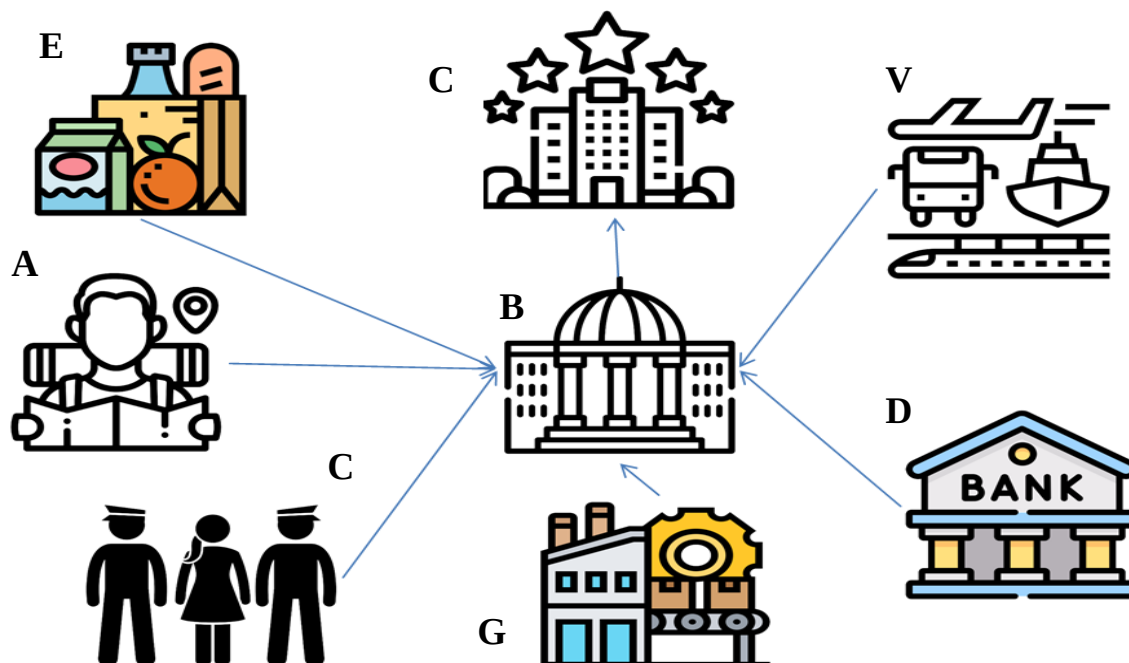
1.5-rasm. Mehmonxona biznesining iqtisodiyot tarmoqlari bilan bog‘liqligi⁶³

Hozirgi vaqtda global miqyosda, iqtisodiy modernizatsiya va tarkibiy o'zgarishlar davrida mehmonxona sanoatining milliy iqtisodiyotning ayrim tarmoqlariga ta'sirini quyidagicha ifodalash mumkin (1.5-rasm). 1.5-rasmdagi ma'lumotlardan ko'rinib turibdiki, milliy iqtisodiyotdagi mehmonxona sanoati turli sohalar, jumladan turizm, sog'liqni saqlash, sanoat, transport va boshqa sohalar bilan uzviy bog'liqdir. Xususan, mehmonxona sanoatining rivojlanishi va sifat darajasidagi o'zgarishlar milliy iqtisodiyotning rivojlanish darajasiga bog'liq. Rivojlangan iqtisodiyotlarda kapital va mehnat harakatchanligining kompleks rivojlanishi tufayli mehmonxonalarga talab katta.

1.6-rasmda mehmonxona klasteri tasvirlangan bo'lib, mos holda: A-turist, B-Turistik markaz, C-Mehmonxona, D-Bank, V-transport-logistika tizimi, E-chakana oziq-ovqat savdo tashkiloti, G-ishlab chiqaruvchi va xizmat ko'rsatuvchi

⁶³ Iqtisodiy adabiyotlar asosida muallif tomonidan shakllantirilgan

korxonalar ifoda etadi hamda hozirgi kunda moddiy va moliyaviy resurslardan samarli foydalanishda, xarajatlarni optimallashtirishda tarmoqga xizmat ko'rsatuvchi va undan foydalanuvchilarni bir markazga jamlash muhim ahamiyat kasb etadi.



1.6-rasm. “Mehmonxona klasterlari”ning tuzilmasi⁶⁴

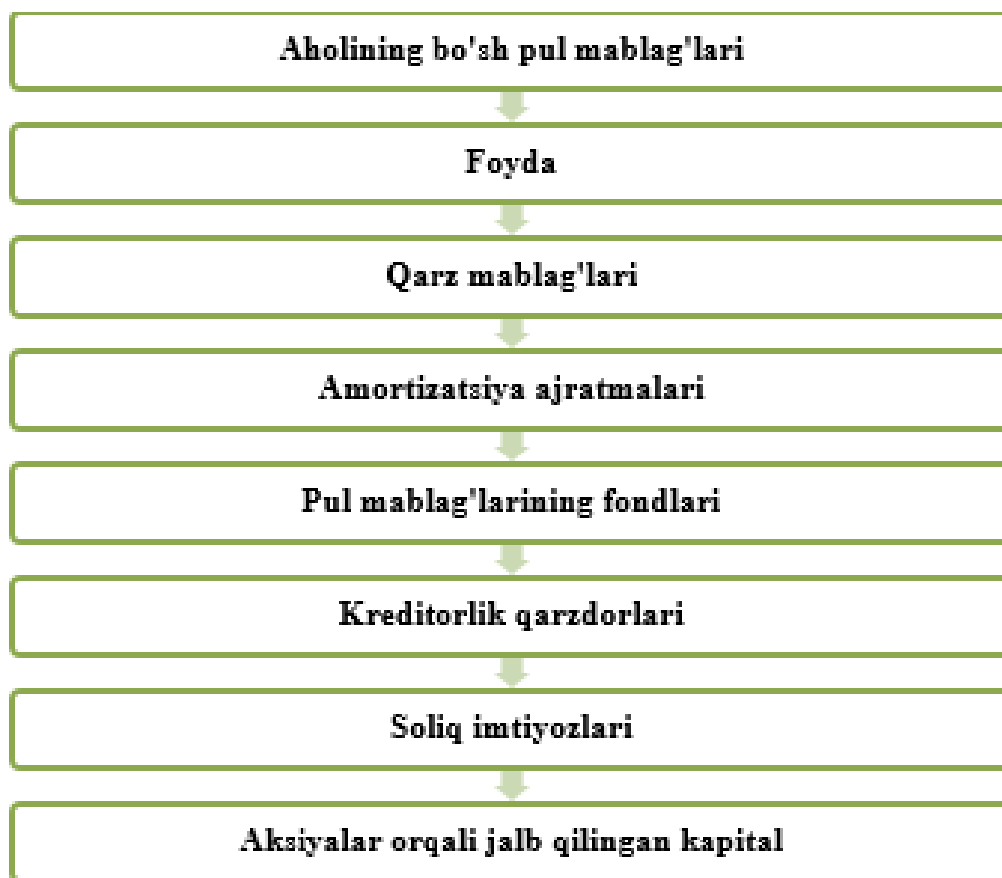
Turizm tarmog‘ini kengaytirish va ichki hamda tashqi turizmni rivojlantirish, albatta, mehmonxona biznesiga to‘g‘ridan to‘g‘ri ta’sir etadi hamda daromadlar oqimini kengaytiradi.

“Samarali tashkil etish sharoitida mehmonxona foydasi unga yo‘naltirilgan jami moddiy va moliyaviy resurslar qiymatini 40 foizgacha foyda olib keladi. Agar, ushbu biznes noldan boshlanayotgan bo‘lsa, foydaga chiqish va investitsiya qaytimi uchun katta davr talab etiladi”⁶⁵. Bizning fikrimizcha, moliyaviy resurslarning samarali ishlatilishi va diversifikatsiya qilinishi barcha sohalarda rivojlanishning asosiy omili bo‘lgani kabi, mehmonxona biznesini moliyalashtirishda hamda “raqobat kurashida” omon qolishda yetakchi o‘rin egallaydi.

⁶⁴ Muallif tomonidan shakllantirilgan

⁶⁵ Интернет ресурс : Денис Охрименко, Алексей Никифоров “Какую прибыль приносит гостиница как бизнес” (<https://alterainvest.ru/rus/blogi/kakuyu-pribyl-prinosit-gostinitsa-kak-biznes/>)

Mehmonxonada moliyaviy oqimlarni shakllanishtirish bir qancha manbalar orqali amalga oshiriladi (1.7-rasm).

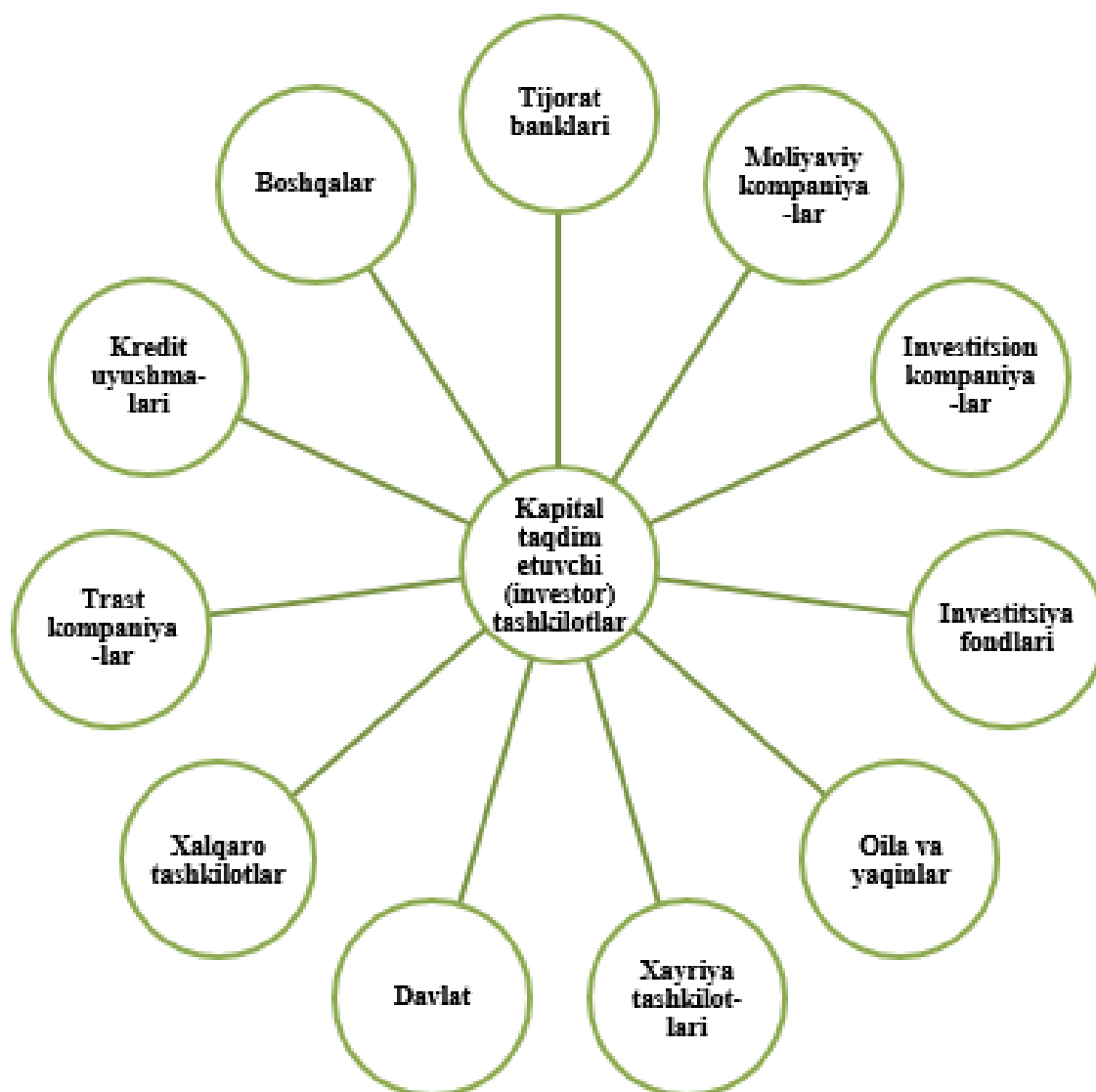


1.7-rasm. Mehmonxonalar faoliyatida jalb qilinadigan moliyaviy resurslar⁶⁶

1.7-rasm ma'lumotlaridan ko'rinib turibdiki, mehmonxonalar faoliyatida jalb qilinadigan moliyaviy resurslarga e'tibor qaratilgan. Aholi bo'sh pul mablag'lari, foyda qarz mablag'lari, amortizatsiya ajratmalari, turli pul fondlari, kreditorlik qarzlari, soliq imtiyozlari, aksiyalar orqali jalb qilingan kapital kabilar asosiy moliyalashtirish manbalari bo'lib xizmat qilmoqda.

Quyida aksariyat tadqiqotchilar tomonidan mehmonxonalarni moliyalashtirishda kapital taqdim etuvchi (investor) tashkilotlar aks ettirilgan (1.8-rasm).

⁶⁶ Iqtisodiy adabiyotlar asosida muallif tomonidan shakllangan

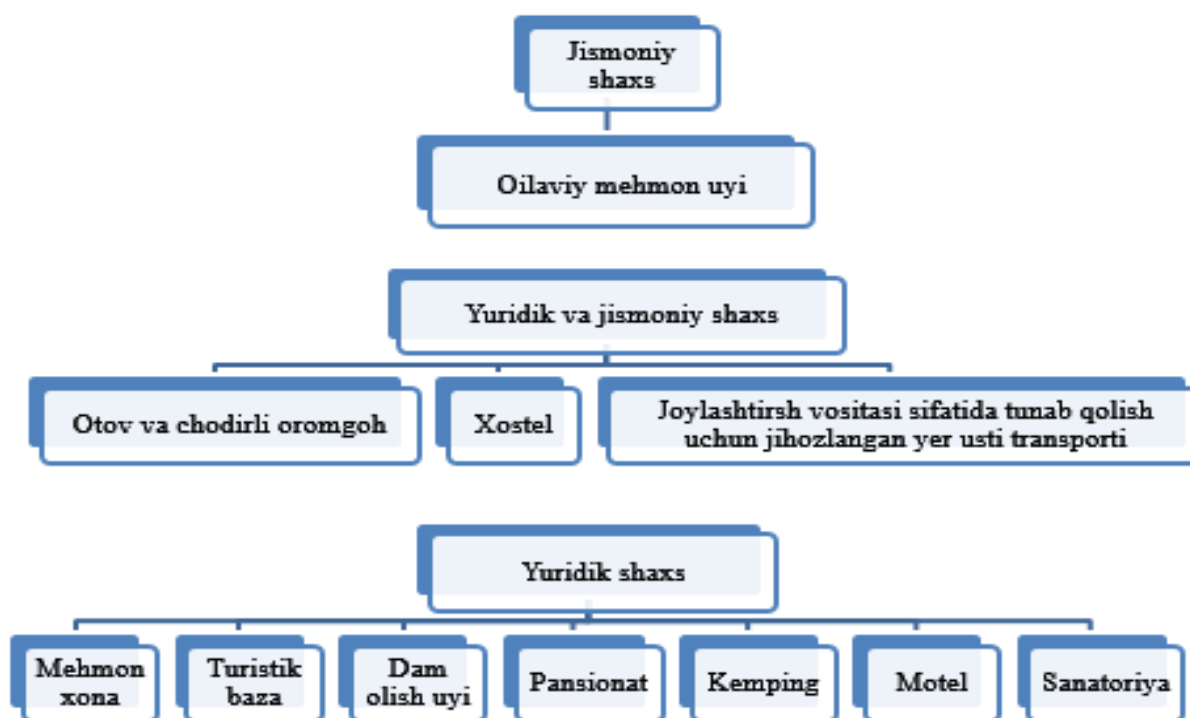


1.8-rasm. Mehmonxona biznesiga kapital taqdim etuvchi (investor) tashkilotlar⁶⁷

O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 28.01.2022 yildagi PF-60-son bilan tasdiqlangan “2022 - 2026 yillarga mo‘ljallangan yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to‘g‘risida”gi Farmonida qayd etilganidek, “Xizmat sohasidagi tadbirkorlarni qo‘llab-quvvatlash maqsadida, yangidan tashkil etiladigan savdo komplekslari va mehmonxonalar uchun mol-mulk solig‘i va yer solig‘i bo‘yicha imtiyozlar berish”⁶⁸.

⁶⁷ Iqtisodiy adabiyotlar asosida muallif tomonidan taqdim etilgan

⁶⁸ O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 28.01.2022 yildagi PF-60-son bilan tasdiqlangan “2022 — 2026 yillarga mo‘ljallangan yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to‘g‘risida” farmoni



1.9-rasm. Joylashtirish vositalarining yuridik shakli bo'yicha farqlanishi⁶⁹

Bugungi kunda mehmonxonaning turli mijozlari mavjud bo'lib, ;arga quyidagilar kiradi:

- Turli konferentsiyalar, seminarlar va ko'rgazmalar ishtirokchilari;
- Turli bellashuvlar, musobaqalar va tanlovlar ishtirokchilari;
- Xizmat, davolanish va dam olishdan o'tgan individual fuqarolar;
- Davlat ichida ma'lum bir marshrutga boradigan chet eldan kelgan sayyohlar va boshqalar.

Mijozlarning ehtiyojlariga qarab mehmonxona turli funktsional vazifalarni bajaradi va turli talablarga bo'ysunadi. Ushbu mehmonxonalarda mijozlar bilan ishlash quyi muassasalar rahbariyati tomonidan tasdiqlangan mehmonxona xizmatlarini ko'rsatish qoidalariga muvofiq amalga oshiriladi. Biroq, ushbu mehmonxonalarda amaldagi qoidalarning hech biri O'zbekiston Respublikasining mehmonxona biznesini tashkil etish to'g'risidagi qonunchiligiga zid kelmasligi kerak. Mehmonxonalar ularning funktsiyasiga bog'liq bo'lib, unga ko'ra quyidagi turlarga bo'linadi:

⁶⁹ Xolbadalov U.Sh. O'zbekistonda turizm sohasini rivojlantirishda soliq imtiyozlarini takomillashtirish yo'nalishlari I.f. b. f. d. (PhD) dar. ol. uch. yoz. diss. avtor.-T.: TMI. 2020 y., – 62 b.

- Tadbirkorlar uchun - umumiy turlar, bo'limlar, konferentsiyalar, yig'ilishlar va boshqalar uchun mo'ljallangan mehmonxonalar;

- Dam olish uchun - turizm, dam olish, avtomobil turizmi, motel, kemping kabi ko'rinishlardagi mehmonxonalar;

-Mehmonxonalarning maxsus turlari - tranzit sayohatchilar, sportchilar va boshqalar uchun mo'ljallangan mehmonxonalar.

Mehmonxona faoliyatini moliyalashtirishda bir nechta tashqi va ichki omillarni har tomonlama hisobga olish kerak. Mamlakatimizda mehmonxonalarning umumiy turlari, ayniqsa, nisbatan qisqa vaqt ichida ma'lum bir kasbga kelgan odamlar, shuningdek, turli sabablarga ko'ra sayohat qilayotgan fuqarolar uchun keng tarqalgan. Ushbu mehmonxonalar shahar markazida, jamoat, ma'muriy va savdo markazlariga yaqin joylashgan bo'lib, shaharning turli qismlariga yaxshi transport aloqalariga ega. Qoida tariqasida, bunday mehmonxonalar nisbatan kichik yer maydoniga ega va ayniqsa bezatilmagan. Belgilangan standartlarga muvofiq, uchastkaning maydoni mehmonxonaning sig'imiga qarab har kvadrat uchun 15-55 m ni tashkil qiladi.

Umumiy mehmonxonalar uchun nomerlar fondi asosan bir, ikki va qoida tariqasida, uch kishilik nomerlardan iborat. Odatda, mazkur nomerlarda ish joyi mavjud. Ba'zi mehmonxonalarda bir kishilik xonalar soni nomerlar fondining 40-50% ni tashkil qiladi. Mehmonxonada aloqa bo'limi, ayrim hollarda muzokaralar va uchrashuvlar uchun alohida joylar ajratilgan bank bo'limi mavjud.

Birinchi bob bo'yicha xulosalar

Mehmonxona xo'jaliklari tomonidan ko'rsatiladigan xizmatlarning tabiati ilmiy-nazariy jihatdan tadqiq qilinib, mehmonxona xo'jaliklari va ularning samaradorligi bo'yicha turli olimlar qarashlari tahlil qilindi va soha bilan bog'liq tushunchalarning takomillashgan ta'riflari ishlab chiqildi, ularning asosiy yo'nalishlarini qamrab oladigan va samaradorligini ifodalaydigan ko'rsatkichlar tizimi, ularning tasnifi va aniqlanish yo'llari asoslab berildi.

Mehmonxona xo'jaligida ko'rsatiladigan xizmatlarning turlari va ularning o'ziga xos xususiyatlari bo'yicha turli qarashlar mavjud. Chunki mehmondorchilik turli mamlakatlarda turlicha va ularning urf-odatlariga mos holda tashkil qilinadi. Bu esa ularning har birida o'ziga xos xususiyatlarni belgilaydi. Mehmonxona servisi industriasining o'ziga xos maqsadi bor. Bu bevosita ish bo'yicha uchrashuvlarni, majlislar, konferensiyalar o'tkazilishini tashkil etishga, turistlarning dam olish va ko'ngilochar tadbirlarini uyushtirishga ko'maklashadigan, tadbirkor va hududga daromad keltiradigan jamiyat hayotida muhim ahamiyatga ega bo'lgan xo'jalik yurituvchi subyektdir. Mehmonxonalar mamlakat ijtimoiy-iqtisodiy hayotida xuddi transport, aloqa, sanoat va boshqa sohalar singari obyektiv zarurdir.

Mehmonxona xizmatlarining sifatini boshqarish masalalarini hal qilishda mehmonxona korxonalarini shinamlik darajasiga qarab tasniflash katta rol o'ynaydi.

Mehmonxona xo'jaligi bir qancha faoliyat turlarini birlashtiruvchi va aholiga xizmat qilishga qaratilgan xizmatlarning muhim qismi bo'lib, o'z mijozlariga xizmatni mahsulot sifatida taqdim etadi. Shu tufayli mehmonxona xizmati bu - maxsus o'qitilgan va ishga o'rgatilgan xizmat kiluvchi xodimlarning mijozlarga ko'rsatiladigan xizmatlar tizimi sifatida namoyon bo'ladi. O'zining funksional vazifasiga ko'ra mehmonxona xizmatlari moddiy va nomoddiy xizmatlarga bo'linadi.

Shuni alohida qayd etish joizki, mehmonxonada xarajatlarni kamaytirish moliyalashtirish tizimining optimallasuvi bilan chambarchas bog'liq bo'lib, to'g'ri yo'naltirilgan pul oqimlari biznes uchun kelgusida daromad olib kelishini kuzatishimiz mumkin.

Mehmonxona sohasini rivojlantirish mamlakat iqtisodiyotini, jumladan, turizm va mehmonxona sohalarini rivojlantirishda muhim hisoblanadi. Qolaversa, mehmonxona moliyasini samrali tashkil etish mazkur sohani jadal rivojlantirishga yordam beradi.

II BOB. MEHMONXONA BIZNESINI MOLİYALASHTIRISH AMALIYOTI TAHLILI

2.1. O‘zbekistonda mehmonxona biznesining tarkibiy tuzilmasi va moliyaviy ko‘rsatkichlari tahlili

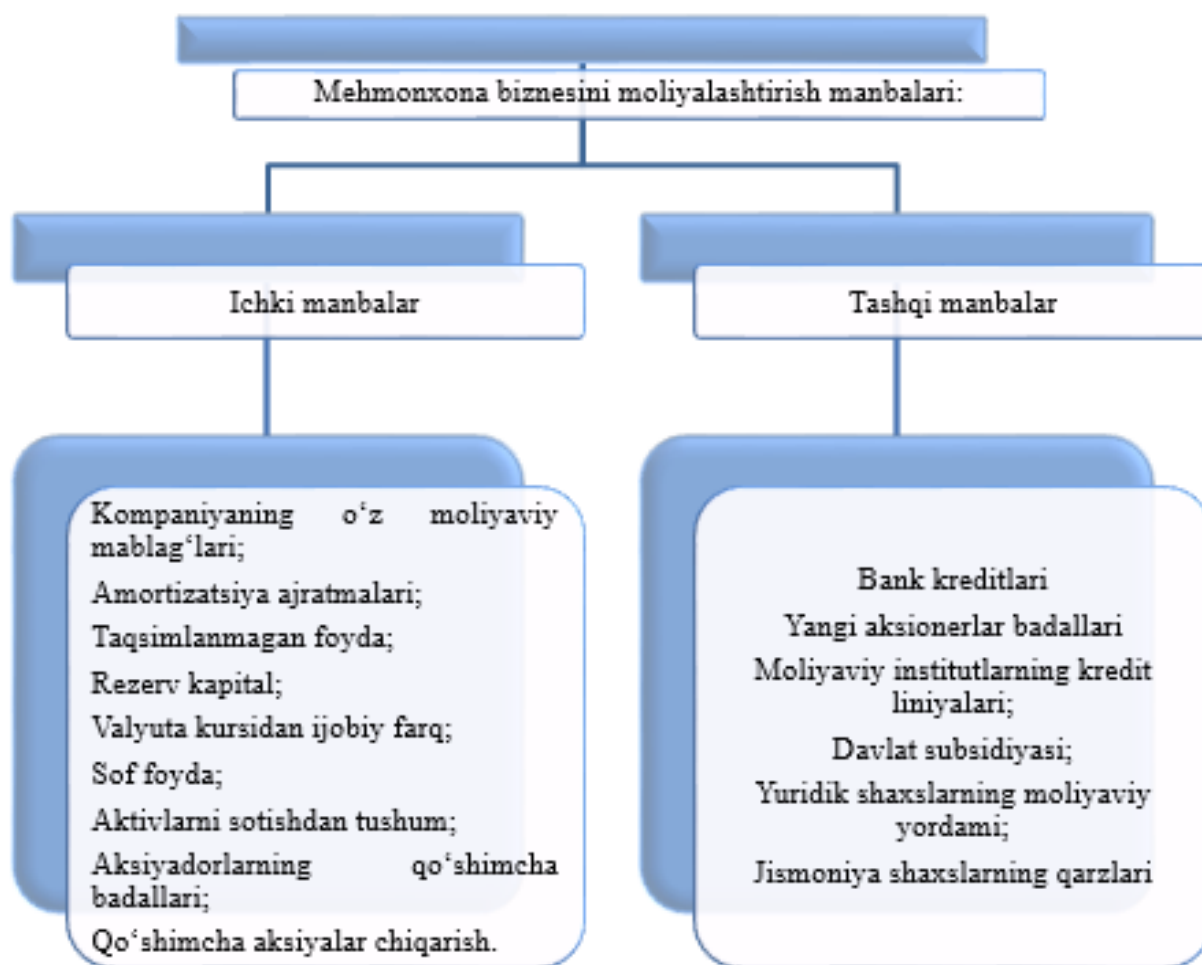
O‘zbekistonda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni qo‘llab-quvvatlash, iqtisodiy o‘rishni tadbirkorlik subyektlariga keng imkoniyatlar berish orqali amalga oshirish bo‘yicha keng ko‘lamli chora tadbirlar amalga oshirilmoqda. Xususan, “Tadbirkorlik faoliyatini tashkil qilish va doimiy daromad manbalarini shakllantirish uchun sharoitlar yaratish, xususiy sektorning Yalpi ichki mahsulotdagi ulushini 80 foizga va eksportdagi ulushini 60 foizga yetkazish doirasida 2023-yilda nazorat qiluvchi va ruxsat beruvchi idoralar faoliyatini optimallashtirish, soliq va bojxona ma‘murchiligini tubdan isloh qilish hamda davlat-xususiy sheriklik to‘g‘risidagi qonunchilikni qayta ko‘rib chiqish”⁷⁰ kabi muhim masalalar bo‘yicha normativ-huquqiy hujjatlar ishlab chiqildi va amaliyotga tadbiiq etilmoqda.

Jahon iqtisodiyotining rivojlanishida mehmonxona sanoati tobora muhim o‘rin tutmoqda. Nafaqat rivojlangan mamlakatlar, balki rivojlanayotgan mamlakatlar ham o‘zining tabiiy imkoniyatlari, madaniy merosi hamda iqtisodiy potensialidan kelib chiqqan holda mehmondo‘stlik sanoatini rivojlantirishga intilmoqda. Bu esa, o‘z navbatida, sifatli mehmonxona xizmatlarini shakllantirish va mehmonxona sohasi samarali moliyalashtirishga e‘tiborni kuchaytirishni taqozo etadi.

O‘zbekistonda mehmonxona biznesi iqtisodiyotning jadal va muvaffaqiyatli rivojlanayotgan yo‘nalishlaridan hisoblanib, statistik ma‘lumotlarga ko‘ra ushbu sohada kapital hajmi yillik 15-20 foizga oshib bormoqda. Mehmonxona biznesi moliyalashtirish manbalariga to‘htaladigan bo‘lsak, ular ichki va tashqi manbalarga

⁷⁰ O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 28.02.2023 yildagi PF-27-son 2022 — 2026-yillarga mo‘ljallangan yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasini “insonga e‘tibor va sifatli ta‘lim yili”da amalga oshirishga oid davlat dasturi to‘g‘risida Farmoni,

ajratib olsak bo‘ladi. Quyida mehmonxona biznesini moliyalashtirishning ichki va tashqi manbalari tarkibi keltirib o‘tilgan.



2.1-rasm. Mehmonxona biznesini moliyalashtirish manbalari⁷¹

2.1-rasm ma'lumotlarida mehmonxona biznesining moliyalashtirish manbalari ko'rsatib o'tilgan bo'lib, ichki manbalar tarkibiga kompaniyaning o'z moliyaviy mablag'lari, amortizatsiya ajratmalari, taqsimlanmagan foyda, rezerv kapital, valyuta kursidan ijobiy farq, sof foyda, aktivlarni sotishdan tushum, aksiyadorlarning qo'shimcha badallari, qo'shimcha aksiyalar chiqarish kabi yo'nalishlarni qo'shishimiz mumkin. Tashqi manbalar esa, o'z navbatida, bank kreditlari, yangi aksionerlar badallari, moliyaviy institutlarning kredit liniyalari, davlat subsidiyasi, yuridik shaxslarning moliyaviy yordami, jismoniya shaxslarning qarzlari va boshqalardan tashkil topgan.

⁷¹ Iqtisodiy adabiyotlar asosida muallif tomonidan shakllantirilgan

Yuqoridagi moliyalashtirish manbalari o'zining xususiyati va ahamiyati bilan alohida tahlil etishni talab etadi hamda ushbu instrumentlardan samarali foydalanish biznesni rivojlantirishda muhim ahamiyat kasb etadi. Iqtisodchilar tomonidan mehmonxona biznesini moliyalashtirish manbalari tasnifi quyidagicha bayon etilgan (2.1-jadval).

2.1-jadval

Mehmonxona loyihalarini moliyalashtirish manbalarining tasnifi⁷²

Ichki manbalar	Tashqi manbalar		
	Tijorat	Alternativ	Davlat tomonidan
Kompaniyaning joriy faoliyatidan daromad	Rivojlantirish uchun uzoq muddatli investitsion kredit	Lizing	Kreditlarni subsidiyalash
Taqsimlanmagan foyda	Kompaniyaning aylanma vositalari uchun qisqa muddatli kredit	Faktoring	Dotatsiya va subvensiya
Amortizatsiya ajratmalari	Obligatsiyalar emissiyasi	Venchurli kapital	Kredit garantiyasi
Aktivlar sotuvi	Boshqa qarz majburiyatli qimmatli qog'ozlar emissiyasi	Kraudfanding	
Ta'sischi larning qo'shimcha badallari			
Yangi aksiyalar emissiyasi			

2.1-jadval ma'lumotlarida mehmonxona loyihalarini moliyalashtirish manbalarini yo'nalishi bo'yicha tijoriy, muqobil va davlat imkoniyatlari doirasida ko'rsatilib o'tilgan. Xususan, lizing va faktoring jarayonlari bevosita uzoq yillar mobaynida faoliyat olib borayotgan mehmonxonalar o'rtasida keng foydalanilsa, venchurli kapital va kraudfanding tizimi yangi tashkil etilgan mehmonxona biznesi uchu qulay hisoblanadi.

Mehmonxona biznesi uchun moliyalashtirishda lizing amaliyoti asosiy vositalarni sotib olish va ulardan foydalanish mobaynida xarajatlarni to'g'ridan to'g'ri xizmatlar tannarxiga o'tkazish va soliq bazasini kamaytirishda qulay hisoblanadi.

⁷²<https://esfcompany.com/projects/nedvizhimost/proektoe-finansirovanie-otelya-hotel-project-finance-kreditovae-stroitelstva/>

O'zbekistonda Respublikasida mehmonxona biznesini rivojlantirish va unga investorlarning qo'shimcha moliyaviy resurslarini jalb etish bo'yicha keng qamrovli ishlar amalga oshirilmoqda. Xususan, O'zbekistonda Respublikasida mehmonxonalar faoliyatini o'rganar ekanmiz, ushbu sohada faoliyat olib borayotgan biznes sub'yektlarining ko'rsatkichlari quyidagicha (2.2-jadval).

2.2-jadval

O'zbekistonda Respublikasida mehmonxona va ularda tunab qolishlar soni⁷³

Ko'rsatkichlar		Yillar				
		2018	2019	2020	2021	2022
Mehmonxona va shunga o'xshash joylashtirish vositalari	Soni	916	1013	1111	1085	1167
	Tunab qo'lishlar	4 693 900	4 838 910	1 758 859	2 583 983	2 250 300
Mehmonxona	Soni	886	894	975	1034	1088
	Tunab qo'lishlar	4600464	4 472 184	1 710 075	2 524 440	2 200 000
Motel	Soni	-	-	20	10	15
	Tunab qo'lishlar	-	-	2 356	5 956	7 005
Pansionat (Mehmonxona shaklidagi)	Soni	10	12	9	3	3
	Tunab qo'lishlar	50 045	71 086	6 882	53 54	5500
Qisqa muddat yashash uchun mo'ljallangan boshqa joylar	Soni	20	107	107	38	61
	Tunab qo'lishlar soni	43 391	295 640	39 546	48 233	250203

2.2-jadval ma'lumotlarida O'zbekistonda Respublikasida mehmonxona biznesi bo'yicha ko'rsatkichlar bayon etilgan bo'lib, 2018-yilda Mehmonxona va shunga o'xshash joylashtirish vositalari soni 916 tani tashkil etgan va 2022-yilda ushbu ko'rsatkich 1167taga yetgan. Shuningdek, O'zbekistonbo'yicha statistik ko'rsatkichlarda 2018-yilda 886 ta mehmonxonalar va ularda 4600464 marta tunab

⁷³ O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasi ma'lumotlariga asosan tadqiqotchi tomonidan ishlab chiqilgan

qo‘lishlar bo‘lgan bo‘lsa, 2022-yilda 1088 ta mehmonxona hamda 2200000marta tunab qo‘lingan. Yuqoridagi jadvalda 2019-2021 yillar mobaynida ko‘rsatkichlarni pastlaganini “Covid-19” global pandemiyasi bilan izohlash mumkin.

Mehmonxona biznesini moliyalashtirishda ichki manbalar muhim ahamiyat kasb etadi va bunda, albatta, faoliyat rentabeligini ta‘minlash bevosita joylashtirilgan tasgrif buyuruvchilarning joylardan foydalanish koeffitsientini ko‘rib chiqishmiz zarur hisoblanadi (2.3-jadval).

2.3-jadval

Mehmonxona va shunga o‘xshash joylashtirish vositalarida joylar soni⁷⁴

Ko‘rsatkichlar		Yillar				
		2018	2019	2020	2021	2022
Joylar	soni	40788	46671	50408	43504	59327
	foydalanish koeffitsienti	31,5	28,4	9,6	16,3	-
Joylashtirilgan tashrif buyuruvchilar	kishi	2125926	2193394	702838	1216976	-

2.3-jadval ma‘lumotlarida 2018-2022 yillar mobaynida mehmonxona va shunga o‘xshash joylashtirish vositalarida joylardan foydalanish koeffitsienti tahlil etilgan bo‘lib, ushbu ko‘rsatkich 2018-yilda 31,5 foizni tashkil etgan bo‘lsa, 2021-yilda 16.3 foiz va tashrif buyuruvchilar ham ikki barobarga kamaygan.

Mehmonxona biznesi katta kapital xarajatlarni talab qiladigan tarmoq hisoblanadi, chunki ko'chmas mulk va uskunalar ancha qimmat va kapital uzoq vaqt davomida jalb qilinadi va juda sekin qaytadi. Xususan, investitsiya tarkibi sanoatdagi investitsiyalarga o'xshaydi, bu esa ushbu sohada katta xarajatlarni keltirib chiqaradi. Mehmonxona va transport sektori turistik mahsulotlarning

⁷⁴ O‘zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo‘mitasi ma‘lumotlariga asosan tadqiqotchi tomonidan ishlab chiqilgan

jismoniy elementlarini(masalan,mehmonxonalar, samolyotlar) ta'minlash uchun dastlabki katta sarmoyalarni kutmoqda.

2.4-jadval

Hududlar kesimida 2021-yil bo'yicha mehmonxona biznesi ko'rsatkichlari⁷⁵

Hududlar	Mehmon-xona va shunga o'xshash joylashtirish vositalari	Tashrif buyuruvchilarning o'tkazgan tunlar, ming kishi-kun	Tashrif buyuruvchilar, ming kishi	Joylar fondidan foydalanish koeffitsienti, foizda	Turistik firma va tashkilotlar soni
Qoraqalpog'iston Respublikasi	30	64,3	30,3	15,8	11
Andijon	22	94,4	46,7	22,8	3
Buxoro	180	188,1	102,2	9,8	16
Jizzax	33	23,9	11,8	12,4	3
Qashqadaryo	46	62,8	38,4	12,3	3
Navoiy	37	98,6	40,3	15,1	10
Namangan	29	72,3	44,6	14,6	1
Samarqand	116	237,4	121,4	11,5	41
Surxondaryo	50	53,7	26,9	17,3	2
Sirdaryo	14	60,5	23,5	27,3	1
Toshkent	97	156,8	85,6	12,4	3
Farg'ona	49	143,3	67	23,1	8
Xorazm	75	119,4	62,8	9,6	8
Toshkent sh.	307	1208,3	515,6	21,7	178

2.4-jadval O'zbekistonda Respublikasida mehmonxona biznesi hududlar bo'yicha ko'rsatkichi bo'lib, mehmonxona va shunga o'xshash joylashtirish vositalari soni bo'yicha Toshkent shaxri, keyingi o'rinlarda Buxoro va Samarqand viloyatlarini ko'rishimiz mumkin. Shuningdek, joylar fondidan foydalanish koeffitsienti bo'yicha Andijon viloyati yuqori ko'rsatkichga erishgan.

⁷⁵ O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasi ma'lumotlariga asosan tadqiqotchi tomonidan ishlab chiqilgan

Mehmonxona biznesi o'zining ko'lami va jarayonlarning turli tumanligi bilan doimiy ravishda moliyalashtirish manbalariga extiyoji yuqoridir. Zero, ushbu sohada to'g'ridan to'g'ri insonlarga xizmatlar realizatsiya qilinarkan, xizmatlar sifatini oshirish mijozlar oqimini doimiy kengayishiga olib keladi.

Mehmonxona biznesini rivojlantirishda va unga moliyaviy resurslarni jalb etishda "Yulduzlar" ko'rsatkichi ham e'tiborga olinadi. Chunki, xorijiy investorlar o'z moliyaviy resurslarini odatda yuqori yulduzga ega bo'lgan mehmonxonalarga yo'naltiradilar. O'zbekistonda Respublikasi hududlarida quyidagi toifalarga ega bo'lgan mehmonxonalar faoliyat olib bormoqda (2.5-jadval).

2.5-jadval

Hududlar kesimida 2021-yil bo'yicha mehmonxonalar toifalari⁷⁶

Hududlar	Bir yulduz	Ikki yulduz	Uch yulduz	To'rt yulduz	Besh yulduz	Toifaga ega emas
Qoraqalpog'iston Respublikasi	8	1	1	0	0	20
Andijon	5	0	3	0	0	10
Buxoro	16	5	8	1	1	102
Jizzax	2	0	0	0	0	10
Qashqadaryo	6	4	3	1	0	16
Navoiy	0	0	1	1	0	28
Namangan	7	0	1	0	0	11
Samarqand	20	5	8	2	0	84
Surxondaryo	10	2	2	0	0	10
Sirdaryo	7	0	1	0	0	12
Toshkent	10	3	6	0	0	23
Farg'ona	4	1	4	1	0	24
Xorazm	4	1	8	1	0	58
Toshkent sh.	56	6	23	6	1	119

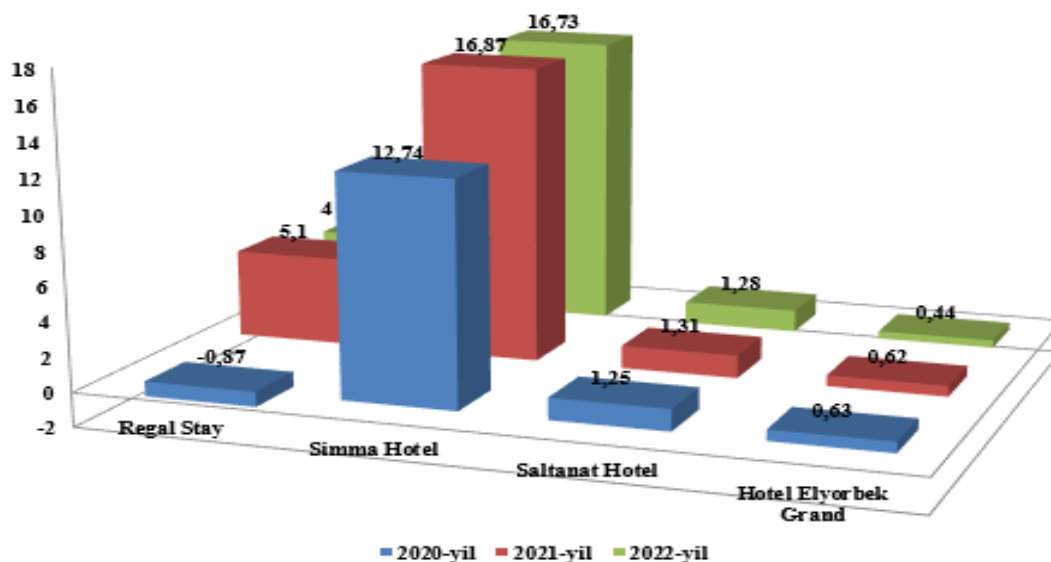
2.5-jadval ma'lumotlarida qayd etish joizki, respublikada besh yulduzli mehmonxonalar Buxoro viloyati va Toshkent shaxrida joylashgan bo'lib, umumiy

⁷⁶ O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasi ma'lumotlariga asosan tadqiqotchi tomonidan ishlab chiqilgan

hisobda jami mehmonxonalarning 0,3 foizini tashkil etsa, bir yulduzli 20 foizini, ikki yulduzli 4 foizini, uch yulduzli 9 foizini, to‘rt yulduzli 2 foiz doirasida bo‘lgan. Shuningdek, qolgan 66 foiz bevosita toifaga ega bo‘lmagan mehmonxonalardir.

O‘zbekistonda Respublikasida yuqoridagi mehmonxona biznesiga tegishli bo‘lgan makro ko‘rsatkichlardan xulosalar shakllanitadigan bo‘lsak, soha sekin astalik bilan rivoj topib bormoqda va unga keng ko‘lamli investitsiyalar olib kirish hozirgi kunning talabidir.

Tadqiqotlarimiz davomida O‘zbekistonda Respublikasida faoliyat olib borayotgan bir qator mehmonxonalar faoliyati o‘rganilgan. Xususan, Regal Stay, Simma Hotel, Saltanat Hotel, Hotel Elyorbek Grand kabi mehmonxonalarning moliyaviy ko‘rsatkichlarini quyida tahlil qilamiz. Avvalo, mazkur mehmonxonalarning xususiy kapitaliga e‘tibor qaratilsa, 2020-2022-yillar davomida xususiy kapital hajmi o‘zgarishi turlicha bo‘lganligini kuzatish mumkin (2.2-rasm).

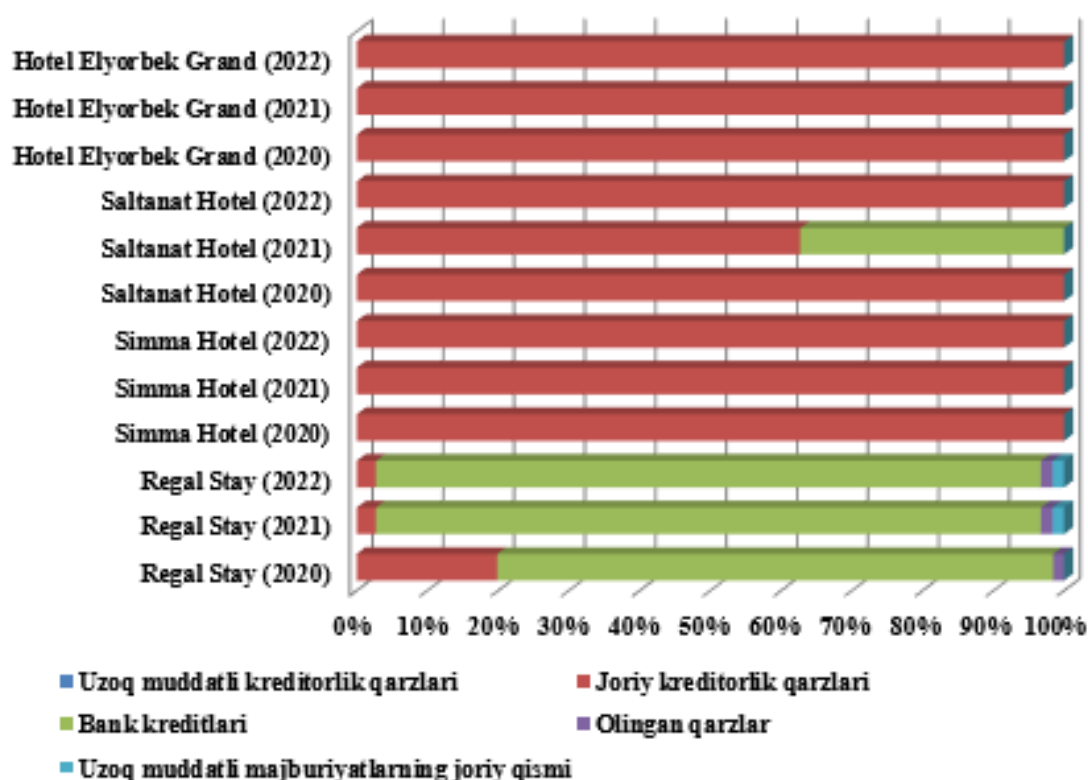


2.2-rasm. O‘zbekistonda Respublikasida faoliyat olib borayotgan mehmonxonalarning xususiy kapitali, mlrd. so‘m ⁷⁷

⁷⁷ Manbalar asosida muallif ishlanmasi

2.2-rasm ma'lumotlaridan ko'rish mumkinki, O'zbekistonda Respublikasida faoliyat olib borayotgan mehmonxonlardan Regal Stay, Simma Hotel, Saltanat Hotel, Hotel Elyorbek Grandlarning xususiy kapitalini o'zgarish dinamikasi o'rganilgan. Qayd etish joizki, so'nggi uch yilda Regal Stay, Simma Hotel ko'rsatkichlari ijobiy tomonga o'zgargan bo'lsa, Hotel Elyorbek Grandning ushbu ko'rsatkichi pasaygan. Saltanat Hotelda ko'rsatkich o'zgaruvchan bo'lganligini ta'kidlash mumkin. Yuqoridagi mehmonxonalarda moliyaviy resurslar yetishmaganligi sababli rivojlanish darajasi va xususiy kapital hajmi o'zgarishi hammasida ham ijobiy bo'lmaganligini qayd etish lozim.

Mehmonxona biznesini moliyalashtirishda xususiy kapital bilan birgalikda tashqi manbalar muhim ahamiyat kasb etadi. Quyida Regal Stay, Simma Hotel, Saltanat Hotel, Hotel Elyorbek Grand mehmonxonalarining moliyaviy va moddiy resurslarini shakllantirish manbalari tahlil etilgan (2.3-rasm).



2.3-rasm. O'zbekistonda Respublikasida faoliyat olib borayotgan mehmonxonalarning majburiyatlarining tarkibi⁷⁸

⁷⁸ Manbalar asosida muallif ishlanmasi

2.3-rasm ma'lumotlarida Regal Stay, Simma Hotel, Saltanat Hotel, Hotel Elyorbek Grand mehmonxonalarining majburiyatlar qismi tarkib ifoda etilgan. Tahlillar asosida shuni qayd etish joizki, Regal Stay mehmonxonasida bank kreditlari ulushi 2020-yilda 77,5 foizni tashkil etgan bo'lsa, 2022-yilda 93 foizlik ko'rsatkichni ko'rsatgan. Biroq boshqa mehmonxonalarda bank kreditlari hisobiga moliyalashtirish ulushi qisqa ekanligini qayd etish joiz.

Kapitalning o'rtacha tortilgan qiymati (WACC) bu korxona uchun barcha moliyalashtirish manbalarining o'rtacha foiz stavkasi bo'lib, ushbu hisob-kitob har bir moliyalashtirish manbasining umumiy qiymatdagi ulushini hisobga oladi⁷⁹.

Umumiy shaklda kapitalning o'rtacha og'irlikdagi qiymati quyidagicha hisoblanadi

$$WACC = \frac{\sum_{i=1}^N r_i \cdot MV_i}{\sum_{i=1}^N MV_i}$$

Bu yerda: N-kapitalning bir qator manbalari mavjud (qimmatli qog'ozlar, qarz olish turlari);

r_i - qimmatli qog'ozning talab qilinadigan daromad darajasidir;

MV_i - barcha muomaladagi qimmatli qog'ozlarning bozor qiymati.

Agar kompaniya faqat o'z kapitali va qarz mablag'lari hisobidan moliyalashtirilsa, kapitalning o'rtacha o'rtacha qiymati quyidagicha hisoblanadi:

$$WACC = \frac{D}{D + E} K_d + \frac{E}{D + E} K_e$$

Qayerda D- umumiy qarzlar, E- o'z mablag'lari to'plami, K_d - qarz kapitali qiymati hisoblanadi, K_e - o'z kapitalining qiymati. Shu bilan birga, hisoblashda o'z va qarz kapitalining bozor qiymatidan foydalanish kerak.

Kapitalning o'rtacha og'irlikdagi qiymatini hisoblash formulasi soliqlarning ta'sirini ham o'z ichiga olishi mumkin. Shunday qilib, bir turdagi qimmatli qog'ozlar tomonidan moliyalashtiriladigan kompaniya uchun WACCni aniqlashda

⁷⁹ Джон Теннент. Управление денежными потоками: Как не оказаться на мели = Guide To Cash Management How To Avoid A Business Credit Crunch. — М.: Алпина Паблишер, 2014. — 208 с. — ISBN 978-5-9614-4646-3.

jami bozor qiymati - MV_e , o'z kapitalining qiymati - R_e , shuningdek, umumiy bozor qiymatiga teng bo'lgan obligatsiyalarning bir turi - MV_d , qarz kapitali qiymati - R_d , korporativ soliq stavkasi - t bo'lgan mamlakatda quyidagicha hisoblangan:

$$WACC = \frac{MV_e}{MV_d + MV_e} \cdot R_e + \frac{MV_d}{MV_d + MV_e} \cdot R_d \cdot (1 - t)$$

Bunday hisob-kitob o'rtacha og'irlikdagi xarajatlarni hisoblash uchun asos sifatida qabul qilingan komponentlarning katta to'plami mavjudligi sababli juda farq qilishi mumkin. Natijada, xuddi shu kompaniya uchun WACClarning keng to'plami oqlanadi.

2.6-jadval

O'zbekiston Respublikasida faoliyat olib borayotgan mehmonxonalarning likvidlilik ko'rsatkichlari⁸⁰

Ko'rsatkichlar	Formula	Mehmonxonalar	2020-yil	2021-yil	2022-yil	Me'yoriy darajasi
Sof aylanma kapital, mlrd. so'm	SAK=JA-JM	Regal Stay	3,03	6,42	7,2	>0
		Simma Hotel	2,87	7,84	8,94	
		Saltanat Hotel	0,63	0,62	0,65	
		Hotel Elyorbek Grand	0,60	0,62	0,44	
Absolyut likvidlik koeffitsienti	$AL = \frac{PM + QMIQ}{JM}$	Regal Stay	0,001	0,072	0,08	min 0.2-0.5
		Simma Hotel	0,008	0,11	0,04	
		Saltanat Hotel	4,61	1,16	2,34	
		Hotel Elyorbek Grand	0	0	0	
Tezkor likvidlik	$TL = \frac{PM + QMIQ + DQ}{JM}$	Regal Stay	0,66	0,61	0,67	min 0.3-1.0
		Simma Hotel	0,51	4,55	5,45	
		Saltanat Hotel	35,62	5,22	6,49	
		Hotel Elyorbek Grand	5,6	6,67	2,02	
Joriy likvidlik	$JL = \frac{JA}{JM}$	Regal Stay	1,38	5,52	6,02	min 1-2
		Simma Hotel	1,59	5,13	7,89	
		Saltanat Hotel	68,58	9,75	11,89	
		Hotel Elyorbek Grand	6,67	7,69	4,04	

2.6-jadval ma'lumotlarida Regal Stay, Simma Hotel, Saltanat Hotel, Hotel Elyorbek Grand mehmonxonalarining sof aylanma kapital, absolyut likvidlik,

⁸⁰ Manbalar asosida muallif ishlanmasi

tezkor likvidlik, joriy likvidlik koeffitsientlari tahlil qilingan bo'lib, 2020-yilda Regal Stay Sof aylanma kapital 3,03 mlrd. so'mni tashkil etgan bo'lsa, 2022-yilda 3,5 barobarga oshgan. Kuzatilgan barcha mehmonxonalarda ushbu tendensiya mavjud bo'lgan. Absolyut likvidlik koeffitsienti bo'yicha Regal Stay, Simma Hotel, Saltanat Hotelda ijobiy o'zgarish bo'lsa, Hotel Elyorbek Grandda kuzatilgan davrda pul mablag'lari mavjud bo'lmagani uchun qiymati aniqlanmagan.

Regal Stay, Simma Hotel, Saltanat Hotel, Hotel Elyorbek Grand mehmonxonalarining tezkor likvidlik koefisientlari belgilangan talabdan yuqori ya'ni ijobiy qiymatga ega hisoblanadi.

2.7-jadval

O'zbekistonda Respublikasida faoliyat olib borayotgan mehmonxonalarning moliyaviy-iqtisodiy ko'rsatkichlari⁸¹

Ko'rsatkichlar	Formula	Mehmonxonalar	2020	2021	2022	Me'yoriy darajasi
Moliyaviy mustaqillik koefisienti	$MMK = \frac{XK}{A}$	Regal Stay	0,05	0,16	0,25	0.5-0.8
		Simma Hotel	0,66	0,87	0,91	
		Saltanat Hotel	0,76	0,69	0,71	
		Hotel Elyorbek Grand	0	0	0	
Umumiy qarzдорlik koefiseinti	$QK = \frac{UM + JM}{A}$	Regal Stay	1,01	0,8		0.2-0.5
		Simma Hotel	0,27	0,10	0,07	
		Saltanat Hotel	0,01	0,05	0,04	
		Hotel Elyorbek Grand		0,13	0,25	
Uzoq muddatli qarzдорlik koefiseinti	$UQK = \frac{UM}{A}$	Regal Stay	0,82	0,83	0,90	-
		Simma Hotel	0	0	0	
		Saltanat Hotel	0	0	0	
		Hotel Elyorbek Grand	0	0	0	
Xususiy kapitalga nisbatan qarzдорlik	$QK = \frac{UM + JM}{XK}$	Regal Stay	20,32	5,26	6,75	0.25-1
		Simma Hotel	0,40	0,11	0,08	
		Saltanat Hotel	0,01	0,07	0,04	
		Hotel Elyorbek Grand		91869	144904	
Uzoq muddatli majburiyatlar va aktivlar nisbati	$QK = \frac{UM}{UA}$	Regal Stay	1,13	1,14	1,18	-
		Simma Hotel	0	0	0	
		Saltanat Hotel	0	0	0	
		Hotel Elyorbek Grand	0	0	0	

⁸¹ Manbalar asosida muallif ishlanmasi

Milliy amaliyotda mehmonxonalar faoliyatida naqd pul oqimiga nisbatan talab yuqoriligicha saqlanib qolmoqda. Mazkur talabning yuqoriligi mehmonxona va boshqa joylashtirish vositalarining xarajatlari tarkibida naqd pul ko‘rinishidagi xarajatlar asosiy o‘rinni egallamoqda. Natijada tijorat banklaridan asoslangan maqsadga kredit olish imkoni past bo‘ladi. Mazkur holat mehmonxonalarning tijorat banklaridan kredit jalb qilishiga salbiy ta‘sir ko‘rsatishiga hamda pul aylanmasi hajmi kam bo‘lishi natijasida xususiy kapital hajmining o‘shishining sekinlashishiga sabab bo‘ladi. Tijorat banklarining naqd pul ko‘rinishida beriladigan kredit mahsulotlarini joriy etishni mazkur muammolarni hal qilish yo‘llaridan biri sifatida qayd etish lozim.

Mehmonxona sanoatida mahsulotlarni yaratishda turli sohalar ishtirok etadi. Shu sababli, bitta bo‘limda ishlaydigan kompaniyalar boshqa bo‘limdagi kompaniyalarni moliyalashtirishdan manfaatdor bo‘ladi. Masalan, sayyohlik agentliklari mijozlarni yuboradigan kurortlarda mehmonxona majmualarini rivojlantirishni moliyalashtirishi mumkin. Aviakompaniyalar o‘z xizmatlaridan keng foydalanadigan sayyohlik agentliklari uchun moliyaviy xavfsizlikni ta‘minlashi mumkin. Mehmondo‘stlik sanoatida kompaniya faoliyatining aksariyati ko‘p mehnat talab qiladi. Ularning xizmatlarini talabning o‘zgarishiga moslashtirish qiyinroq bo‘ladi. Bundan tashqari, operatsion qiymat mahsulot qanday sotilishiga bog‘liq bo‘ladi.

Mehmonxona sanoatining rivojlanishi ko‘plab sohalarning o‘zaro hamkorligiga bog‘liq bo‘lib, bu mahsulotlarning sifatli va raqobatbardosh bo‘lishini ta‘minlaydi. Arxitektura va dizayn sohasi mehmonxona binosining tashqi va ichki ko‘rinishini shakllantiradi, bu esa mijozlarda birinchi taassurotni uyg‘otadi. Shu bilan birga, texnologiya va IT sohalari zamonaviy xizmatlar, masalan, onlayn bron qilish tizimlari va raqamli xavfsizlikni ta‘minlab, mehmonlarga qulaylik yaratadi. Oziq-ovqat sanoati esa restoran va ovqatlanish xizmatlarini taklif etadi, bu esa mehmonxonaning obro‘sig a bevosita ta‘sir ko‘rsatadi. Marketing va brending sohalari mahsulotni bozorda ilgari surish, mehmonlar ishonchini qozonish va sodiqlikni oshirishda muhim rol o‘ynaydi.

Xodimlarni tayyorlash va xizmat ko'rsatish sifati esa turizm va xizmat ko'rsatish sohasi orqali yo'lga qo'yiladi. Shuningdek, ekologiya va barqarorlik sohalari mehmonxonaning atrof-muhitga salbiy ta'sirini kamaytirishga yordam beradi. Shu tarzda, mehmonxona mahsuloti yakuniy shaklga ega bo'lishi uchun turli mutaxassisliklar birgalikda ishlashi talab etiladi.

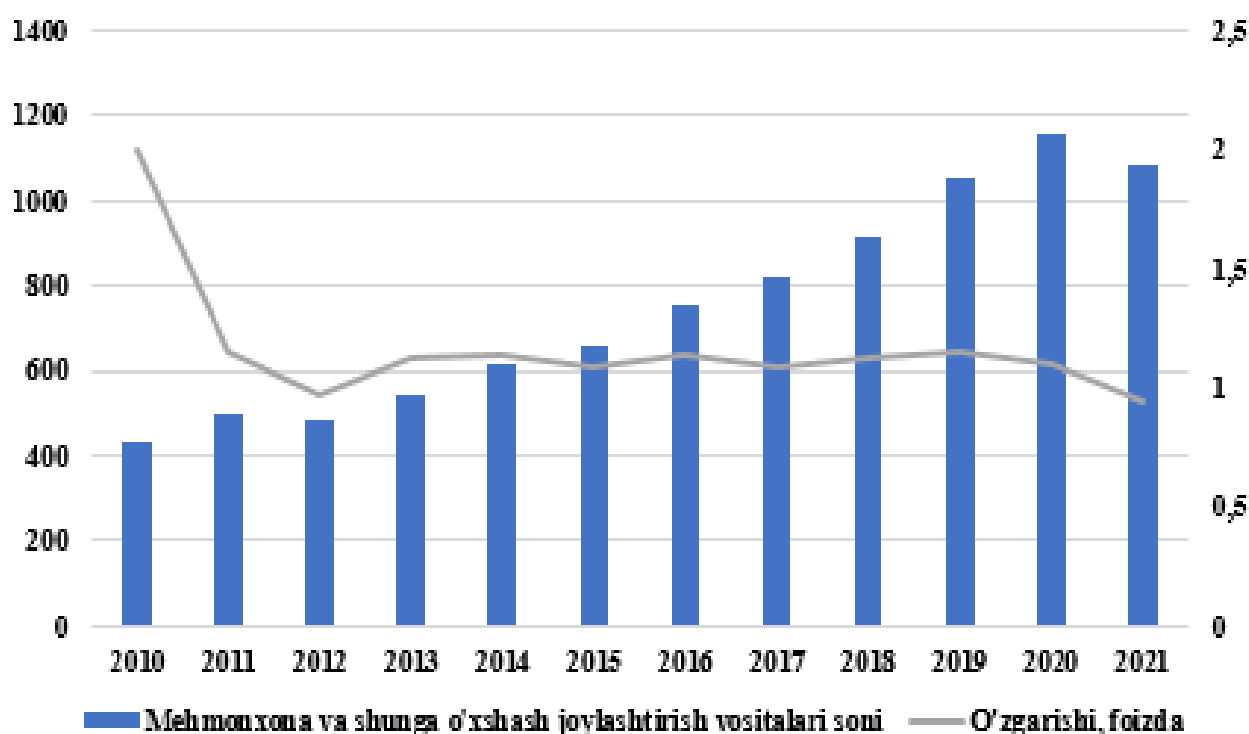
2.8-jadval

Hududlar bo'yicha ko'rsatilgan xizmatlar hajmi, trln. so'm⁸²

Hududlar	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019	2020	2021
Jami	27,13	35,20	44,39	55,87	68,03	78,53	97,05	118,81	150,89	193,70
QQR	0,67	1,06	1,35	1,71	2,15	2,55	3,10	3,61	4,60	5,67
Andijon	1,32	1,78	2,37	3,09	4,01	4,68	5,77	6,63	8,01	9,80
Buxoro	1,07	1,41	1,84	2,41	3,05	3,75	4,76	5,42	6,63	8,41
Jizzax	0,44	0,61	0,82	1,03	1,32	1,73	2,16	2,53	3,28	4,31
Qashqadaryo	1,14	1,53	2,00	2,64	3,39	4,06	5,14	5,86	7,06	8,80
Navoiy	0,64	0,89	1,14	1,40	1,76	2,07	2,59	3,07	3,93	5,06
Namangan	0,97	1,32	1,78	2,29	2,96	3,32	4,41	5,00	6,07	7,75
Samarqand	1,80	2,34	3,08	3,98	5,07	5,83	7,20	8,34	10,04	12,79
Surxondaryo	0,80	1,09	1,45	1,92	2,47	3,07	3,85	4,49	6,08	6,98
Sirdaryo	0,35	0,48	0,62	0,75	0,92	1,10	1,36	1,60	2,03	2,73
Toshkent	2,25	2,75	3,47	4,43	5,53	6,45	8,11	9,35	11,29	14,57
Farg'ona	1,47	2,04	2,71	3,53	4,47	5,26	6,67	7,60	9,24	11,68
Xorazm	0,86	1,07	1,38	1,79	2,19	2,55	3,12	3,65	4,56	5,76
Toshkent sh.	8,81	10,88	13,38	16,29	19,78	23,11	29,47	38,66	50,18	65,76

2.8-jadval ma'lumotlaridan ko'rinib turibdiki, 2012 yilda respublikada jami xizmatlar qiymati 27,13 trln. so'mni tashkil etgan bo'lsa, 2021 yilga kelib ushbu ko'rsatkich 193,7 trln. so'mni yoki 7,13 barobarga oshganligini qayd etish joiz. Xududlar kesimida xizmatlar xajmini ko'rib chiqar ekamiz, 2021 yil natijalariga ko'ra yetakchilikda Toshkent shahri umumiyga nisbatan 33,9 foizni, Toshkent viloyati 13,29 foizni, Samarqand viloyati 15,14 foizni ko'rsatgan. Xizmatlar sohasini ushbu tendensiyada o'sib borishiga, albatta, turizm va mehmonxona biznesini rivojlanishi ham sezilarli ta'sir ko'rsatmoqda.

⁸² <https://stat.uz/uz/>



2.5-rasm. O'zbekistonda mehmonxona va boshqa joylashtirish vositalari soni⁸³

Yuqoridagi 2.5-rasmdagi statistik ko'rsatkichlarda joylashtirish vositalari tahlil qilingan. O'zbekistonda mehmonxona va boshqa joylashtirish vositalari soni 2010-yilda jami 434 donani tashkil etgan. 2021-yilga kelib mazkur ko'rsatkich 1085 donani tashkil etgan. 2020 yilda esa ushbu ko'rsatkich 1156 donani tashkil etganligini alohida qayd etish joiz.

Mehmonxona sanoatida ma'lumot to'plash moliyaviy rejalashtirish komissiyasining zimmasidadir. Kompaniyaning majburiyatlarining bir qismi, shuningdek, kompaniya maqsadlariga erishishning boshqa usullarini topishdir. Boshqa tomondan, moliyaviy rejalashtirishning birinchi bosqichi dastlabki xarajatlarni baholashdir. Investitsiyalarni amalga oshirish uchun zarur bo'lgan miqdor tender yordamida aniqlanadi. Loyihaning hayotiy tsikli davomida investitsiyalarning o'zidan qo'shimcha daromad olinadi, bu juda ehtiyotkorlik bilan baholanadi.

Baholash jarayonining o'zi asosiy kapital qo'yilmalardan olinadigan daromadlarni baholashdan boshlanadi. Ushbu ma'lumot mutaxassislar, shuningdek

⁸³ https://api.siat.stat.uz/media/uploads/sdmx/sdmx_data_862.pdf

ishlab chiqarish xodimlari, savdo va marketing bo'yicha mutaxassislar tomonidan baholanadi. Mablag'larni tejash imkoniyati, shuningdek, ob'ektlar va binolarning narxi yoki alternativlarni to'g'ri tanlash bilan baholanadi. Masalan, uskunani sotib olayotganda, yoqilg'i sotib olish yoki mehnatga haq to'lash bilan bog'liq tejashga e'tibor qaratish lozim.

Mehmonxona biznesini samarali tashkil etishda moliyaviy resurslarning keng ishtirokida uzoq muddatli investitsiyalarni hisobga olgan holda foyda standartlarini baholash ham muhim. Bu kompaniyaga joylashtiriladigan moliya miqdori, turi va qiymatini aniqlash orqali amalga oshiriladi. Shundan so'ng, qancha mablag ' olinishi va qaysi stavkada, kapitalning qaysi qismi aktsiyadorlar tomonidan investitsiya qilinishi va qancha foyda kutilishi aniqlanadi. Qanday qilib sarmoya kiritishni tushuntirish, uning natijalarini aniqlash, odatdagi vaziyatni oling va har bir alternativ vaziyatni taqqoslang. Katta loyihalar uchun bu sharhlar yana juda muhim, shuning uchun bu erda xavf ancha katta bo'ladi. Aktsiyadorlarning iloji boricha ko'proq daromad olish ehtiyojlarini qondirish uchun korxona kapitali bir necha usul bilan shakllantiriladi. Zamonaviy moliyaviy nazariya xavfni baholash uchun "moliyaviy aktivlarni baholash modeli" dan foydalanadi. Ushbu uslub investitsiyalar ikki tur bilan bog'liqligini tan oladi: butun iqtisodiy tizim bilan bog'liq tizimli xavf va loyiha bilan bog'liq bo'lmagan tizimli xavf. Ushbu model investorlar tizimli xatarlardan juda katta foyda olishga intilishlari kerak, chunki ular boshqa xavflarni bartaraf etishlari mumkin. Sistematik tavakkalchilik muhim hisoblanadi va kompaniyaning mazkur tavakkalchilikka ta'sirchanligi β koeffitsienti yordamida o'lchanadi.

$$\text{Shundan } Y = Y_f + (Y_m - Y_f) \times \beta_m,$$

bu yerda Y - investitsiyalarning kutilgan daromaddorligi;

Y_f - daromaddorlikning tavakkalchiliksiz stavkasi;

Y_m – kutilgan bozor daromaddorligi;

β_m - investitsiyalarning sistematik tavakkalchilikka nisbatan ta'sirchanligi.

Υ_f ko'rsatkichi davlat qimmatli qog'ozlariga investitsiyalardan daromaddorlikka teng bo'lishi lozim, $\Upsilon_m - \Upsilon_f$ tafovuti esa 8-9% oralig'ida kuzatiladi, β_m – loyiha uchun bevosita aniqlanishi mumkin emas, ammo prognoz qilinayotgan natija o'tgan davr ko'rsatkichlariga tuzatish kiritish orqali ma'lum darajada aniqlik bilan olinishi mumkin.

Shundan daromaddorlikning kutilayotgan darajasi yoki investitsiyalar joiz rentabelligining quyi miqdori hisoblanadi. Joiz rentabellikning quyi miqdori bank belgilagan qiymat yoki boshqa qarz qiymati bo'lishi mumkin. Joiz rentabellikning quyi miqdori aniqlanganidan keyin investitsiyalarni baholash usuli yordamida baholash amalga oshiriladi. Ushbu usullar yordamida daromaddorligi joiz rentabellikning quyi miqdoridan katta bo'lgan ma'qul investitsiya loyihalarini tanlab olishga harakat qilinadi.

Sof joriy qiymat (SJQ) va rentabellikning ichki normasi (RIN) ko'rsatkichlaridan foydalangan holda moliya mablag'lari diskontlangan oqimini qabul qilish ana shunday usullardan biridir. SJQ ko'rsatkichiga asoslangan usul inflyatsiyani hisobga olmaganda, bugun olingan pullar bahosi keyinroq olinadigan pullar bahosidan qimmatroq bo'ladi, degan oddiy prinsipga asoslanadi. Bu investitsiyalash imkoniyatlarining kamayishi hamda joylashtirilgan pullar kechroq qaytishi natijasida investorlar tomonidan qiziqishning yo'qolishi bilan izohlanadi.

Ushbu usul, shuningdek, kelgusida sotib olish uchun ajratilgan muhim moliyaviy resurslarning ikki tomonlama oqimini baholaydi. Xavf past bo'lsa, ijobiy ifodaga ega sxemalarga ruxsat beriladi, chunki ular kompaniyaning farovonligini oshiradi. Ushbu usulning murakkabligi chegirmaning qaysi darajasini qo'llash kerakligini aniqlashni anglatadi, ammo bu muammoni yuqorida aytib o'tilgan moliyaviy aktivlarni baholash modeli yordamida yumshatish mumkin.

RIN ko'rsatkichlari yordamida investitsiyalarni baholash usuli SJQ usuli ko'rsatkichlarini nazariy jihatdan qabul qilmaydi, ammo u amalda qo'llaniladi. Ba'zan u bir-biriga mos keladi, chunki u loyihaning rentabelligini aks ettiradi.

2.2. O‘zbekistonda mehmonxona biznesini moliyalashtirish amaliyoti tahlili

Mehmonxona biznesini moliyalashtirish manbalarini tahlil qiladigan bo‘lsak, mamlakatimizda xalqaro amaliyotdan farqli ravishda tor doiradagi moliyalashtirish shakllari qo‘llanmoqda. Mehmonxona biznesini moliyalashtirish mexanizmlarini shakllantirishda qator muammoli jihatlar ko‘zga tashlanadi. Quyida milliy amaliyotda mehmonxona biznesini moliyalashtirish manbalarini tahlil qilamiz.

2.9-jadval

2024-yil yanvar oyida O‘zbekistonda hududlar kesimida mehmonxonalar uchun ajratilgan kreditlar hajmi, mln. so‘m⁸⁴

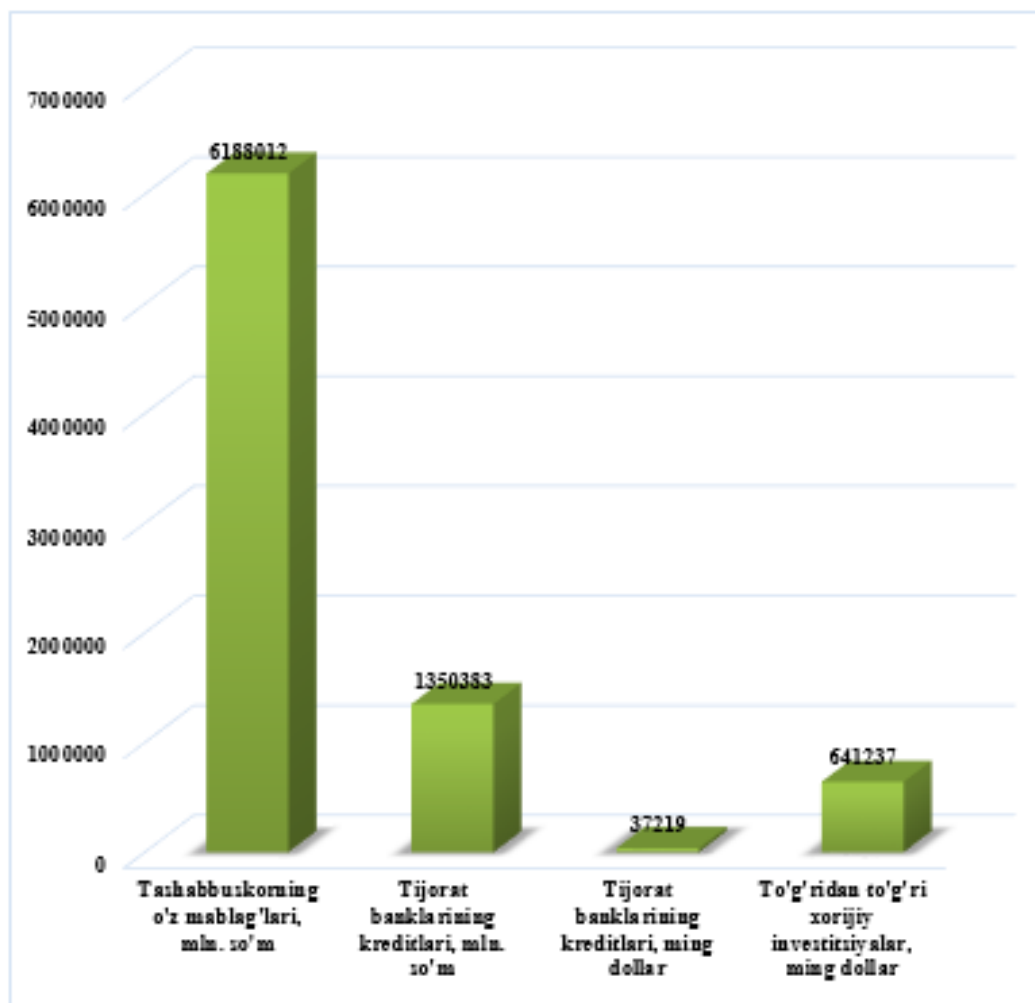
№	Hududlar	Mehmonxonalar uchun ajratilgan kreditlar	
		Soni	Summasi
1	Qoraqalpog‘iston Respublikasi	2	5 381
2	Andijon viloyati	-	-
3	Buxoro viloyati	1	2 366
4	Jizzax viloyati	1	300
5	Qashqadaryo viloyati	-	-
6	Navoiy viloyati	-	-
7	Namangan viloyati	-	-
8	Samarqand viloyati	3	66 084
9	Surxondaryo viloyati	-	-
10	Sirdaryo viloyati	-	-
11	Toshkent viloyati	2	350
12	Farg‘ona viloyati	1	473
13	Xorazm viloyati	-	-
14	Toshkent shahri	4	30 636

2024-yil yanvar oyida O‘zbekistonda hududlar kesimida mehmonxonalar uchun ajratilgan kreditlar hajmi tahlil qilinsa, hududlarda xilma-xil ko‘rsatkichlar ko‘zga tashlanadi (2.9-jadval).

Xususan, 2024-yilning yanvar oyida eng ko‘p kreditlar Samarqand viloyatidagi mehmonxonalar uchun ajratilgan bo‘lib, mazkur ko‘rsatkich 66084 mln. so‘mni tashkil etgan. Umuman olganda jami 14 ta hududdan 7 tasidagi

⁸⁴ <https://cbu.uz/oz/> - O‘zbekiston Respublikasi Markaziy banki ma’lumotlari

mehmonxonalar uchun kreditlar ajratilgan bo'lsa, qolgan 7 ta hududdagi mehmonxonalarga kreditlar ajratilmaganligini kuzatish mumkin (2.9-jadval).



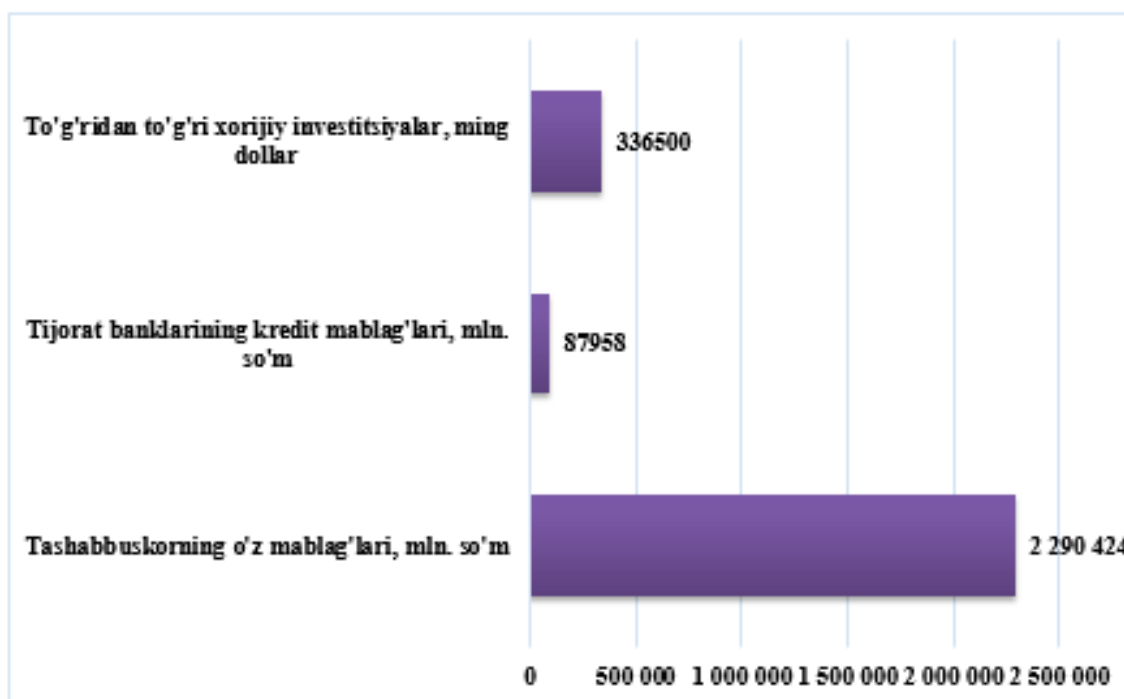
2.6-rasm. O'zbekistonda 2023-yilda mehmonxona biznesi bo'yicha loyihalarni moliyalashtirish manbalari ko'rsatkichlari⁸⁵

2.6-rasmda O'zbekistonda 2023-yilda mehmonxona biznesi bo'yicha loyihalarni moliyalashtirish manbalari ko'rsatkichlari aks ettirilgan bo'lib, mehmonxonalarni moliyalashtirish manbalari sifatida tashabbuskorning o'z mablag'lari, tijorat banklarining milliy va xorijiy valutadagi kreditlari hamda to'g'ridan to'g'ri xorijiy investitsiyalarni ta'kidlash lozim. Keltirilgan ma'lumotlarga ko'ra, asosiy moliyalashtirish manbasi tashabbuskorning o'z

⁸⁵ <https://uzbektourism.uz/> - O'zbekiston Respublikasi Ekologiya, atrof-muhitni muhofaza qilish va iqlim o'zgarishi vazirligi huzuridagi Turizm qo'mitasi ma'lumotlari asosida muallif tomonidan shakllantirilgan

mablag'lari (6188012 mln. so'm) hisoblanadi. Shuningdek, to'g'ridan to'g'ri xorijiy investitsiyalar hajmi ham yuqori ekanligini qayd etish lozim.

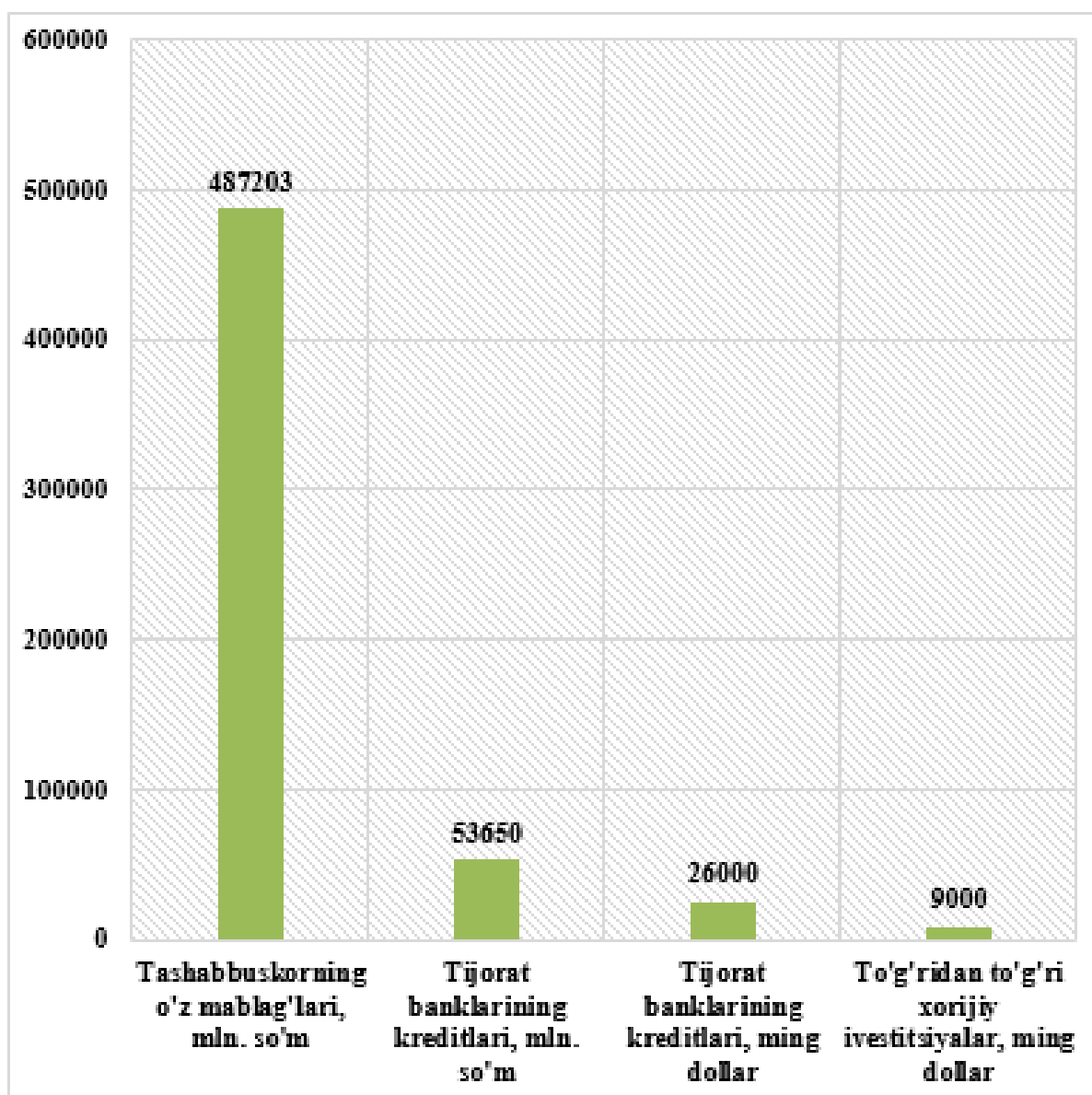
2.7-rasmda 2023-yilda Toshkent shahrida mehmonxona biznesi bo'yicha loyihalarni moliyalashtirish manbalari tahlili keltirilgan. Toshkent shahrida tashabbuskorning o'z mablag'lari 2290424 mln. so'mni tashkil etgan bo'lsa, tijorat banklarining milliy valyutadagi kreditlari 87958 mln. so'mga yetgan. 2023-yilda mehmonxonalarga yo'naltirilgan to'g'ridan to'g'ri xorijiy investitsiyalar hajmi 336500 ming dollardan iborat.



2.7-rasm. Toshkent shahrida mehmonxona biznesi bo'yicha loyihalarni moliyalashtirish manbalari tahlili, 2023⁸⁶

2.8-rasmda 2023-yilda Samarqand viloyatida mehmonxona biznesi bo'yicha loyihalarni moliyalashtirish manbalari tahlili aks ettirilgan bo'lib, unga ko'ra, mazkur hududda tashabbuskorning o'z mablag'lari, tijorat banklarining milliy va xorijiy valyutadagi kreditlari hamda to'g'ridan to'g'ri xorijiy investitsiyalar mablag'lari mehmonxona biznesiga yo'naltirilgan.

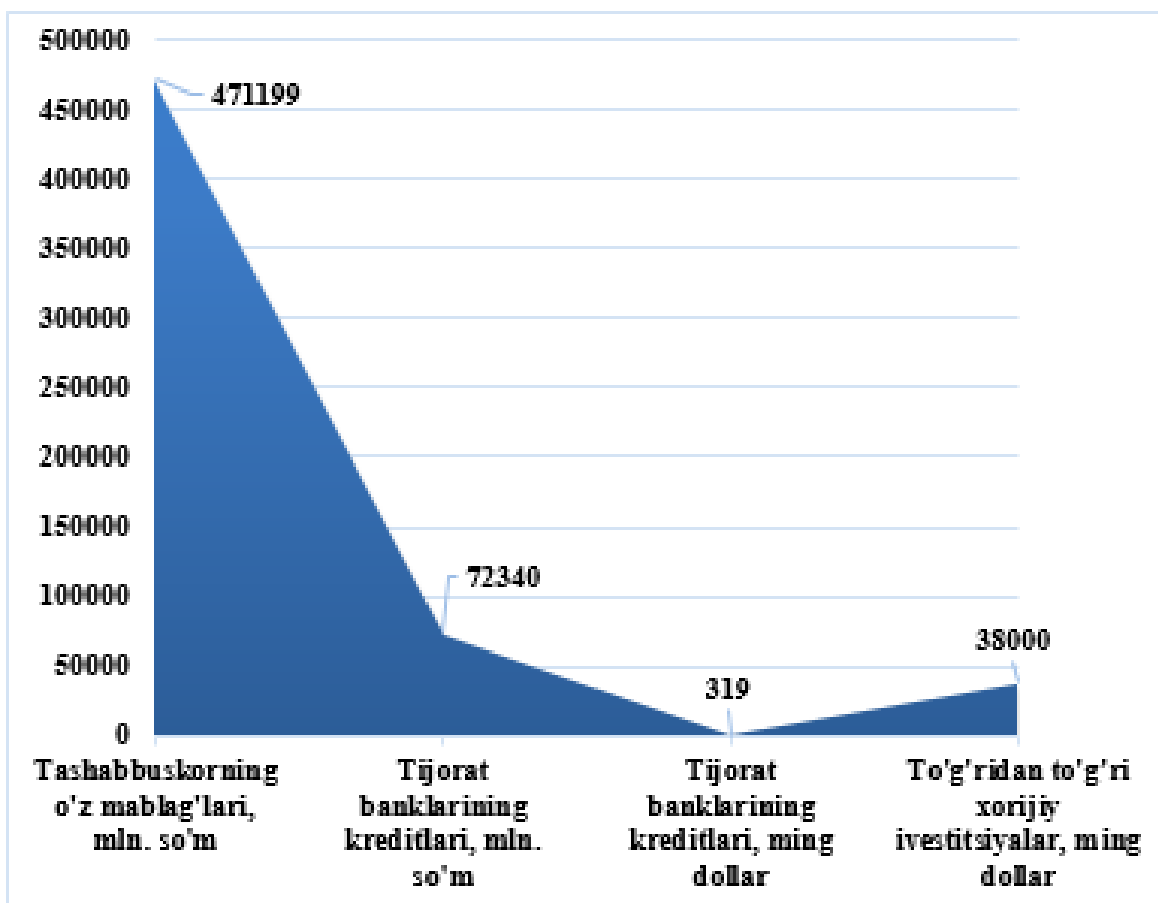
⁸⁶ <https://uzbektourism.uz/> - O'zbekiston Respublikasi Ekologiya, atrof-muhitni muhofaza qilish va iqlim o'zgarishi vazirligi huzuridagi Turizm qo'mitasi ma'lumotlari asosida muallif tomonidan shakllantirilgan



2.8-rasm. Samarqand viloyatida mehmonxona biznesi bo'yicha loyihalarni moliyalashtirish manbalari tahlili, 2023⁸⁷

2023-yilda Buxoro viloyatida mehmonxona biznesi bo'yicha loyihalarni moliyalashtirish manbalari tahlil qilinsa, mehmonxona loyihalariga turli moliyalashtirish manbalaridan kapital jalb qilinganligini kuzatish mumkin (2.9-rasm).

⁸⁷ <https://uzbektourism.uz/> - O'zbekiston Respublikasi Ekologiya, atrof-muhitni muhofaza qilish va iqlim o'zgarishi vazirligi huzuridagi Turizm qo'mitasi ma'lumotlari asosida muallif tomonidan shakllantirilgan



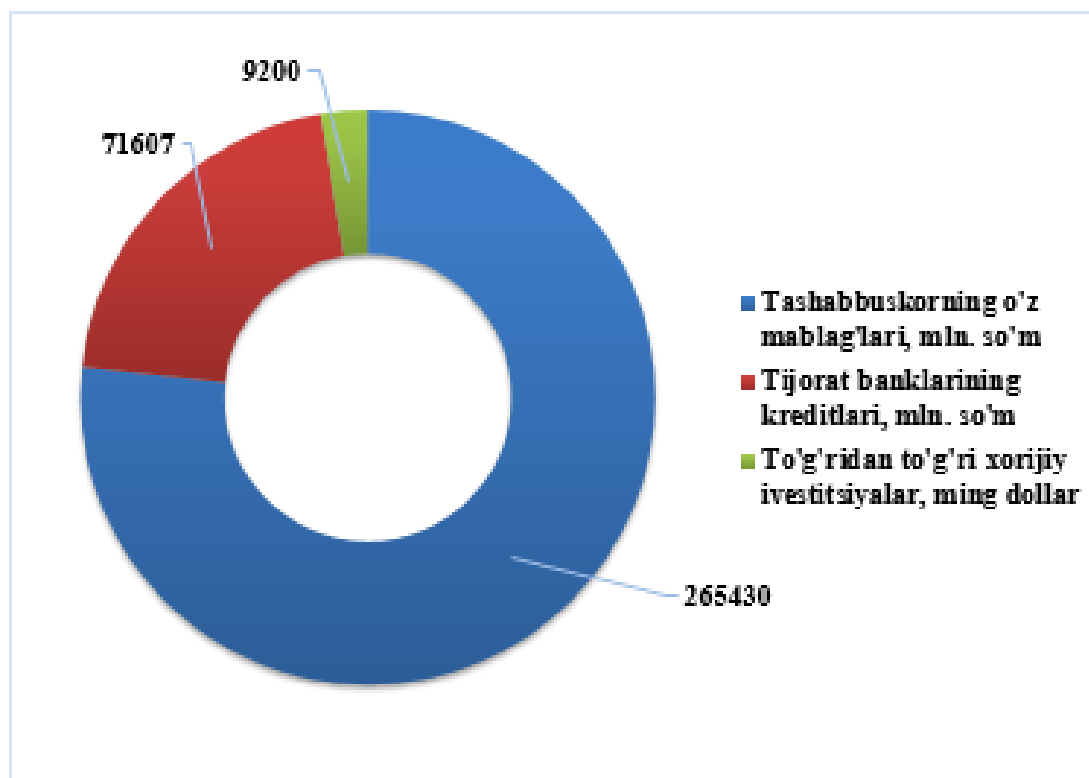
2.9-rasm. Buxoro viloyatida mehmonxona biznesi bo'yicha loyihalarni moliyalashtirish manbalari tahlili, 2023⁸⁸

Buxoro viloyatida tashabbuskorning o'z mablag'lari 2023-yilda jami 471199 mln. so'mni tashkil etgan. Tijorat banklarining milliy valyutadagi kreditlari 72340 mln. so'm bo'lgan bo'lsa, xorijiy valyutadagi kreditlari hajmi 319 ming dollardan iborat bo'lgan. Mehmonxonalarga yo'naltirilgan to'g'ridan to'g'ri xorijiy investitsiyalar mablag'lari hajmi 38000 ming dollarlik ko'rsatkichni qayd etgan (2.9-rasm).

2.10-rasmda 2023-yilda Xorazm viloyatida mehmonxona biznesi bo'yicha loyihalarni moliyalashtirish manbalari tahlili aks ettirilgan bo'lib, 2023-yilda Xorazmda tijorat banklarining mehmonxonalar uchun ajratilgan xorijiy valyutadagi kreditlari mavjud emas. Mazkur davrda tashabbuskorning o'z mablag'lari hajmi 265430 mln. so'mdan iborat bo'lgan bo'lsa, to'g'ridan to'g'ri xorijiy investitsiyalar

⁸⁸ <https://uzbektourism.uz/> - O'zbekiston Respublikasi Ekologiya, atrof-muhitni muhofaza qilish va iqlim o'zgarishi vazirligi huzuridagi Turizm qo'mitasi ma'lumotlari asosida muallif tomonidan shakllantirilgan

hajmi 9200 ming dollarni, tijorat banklarining milliy valyutadagi kreditlari esa 71607 mln. soʻmni tashkil etgan.

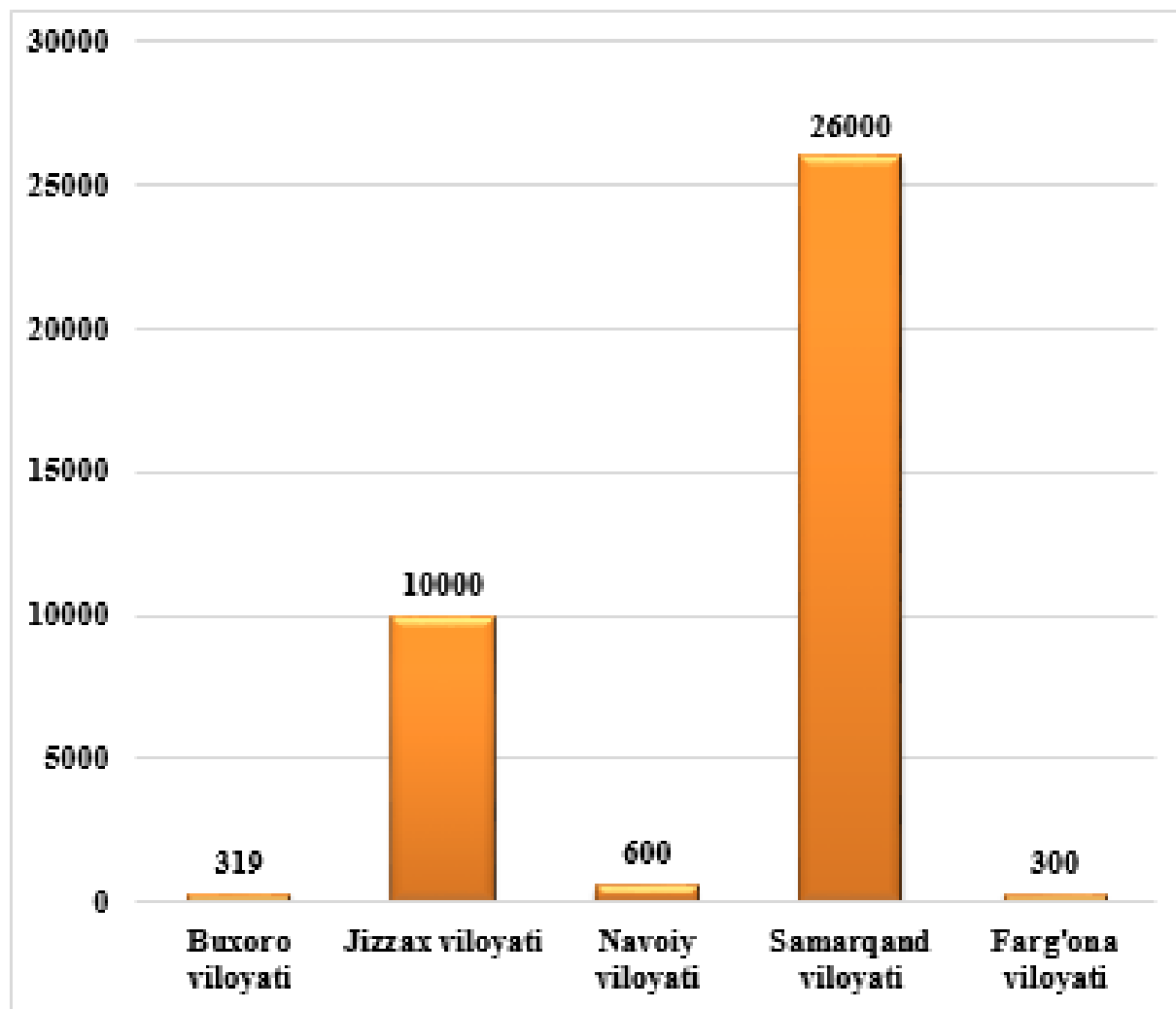


2.10-rasm. Xorazm viloyatida mehmonxona biznesi bo'yicha loyihalarni moliylashtirish manbalari tahlili, 2023⁸⁹

Mehmonxona biznesi bo'yicha loyihalarga xorijiy kredit liniyalari orqali kapital jalb qilgan hududlarni tahlil qiladigan bo'lsak, 2023-yilda jami 14 ta hududdan 5 tasida mehmonxona biznesi bo'yicha loyihalarga xorijiy kredit liniyalari orqali kapital jalb qilingan (2.11-rasm). Mazkur hududlar ichida eng ko'p xorijiy kredit liniyalaridan kapital jalb qilgan hudud sifatida Samarqand viloyati (26 000 ming dollar) ni alohida qayd etish lozim. Jizzax viloyatida mazkur ko'rsatkich 10000 ming dollarni tashkil etgan bo'lsa, boshqa hududlarda ko'rsatkichlar anchagina kichik qiymatni tashkil etgan. Xususan, Navoiy viloyatida 600 ming dollar, Buxoro viloyatida 319 ming dollar, Farg'ona viloyatida 300 ming

⁸⁹ <https://uzbektourism.uz/> - O'zbekiston Respublikasi Ekologiya, atrof-muhitni muhofaza qilish va iqlim o'zgarishi vazirligi huzuridagi Turizm qo'mitasi ma'lumotlari asosida muallif tomonidan shakllantirilgan

dollar hajmida xorijiy kredit liniyalari orqali mablag‘ jalb qilinganligini qayd etish lozim.

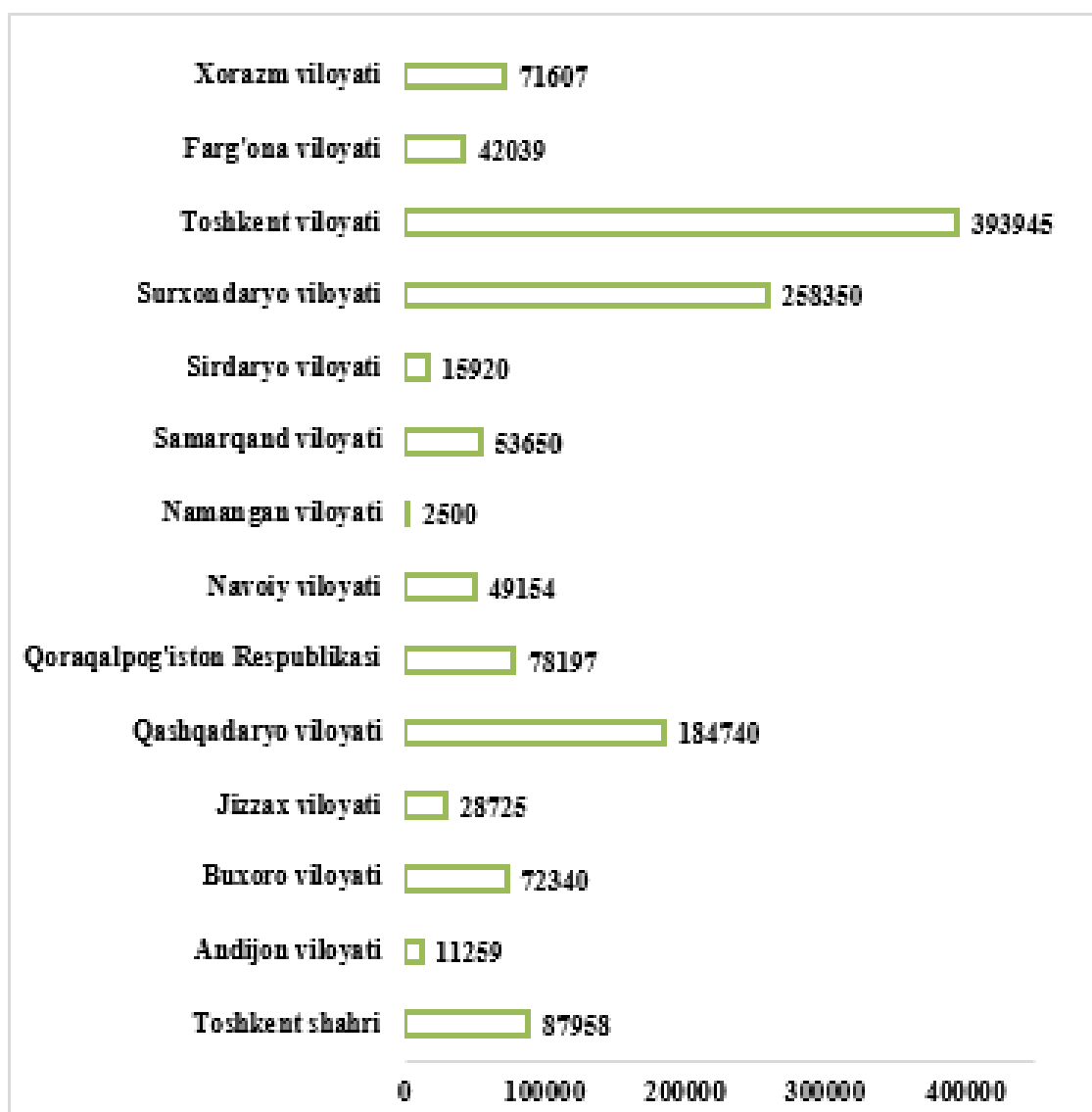


2.11-rasm. Mehmonxona biznesi bo‘yicha loyihalarga xorijiy kredit liniyalari orqali kapital jalb qilgan hududlar tahlili, 2023 (ming dollar)⁹⁰

2.12-rasmda O‘zbekistonda hududlar kesimida mehmonxona biznesi bo‘yicha loyihalarni tijorat banklarining milliy valyutadagi kreditlari hisobidan moliyalashtirish hajmi tahlili aks ettirilgan bo‘lib, 2023-yilda mehmonxona biznesi bo‘yicha loyihalarga eng ko‘p miqdorda tijorat banklari kreditlari jalb etilgan hudud sifatida Toshkent viloyati (393945 mln. so‘m)ni alohida qayd etish joiz. Shuningdek, Surxondaryo (258350 mln. so‘m) va Qashqadaryo (184740 mln. so‘m) viloyatlari ko‘rsatkichlari ham yuqori ekanligini ta’kidlash lozim.

⁹⁰ <https://uzbektourism.uz/> - O‘zbekiston Respublikasi Ekologiya, atrof-muhitni muhofaza qilish va iqlim o‘zgarishi vazirligi huzuridagi Turizm qo‘mitasi ma’lumotlari asosida muallif tomonidan shakllantirilgan

Mehmonxonalar bo'yicha loyihalarga eng kam tijorat banklari kreditlari jalb etgan hududlar sifatida Namangan, Andijon, Sirdaryo kabi viloyatlarni aytib o'tish lozim.

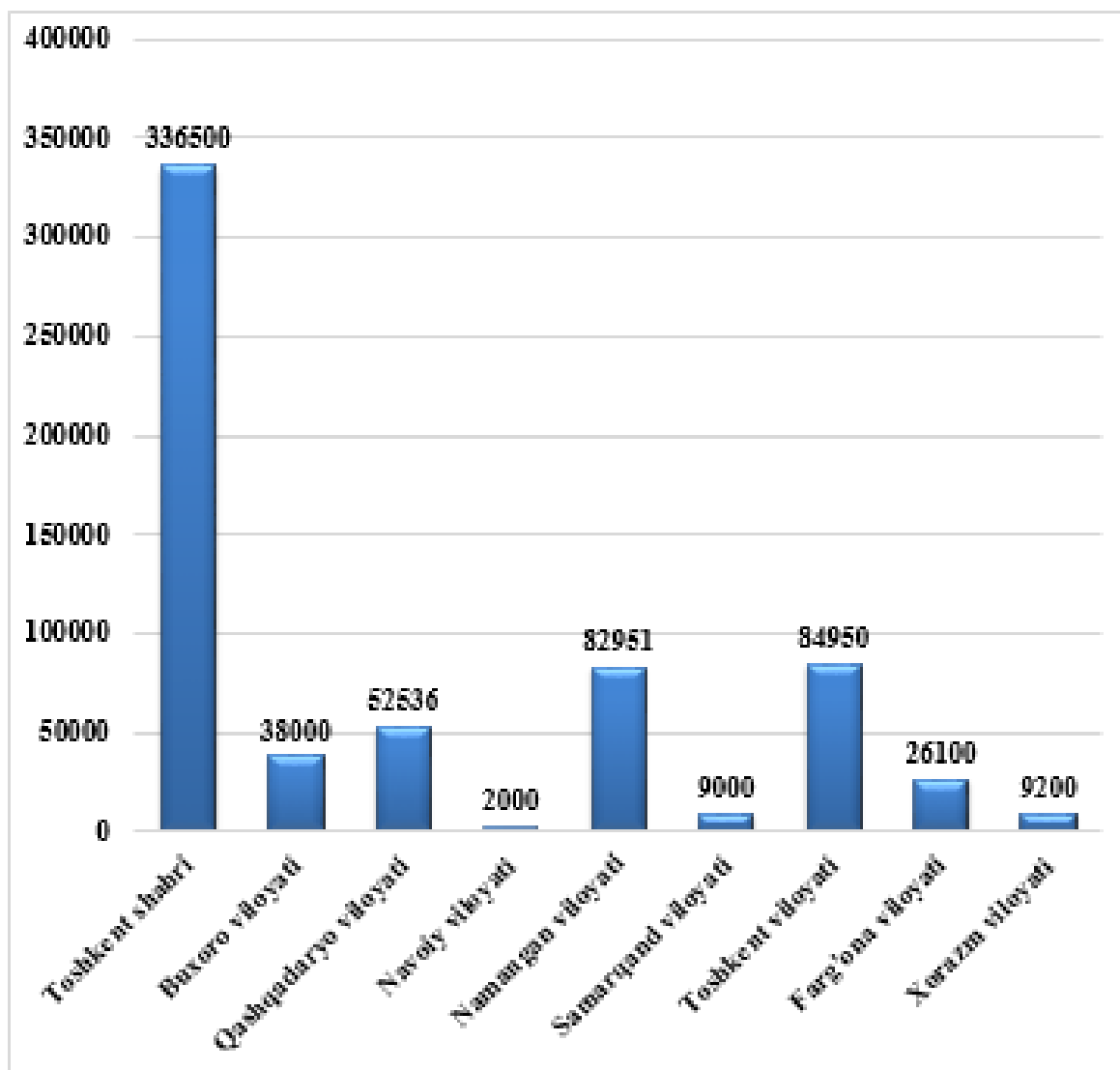


2.12-rasm. O'zbekistonda hududlar kesimida mehmonxona biznesi bo'yicha loyihalarni tijorat banklarining milliy valyutadagi kreditlari hisobidan moliyalashtirish hajmi, 2023 (mln. so'm)⁹¹

Mehmonxona biznesi bo'yicha loyihalarga to'g'ridan to'g'ri xorijiy investitsiyalarni jalb qilgan hududlarni tahlil qiladigan bo'lsak, 2023-yilda bir qator hududlar to'g'ridan to'g'ri xorijiy investitsiyalarni jalb etgan (2.12-rasm).

⁹¹ <https://uzbektourism.uz/> - O'zbekiston Respublikasi Ekologiya, atrof-muhitni muhofaza qilish va iqlim o'zgarishi vazirligi huzuridagi Turizm qo'mitasi ma'lumotlari asosida muallif tomonidan shakllantirilgan

Jami 9 ta viloyatda to‘g‘ridan to‘g‘ri xorijiy investitsiyalar jalb qilingan hamda eng yuqori ko‘rsatkichni Toshkent shahri (336500 ming dollar) qayd etgan. Boshqa hududlar Toshkent shahri ko‘rsatkichiga nisbatan keskin past ekanligini alohida ta’kidlash mumkin (2.13-rasm).

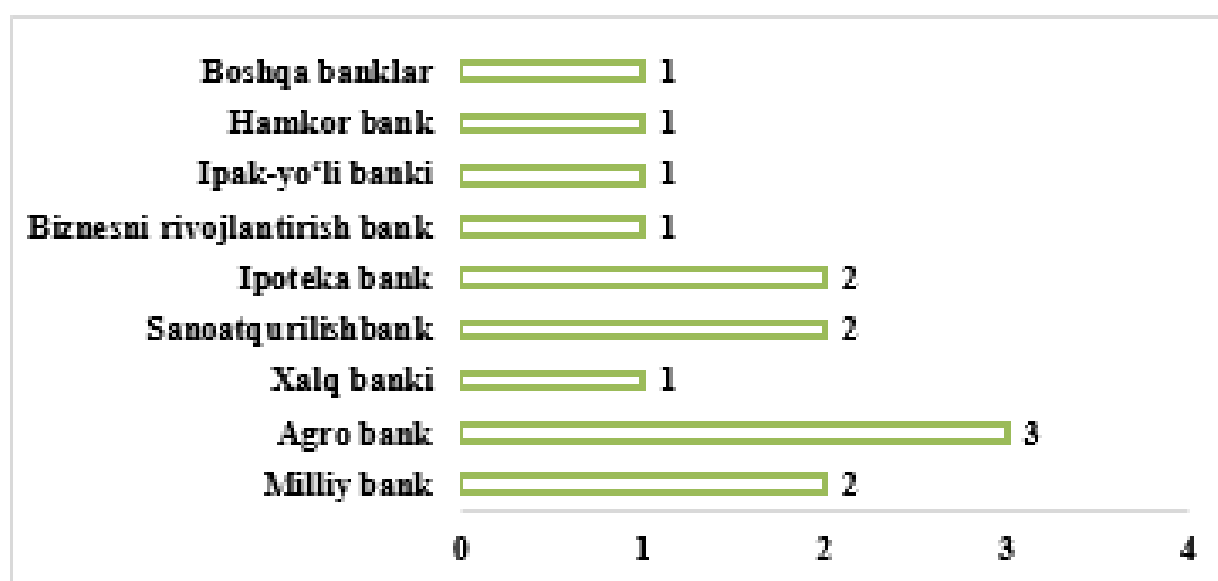


2.13-rasm. Mehmonxona biznesi bo‘yicha loyihalarga to‘g‘ridan to‘g‘ri xorijiy investitsiyalarni jalb qilgan hududlar tahlili, 2023 (ming dollar)⁹²

Amalga oshirilgan tahlillar asosida qayd etish joizki, mamlakatimizda mehmonxona biznesi bo‘yicha loyihalarni moliyalshtirish amaliyoti qoniqarli darajada shakllanmagan va mazkur jihat sohaning rivojlanishiga ham salbiy ta’sir ko‘rsatmoqda.

⁹² <https://uzbektourism.uz/> - O‘zbekiston Respublikasi Ekologiya, atrof-muhitni muhofaza qilish va iqlim o‘zgarishi vazirligi huzuridagi Turizm qo‘mitasi ma’lumotlari asosida muallif tomonidan shakllantirilgan

O‘zbekistonda mehmonxona biznesini moliyalashtirishda tijorat banklari samarali ishtirok etmoqda. Biroq tijorat banklarining mehmonxona biznesiga, xususan, mehmonxonalar va boshqa joylashtirish vositalariga kredit ajratilishida biznes reja bo‘yicha talabning qo‘yilishi aksariyat mehmonxonalar uchun noqulaylik tug‘dirmoqda. Chunki mehmonxona biznesida barcha xarajatlarda real holatda aks ettirib bo‘lmasligi, shuningdek, daromadlar shakllanishi turli davrlarda turlicha bo‘lishi, mehmonxona biznesida mavsumiylik xususiyati yuqori ta’sirga ega ekanligi kabi jihatlar biznes rejani yuqori aniqlikda shakllantirishga to‘sqinlik qiladi.

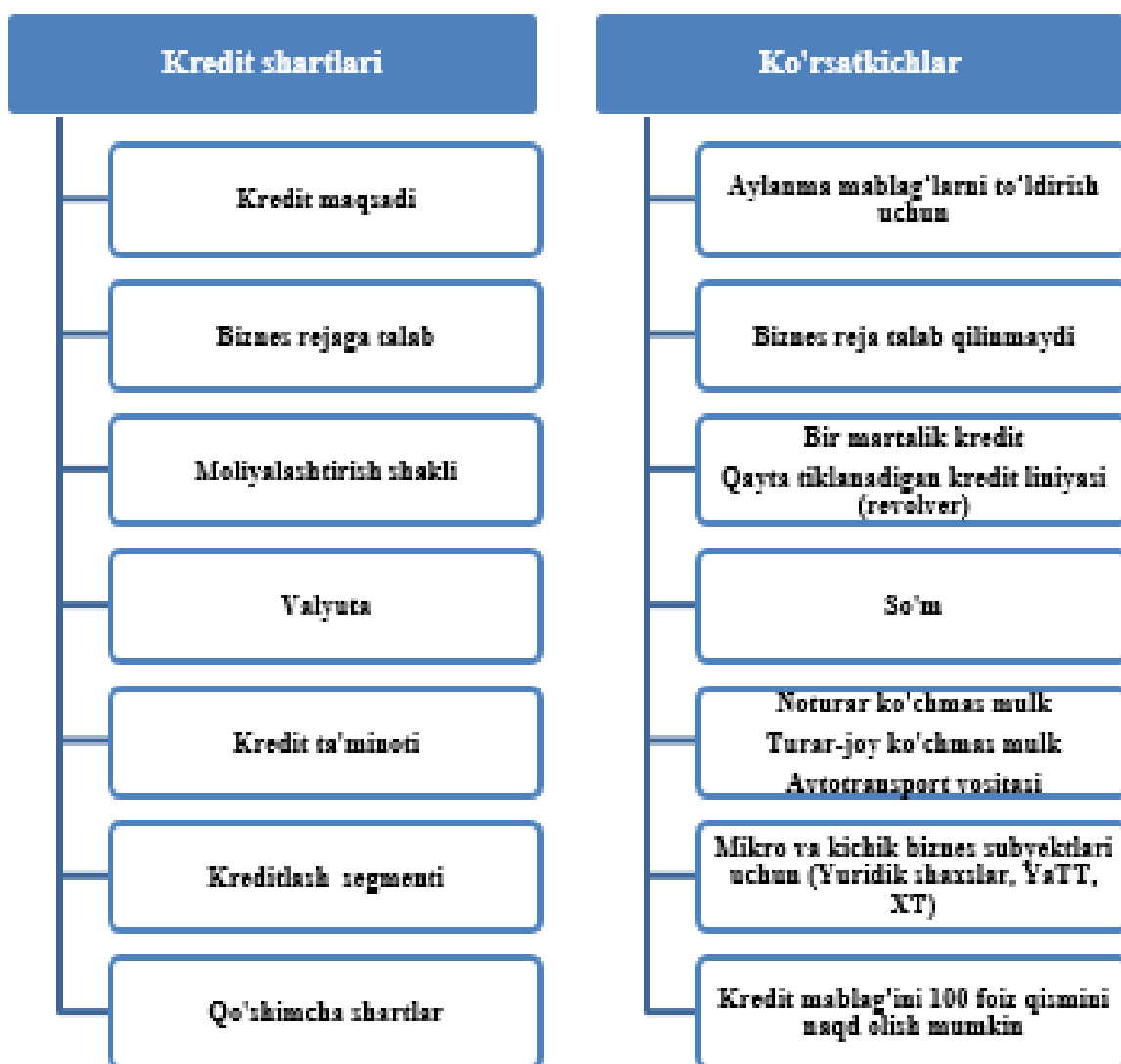


2.14-rasm. 2024-yil yanvar oyida O‘zbekistonda tijorat banklari tomonidan moliyalashtirilgan mehmonxona loyihalari soni⁹³

Xususan, 2024-yil yanvar oyida O‘zbekistonda tijorat banklari tomonidan moliyalashtirilgan mehmonxona loyihalari sonini tahlil qiladigan bo‘lsak, Agrobank ATB mehmonxona loyihalarini moliyalashtirish bo‘yicha yetakchilik qilmoqda hamda mazkur mehmonxona loyihalari biznes reja talab etilmasdan moliyalashtirilganligini qayd etish lozim. Shuningdek, mazkur jarayonda Hamkorbank (1 ta), Ipak yo‘li bank (1 ta), Biznesni rivojlantirish banki (1 ta), Ipotekabank (2 ta), Sanoatqurilishbank (2 ta), Xalq banki (1 ta), Milliybank (2 ta) kabi banklar ham faollik ko‘rsatmoqda (2.14-rasm).

⁹³ <https://cbu.uz/oz/> - O‘zbekiston Respublikasi Markaziy banki ma’lumotlari

Agrobank ATB tomonidan mehmonxona loyihalarini biznes reja talab etmasdan kreditlash amaliyotiga e'tibor qaratilsa, bir qator shartlarni qamrab olganligini qayd etish mumkin (2.15-rasm).



2.15-rasm. Agrobank ATB tomonidan biznes reja talab etmasdan mehmonxona loyihalarini kreditlashning asosiy shartlari⁹⁴

2.15-rasm ma'lumotlaridan ko'rinadiki, mazkur kreditni olishda biznes reja talab qilinmaydi. Kredit maqsadi aylanma mablag'larni to'ldirish bo'lib, kredit ta'minoti sifatida noturar va turarjoy ko'chmas mulki hamda avtotransport vositasi qabul qilinadi.

Mamlakatimizda mehmonxona sohasini rivojlantirish hamda moliyalashtirish imkoniyatlarini oshirishda qator muammolar saqlanib qolayotgan sharoitda

⁹⁴ <https://agrobank.uz/uz/business/loans/express-capital-credit> - Agrobank ATB rasmiy sayti ma'lumotlari

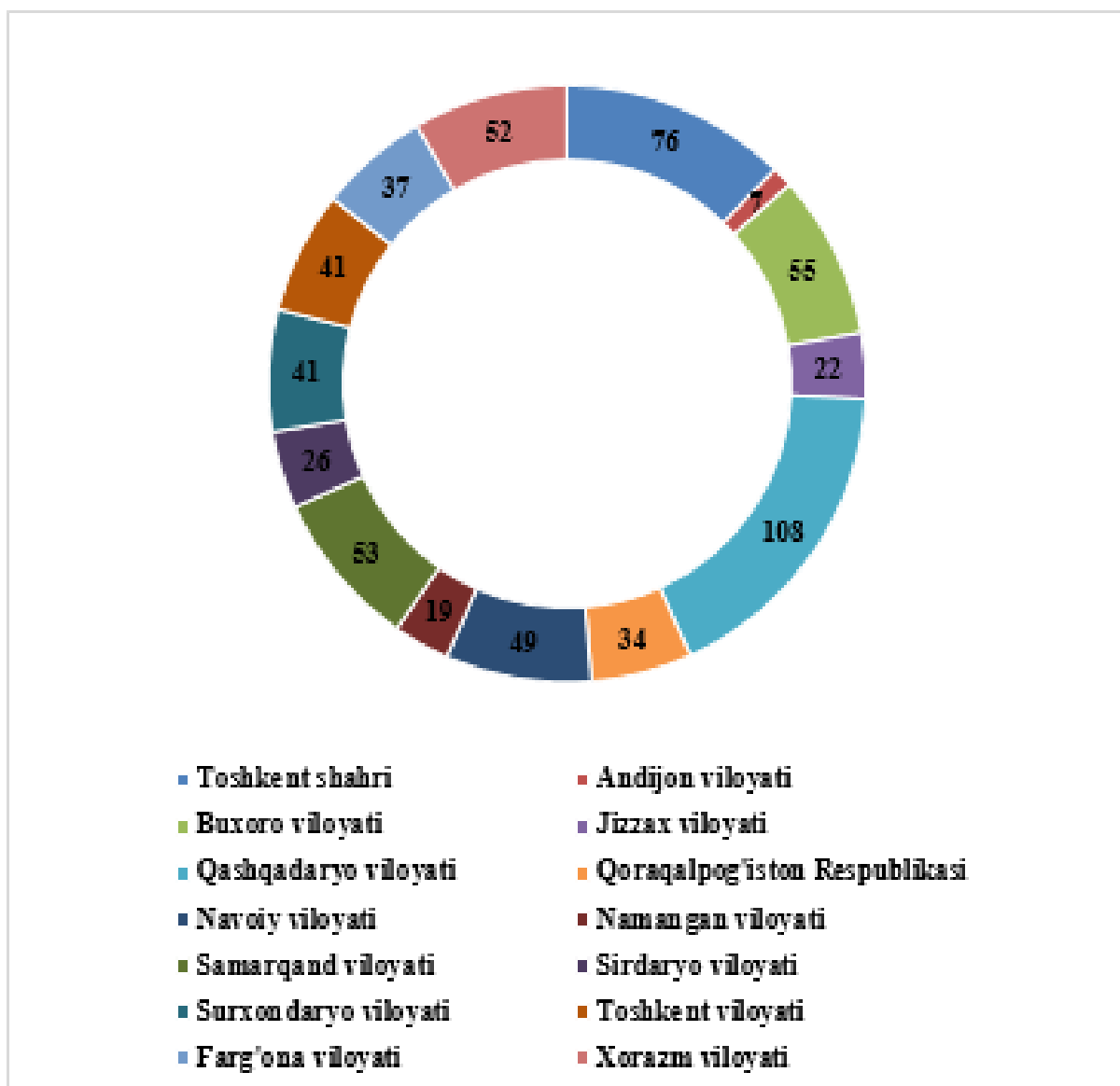
mehmonxona biznesining iqtisodiyotdagi ulushini oshirish muhim hisoblanadi. Shu sababli tijorat banklari tomonidan mehmonxona va boshqa joylashtirish vositalarining loyihalari biznes reja talab etilmasdan moliyalashtirish faoliyati kengaytirilishi lozim. Natijada mehmonxona sohasida joylashtirish vositalari (hostel, motel, dam olish uyi, turistik baza va boshqalar) tarkibi kengayadi hamda daromad hajmi va mijozlar oqimi oshadi. Tijorat banklari uchun esa yangi bank mahsulotlariga ega bo'lish hamda mehmonxona sohasini moliyalashtirishni kengaytirish orqali sof foydani oshirish imkoniyati yaratilishini ta'kidlash lozim.

Hududlarda kemping, o'tov, ekouy va xostellar, mehmonxonalarda basseyn qurish uchun imtiyozli kreditlar ajratiladi. Sohadagi tadbirkorlarni qo'llab-quvvatlash maqsadida mehmonxona va savdo majmualari, basseyn va akvaparklar uchun asbob-uskuna va jihozlar 2 yilga bojxona bojlari to'lashdan ozod etilishi belgilangan.

Qashqadaryo viloyatining Shahrisabz, Toshkent viloyatining Parkent tumani tog'lari juda xushmanzara. Ayniqsa, bahor-yoz mavsumida sayyohlar bilan gavjum. Bu boradagi sharoitlarni kengaytirish maqsadida Shahrisabzdagi Miraki, Parkentning Nurobod va Kumushkon hududlarida zamonaviy dam olish maskanlarini barpo etish ko'zda tutilgan.

Shuningdek, Qashqadaryodagi Maydanak tog' maskanida yengil konstruksiyali xostellar qurish, mavjud binolarni savdo va xizmatlarga qayta ixtisoslashtirish, hududni obodonlashtirish mo'ljallangan.

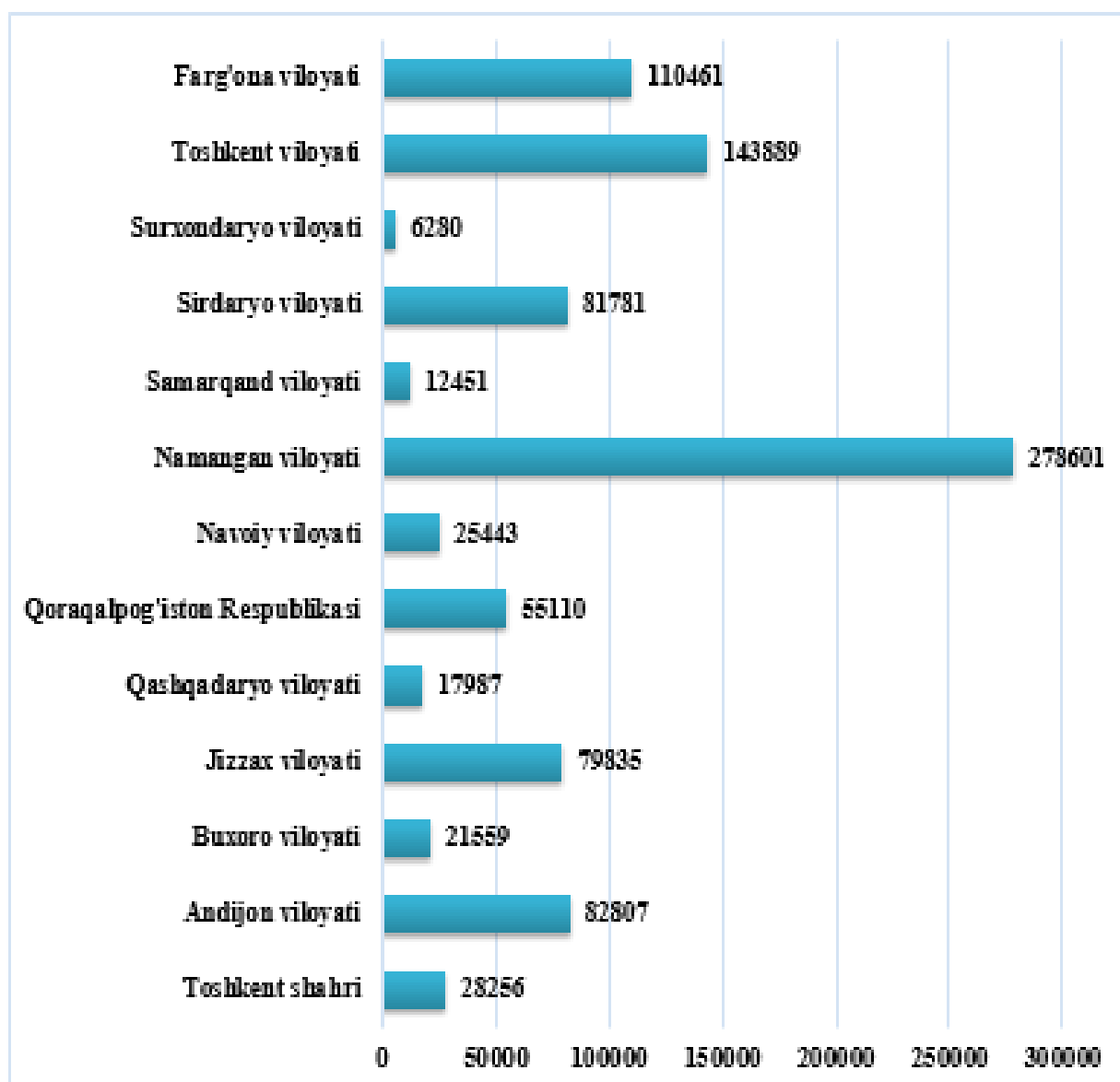
Mamlakatimizda mehmonxonalar faoliyatini moliyalashtirishning joriy holatini tahlil qilishda davlat tomonidan amalga oshiriladigan hududiy investitsiya dasturi doirasida mehmonxona biznesi bo'yicha amalga oshirilgan loyihalarni quyida tahlil qilib o'tamiz.



2.16-rasm. Hududiy investitsiya dasturi doirasida mehmonxona biznesi bo'yicha amalga oshirilgan loyihalar soni, 2023⁹⁵

2.16-rasmda hududiy investitsiya dasturi doirasida mehmonxona biznesi bo'yicha amalga oshirilgan loyihalar soni aks ettirilgan bo'lib, berilgan ma'lumotlarga ko'ra 2023-yilda eng ko'p mehmonxona biznesi bo'yicha loyihalar Qashqadaryo viloyati (108 ta loyiha) va Toshkent shahri (76 ta loyiha)ning hissasiga to'g'ri kelgan. Mehmonxona biznesi bo'yicha eng kam loyihalar Andijon viloyatida (7 ta loyiha) amalga oshirilgan.

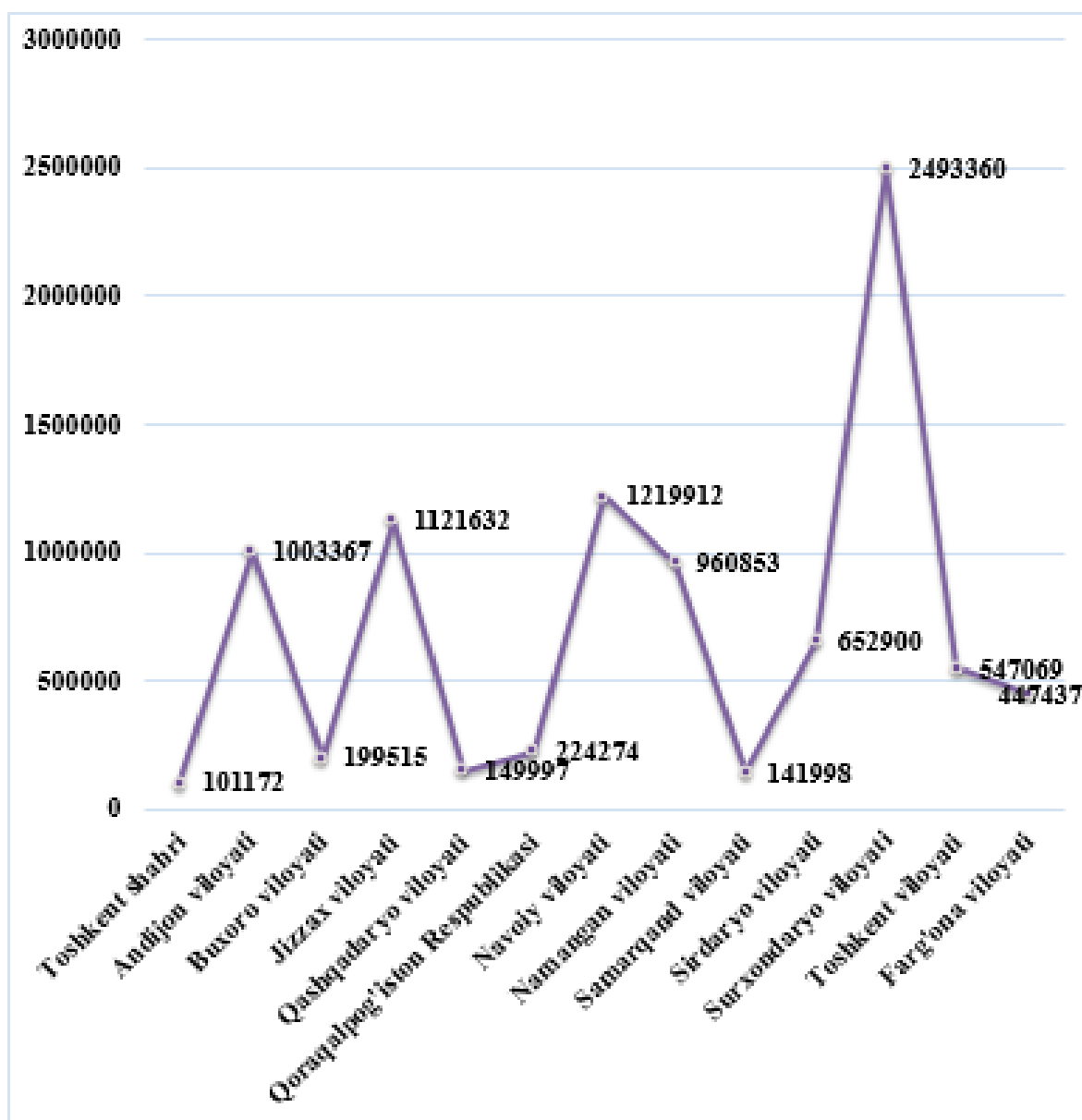
⁹⁵ <https://uzbektourism.uz/> - O'zbekiston Respublikasi Ekologiya, atrof-muhitni muhofaza qilish va iqlim o'zgarishi vazirligi huzuridagi Turizm qo'mitasi ma'lumotlari asosida muallif tomonidan shakllantirilgan



2.17-rasm. Hududiy investitsiya dasturi doirasida mehmonxona biznesi bo'yicha amalga oshirilgan loyihalar quvvatining pul birligidagi ifodasi, mln. so'm (2023)⁹⁶

Hududiy investitsiya dasturi doirasida mehmonxona biznesi bo'yicha amalga oshirilgan loyihalar quvvatining pul birligidagi ifodasini tahlil qilsak, quvvati eng katta bo'ladigan jami loyihalar Namangan viloyatida amalga oshirilganligini ta'kidlash joiz (2.17-rasm). Mazkur ko'rsatkich bo'yicha eng kichik natija Surxondaryo viloyatiga (6280 mln. so'm) to'g'ri kelgan.

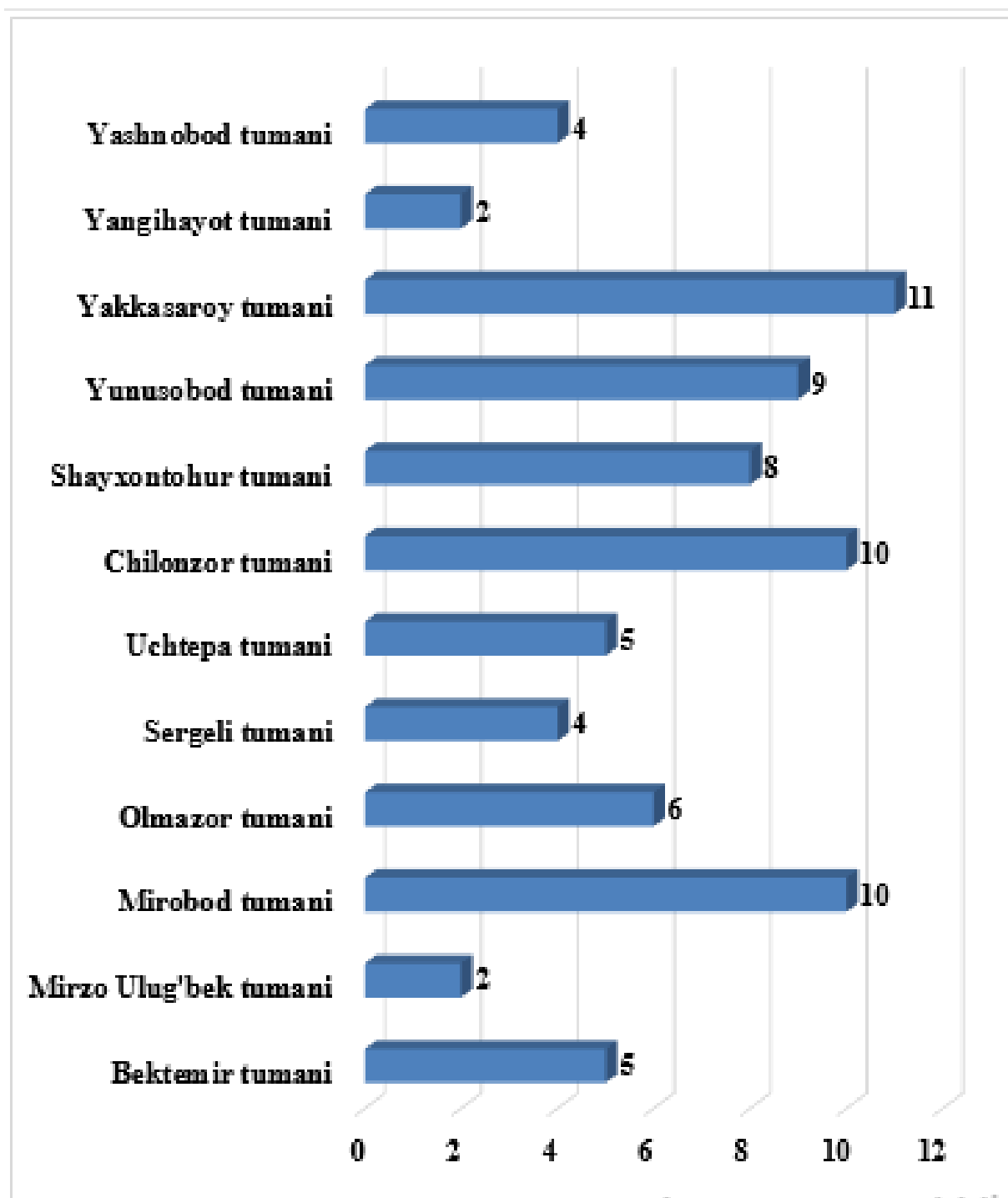
⁹⁶ <https://uzbektourism.uz/> - O'zbekiston Respublikasi Ekologiya, atrof-muhitni muhofaza qilish va iqlim o'zgarishi vazirligi huzuridagi Turizm qo'mitasi ma'lumotlari asosida muallif tomonidan shakllantirilgan



2.18-rasm. Hududiy investitsiya dasturi doirasida mehmonxona biznesi bo'yicha amalga oshirilgan loyihalarning umumiy qiymati, mln. so'm (2023)⁹⁷

2.18-rasmda 2023-yilda hududiy investitsiya dasturi doirasida mehmonxona biznesi bo'yicha amalga oshirilgan loyihalarning umumiy qiymati aks ettirilgan. Unga ko'ra Toshkent viloyatining ko'rsatkichi eng yuqori bo'lganligini ko'rish mumkin.

⁹⁷ <https://uzbektourism.uz/> - O'zbekiston Respublikasi Ekologiya, atrof-muhitni muhofaza qilish va iqlim o'zgarishi vazirligi huzuridagi Turizm qo'mitasi ma'lumotlari asosida muallif tomonidan shakllantirilgan

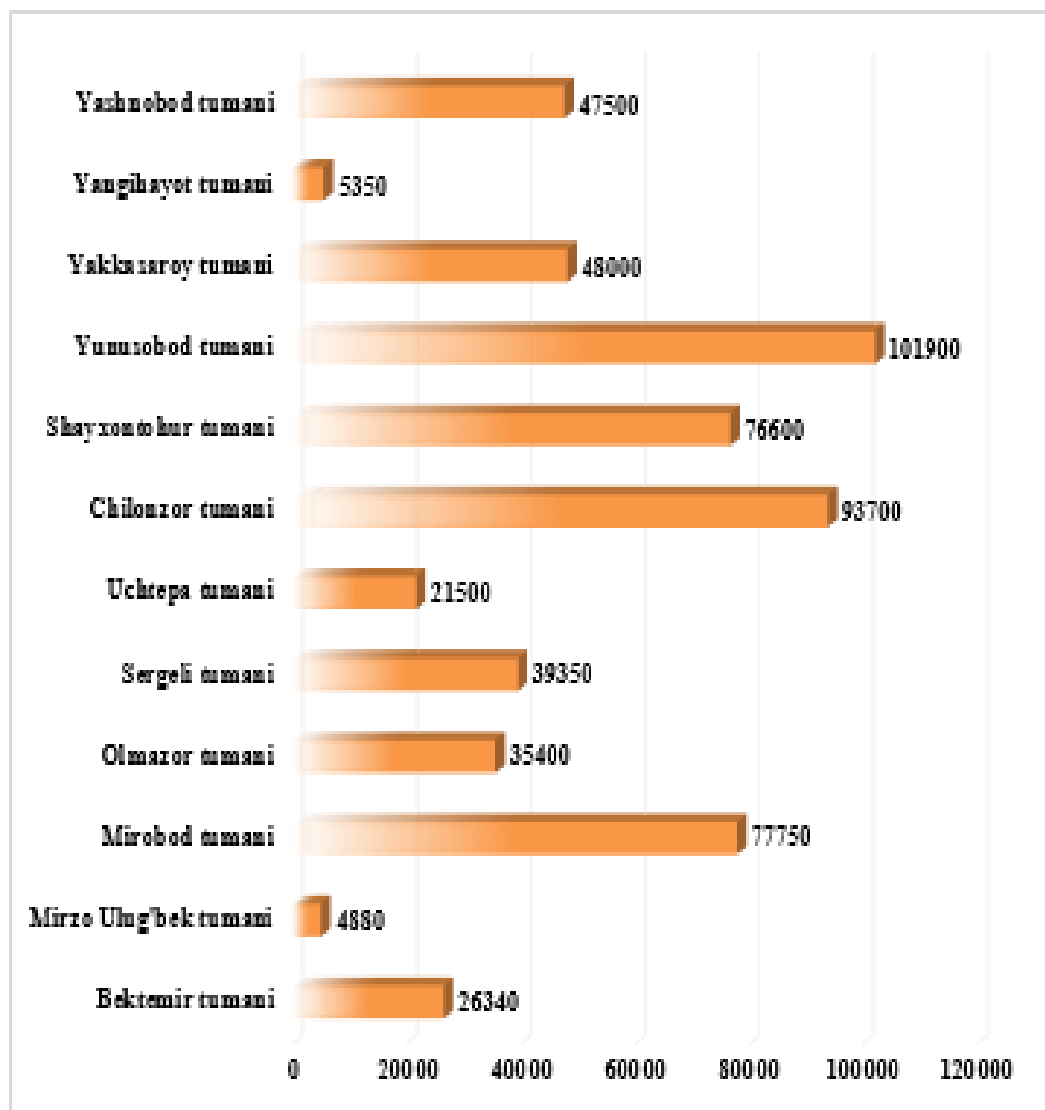


2.19-rasm. Hududiy investitsiya dasturi doirasida mehmonxona biznesi boʻyicha Toshkent shahrida amalga oshirilgan loyihalar soni, 2023⁹⁸

2.19-rasmda 2023-yilda hududiy investitsiya dasturi doirasida mehmonxona biznesi boʻyicha Toshkent shahrida amalga oshirilgan loyihalar soni berilgan. Mazkur rasm maʼlumotlaridan koʻrish mumkinki, Yakkasaroy tumani eng koʻp

⁹⁸ <https://uzbektourism.uz/> - Oʻzbekiston Respublikasi Ekologiya, atrof-muhitni muhofaza qilish va iqlim oʻzgarishi vazirligi huzuridagi Turizm qoʻmitasi maʼlumotlari asosida muallif tomonidan shakllantirilgan

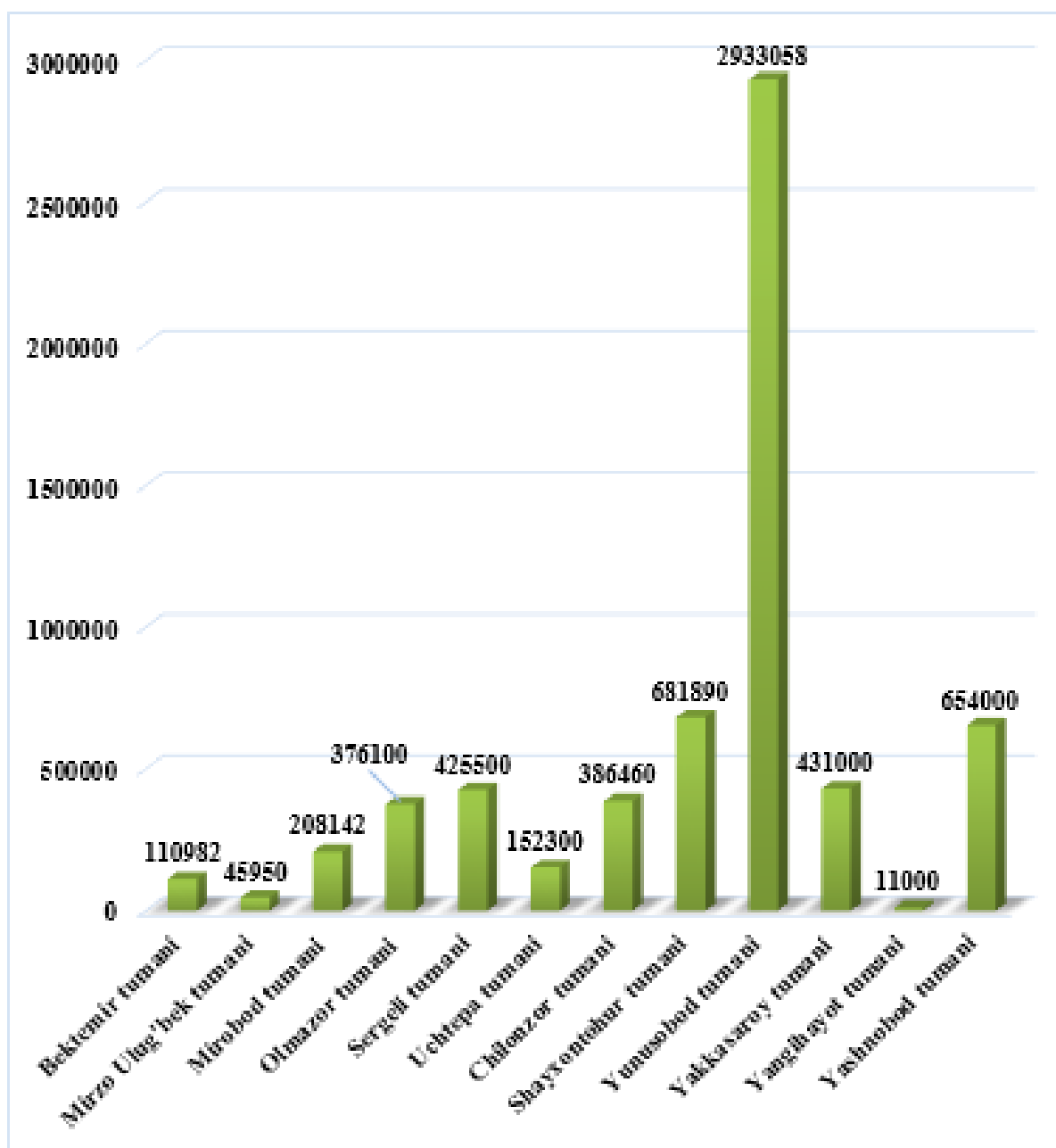
loyiha amalga oshirilgan tuman bo'lgan bo'lsa, Yangiheyot va Mirzo Ulug'bek tumani eng kam loyiha amalga oshirilgan tumanlar sifatida qayd etilgan.



2.20-rasm. Hududiy investitsiya dasturi doirasida mehmonxona biznesi bo'yicha Toshkent shahrida amalga oshirilgan loyihalar quvvatining pul birligidagi ifodasi, mln. so'm⁹⁹

2.20-rasmda hududiy investitsiya dasturi doirasida mehmonxona biznesi bo'yicha Toshkent shahrida amalga oshirilgan loyihalar quvvatining pul birligidagi ifodasi aks etgan. Unga ko'ra, Yunusobod tumanida amalga oshirilgan loyihalar quvvatining puldagi ifodasi eng yuqorini tashkil etgan.

⁹⁹ <https://uzbektourism.uz/> - O'zbekiston Respublikasi Ekologiya, atrof-muhitni muhofaza qilish va iqlim o'zgarishi vazirligi huzuridagi Turizm qo'mitasi ma'lumotlari asosida muallif tomonidan shakllantirilgan



2.21-rasm. Hududiy investitsiya dasturi doirasida mehmonxona biznesi bo'yicha Toshkent shahrida amalga oshirilgan loyihalarning umumiy qiymati, mln. so'm¹⁰⁰

2.21-rasmda hududiy investitsiya dasturi doirasida mehmonxona biznesi bo'yicha Toshkent shahrida amalga oshirilgan loyihalarning umumiy qiymati bo'yicha ma'lumotlar berilgan. Eng yuqori ko'rsatkichni Yunusobod tumani va eng past qiymatni Yangi hayot tumani qayd etgan.

¹⁰⁰ <https://uzbektourism.uz/> - O'zbekiston Respublikasi Ekologiya, atrof-muhitni muhofaza qilish va iqlim o'zgarishi vazirligi huzuridagi Turizm qo'mitasi ma'lumotlari asosida muallif tomonidan shakllantirilgan

2.10-jadval

**Hududlarda tijorat banklari kreditlarini eng katta miqdorda jalb qilgan
mehmonxona biznesi bo'yicha loyihalar tahlili, 2023¹⁰¹**

№	Hudud	Loyiha tashabbuskori	Loyihaning umumiy qiymati, mln. so'm	Tijorat banklari kreditlari hajmi, mln. so'm
1.	Toshkent shahri	Global Gas Trade MChJ	173500	73500
2.	Andijon viloyati	Bog'ishamol Tekstil Lyuks MChJ	8829	5729
3.	Buxoro viloyati	Buxoroko'kalamzorlashtirish MChJ	28500	14250
4.	Jizzax viloyati	Sardorjon Mastonda MChJ	8100	5000
5.	Qashqadaryo viloyati	Oqshom Plaza MChJ	4000	6000
6.	Qoraqalpog'iston Respublikasi	Kungrad Build City MChJ	9750	7500
7.	Navoiy viloyati	Versal Zar OK	10500	10000
8.	Namangan viloyati	Avazbek Shirinxon OK	3000	1000
9.	Samarqand viloyati	Sardor Sarvar Baraka Servis MChJ	11200	5600
10.	Sirdaryo viloyati	Proxima-Genезis MChJ	8000	5000
11.	Surxondaryo viloyati	Surxon Steel Trade MChJ	55000	40000
12.	Toshkent viloyati	Metal Klas MChJ	520000	320000
13.	Farg'ona viloyati	Tantana Hotel MchJ	20500	15000
14.	Xorazm viloyati	Aquapark-Okean MchJ	15000	10000

Hududlarda tijorat banklari kreditlarini eng katta miqdorda jalb qilgan mehmonxona biznesi bo'yicha loyihalar tahliliga e'tibor qaratilsa, hududlar kesimida jalb qilingan kreditlar hajmi turilicha ekanligini ta'kidlash mumkin (2.10-jadval). 2023-yildagi Toshkent viloyatidagi Metal Klas MChJ tomonidan jalb

¹⁰¹ <https://uzbektourism.uz/> - O'zbekiston Respublikasi Ekologiya, atrof-muhitni muhofaza qilish va iqlim o'zgarishi vazirligi huzuridagi Turizm qo'mitasi ma'lumotlari asosida muallif tomonidan shakllantirilgan

qilingan 320000 mln. so‘m hajmidagi kredit hududlar kesimida eng katta ko‘rsatkich sifatida qayd etilgan bo‘lsa, boshqa hududlardagi ko‘rsatkich sezilarli darajada past bo‘lgan.

2.11-jadval

Hududlarda tijorat banklari kreditlarini eng kichik miqdorda jalb qilgan mehmonxona biznesi bo‘yicha loyihalar tahlili, 2023¹⁰²

№	Hudud	Loyiha tashabbuskori	Loyihaning umumiy qiymati, mln. so‘m	Tijorat banklari kreditlari hajmi, mln. so‘m
1.	Toshkent shahri	Orion Projekt OK	950	600
2.	Andijon viloyati	Min Max Elegant MChJ	480	1600
3.	Buxoro viloyati	KHUIRAH OK	286	200
4.	Jizzax viloyati	Javohir-Biznes Yulduzi MChJ	275	225
5.	Qashqadaryo viloyati	Kamolot Hotel XK	120	45
6.	Qoraqalpog‘iston Respublikasi	Qarataw Inert Materiallari MChJ	1600	100
7.	Navoiy viloyati	Hikmatbobo Barhayot MChJ	1000	250
8.	Namangan viloyati	Lol-Xayron OK	5000	500
9.	Samarqand viloyati	Malika Ezoza Durdonalari MChJ	1700	300
10.	Sirdaryo viloyati	4 Proyeksiya MChJ	283	195
11.	Surxondaryo viloyati	Shuhrat Taraqqiyot Davr MChJ	700	400
12.	Toshkent viloyati	Azizbek Zeboxon Omad MChJ	1900	400
13.	Farg‘ona viloyati	Ezozi Hadiya OK	1100	350
14.	Xorazm viloyati	Khiva Khan OK	700	70

2.11-jadvalda hududlarda tijorat banklari kreditlarini eng kichik miqdorda jalb qilgan mehmonxona biznesi bo‘yicha loyihalar tahlil qilingan. Eng kichik

¹⁰² <https://uzbektourism.uz/> - O‘zbekiston Respublikasi Ekologiya, atrof-muhitni muhofaza qilish va iqlim o‘zgarishi vazirligi huzuridagi Turizm qo‘mitasi ma’lumotlari asosida muallif tomonidan shakllantirilgan

hajmda kredit jalb qilingan mehmonxona biznesi bo'yicha loyiha hududlar kesimida Qashqadaryo viloyatidagi Kamolot Hotel XK tomonidan amalga oshirilgan loyiha bo'lib, mazkur loyihaga 45 mln. so'm hajmda kredit olingan.

2.3. Mehmonxona biznesini moliyalashtirish amaliyotining ekonometrik tahlili

Mehmonxona xo'jaligi bir qancha faoliyat turlarini birlashtiruvchi va aholiga xizmat qilishga qaratilgan xizmatlarning muhim qismi bo'lib, o'z mijozlariga xizmatni mahsulot sifatida taqdim etadi. Shu tufayli mehmonxona biznesining turizmni rivojlanishiga hamda hududlarning yaxshilanishiga ta'sirini ta'kidlash lozim.

Yangi mehmonxonalarni tashkil etish turizm tushumlarini ortishiga, turistlar sonining ko'payishiga, hududlarda pul oqimlarining hamda hududlarning iqtisodiy-ijtimoiy va infratuzilma sohasini kuchli rivojlanishiga yuqori darajada ta'sir etadi.

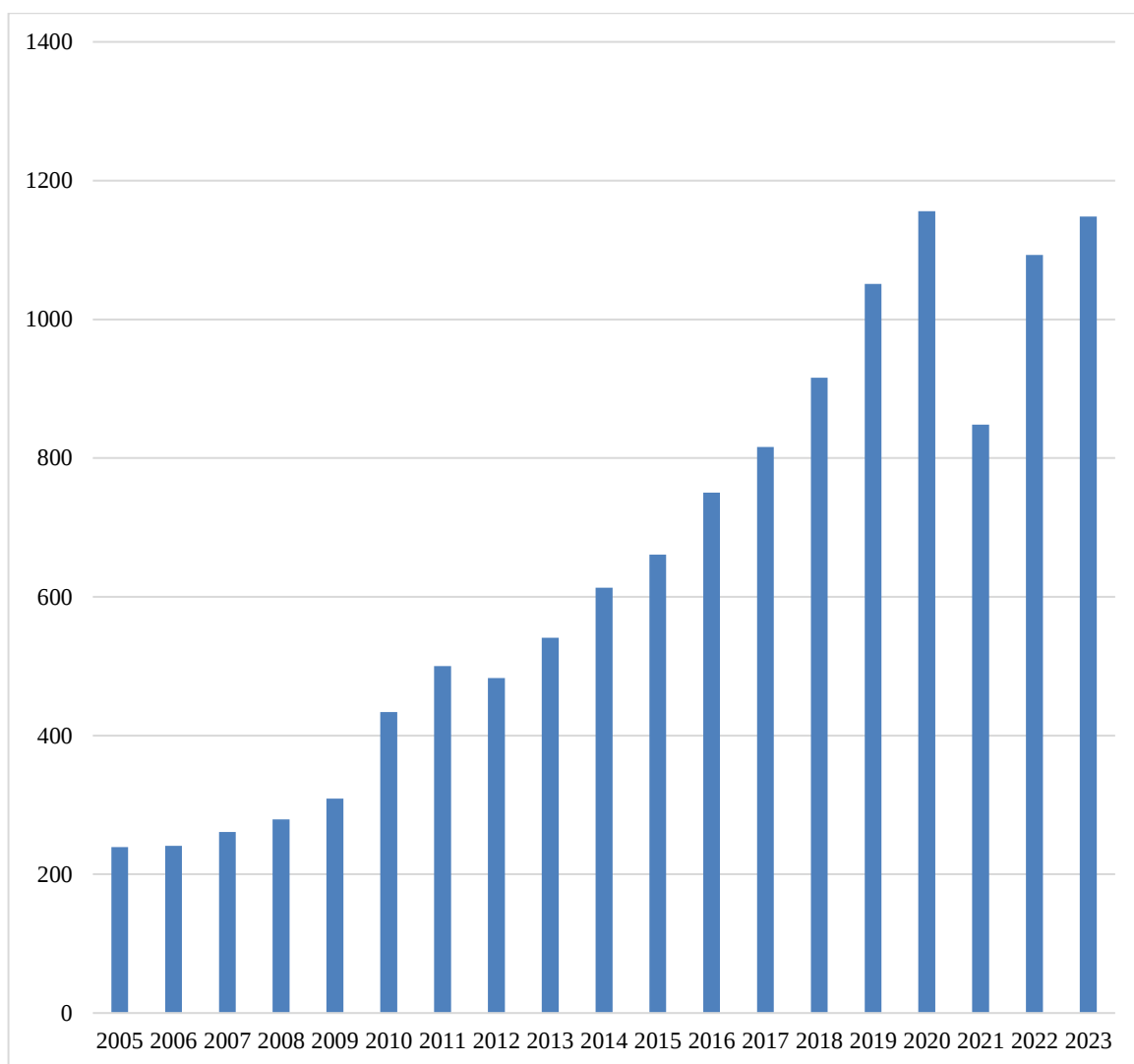
Birinchidan, yangi mehmonxonalarni tashkil etish orqali turistlar hududlarda ko'proq qolishi, yani tunab qolish kunlari ortadi.

Ikkinchidan, yangi mehmonxonalarni tashkil etish orqali hududlarda xizmat ko'rsatish, iqtisodiy faol aholining bandligi oshadi.

Uchinchidan, yangi mehmonxonalarni qurilishi natijasida mehmonxona atrofi, hududlarning ijtimoiy-iqtisodiy ko'rsatkichlari yaxshilanadi.

Yuqoridagilarni inobatga olgan holda O'zbekiston Respublikasida mehmonxonalar sonining turizm tushumlari va turistlar soniga bog'liqligi ekonometrik modellashtirish orqali tahlil qilinib, bog'liqlik darajasi ishlab chiqilinadi.

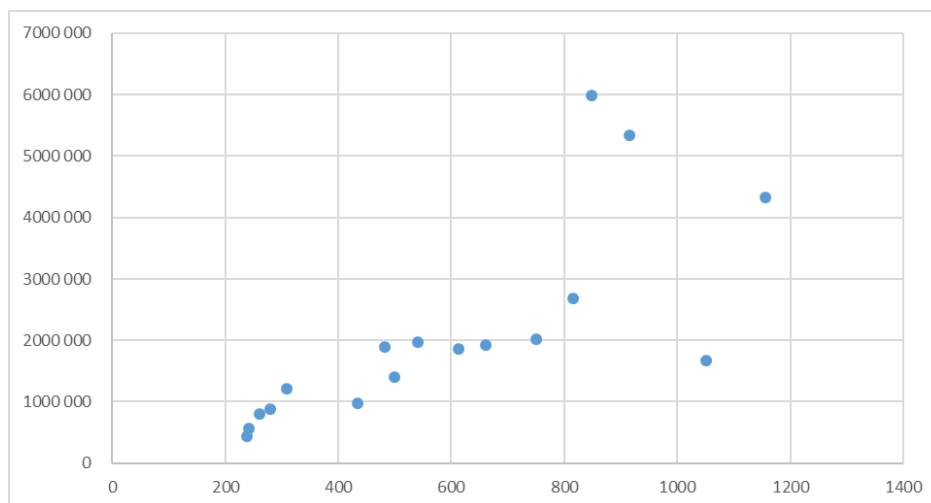
Mehmonxonalar soni yildan yilga ortib borishi kuzatilinmoqda (2.22-rasm). 2023 yilda O'zbekiston Respublikasida 2005 yilga nisbatan mehmonxonalar soni deyarli besh marta oshgan.



2.22-rasm. 2005-2023 yillarda O‘zbekiston Respublikasida mehmonxonalar soni¹⁰³

Erksiz o‘zgaruvchi sifatida bir qator o‘zgaruvchilar, jumladan, mehmonxonalar soni, turistlar soni, turizm tushimlari kabi o‘zgaruvchilar bo‘yicha ekonometrik tahlillar amalga oshirilgani holda, ularning ichidan tadqiqot maqsadlari uchun asosiy turizm tushimlari erksiz o‘zgaruvchi etib tanlandi. Buni intuitiv tushuntiradigan bo‘lsak, muayyan hududda yangi mehmonxonalarni qurish qanchalik jozibador bo‘lsa, ushbu hududga turistlar qiziqishi shunchalik ravishda ortib boradi. Albatta, yangi mehmonxonalar hajmi nafaqat individual turistning qiziqishi bilan, balki hukumat qarorlariga ham bog‘liqdir.

¹⁰³ Muallif tomonidan shakllantirilgan



2.23-rasm. Mehmonxonalar va turizm tushimlari o'rtasidagi bog'liqlik¹⁰⁴

Omilar o'rtasidagi bog'liqlik O'zbekiston Respublikasi 2005-2023 yillar oralig'ida amalga oshirildi. Ekonometrik modellar, fizik yoki biologik modellar singari, kompleks reallikni abstraktlagani bois, real ma'lumotlar asosida tekshirilganda bir qancha qiyinchiliklarga duchor bo'ladi.

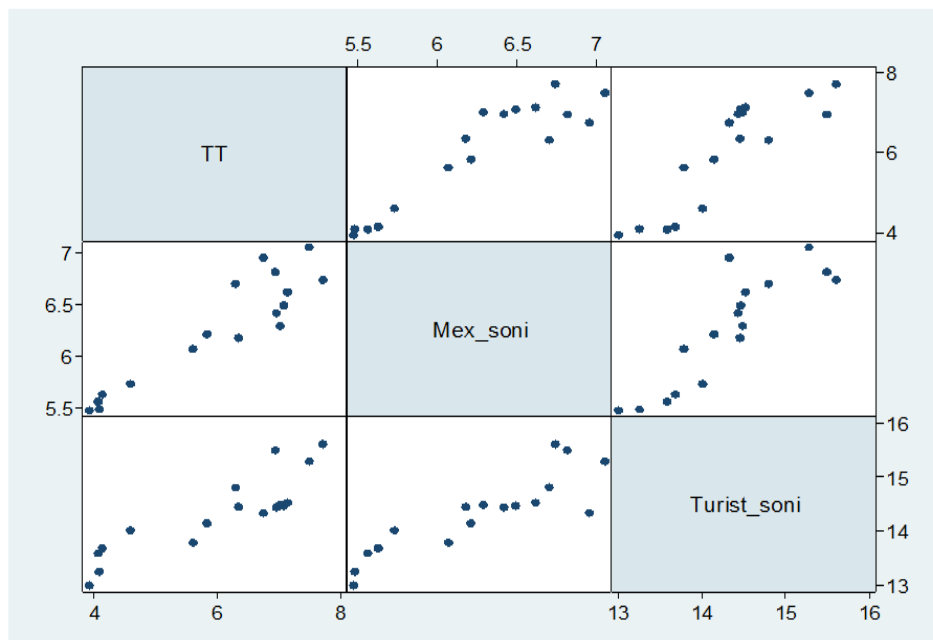
Ulardan ekonometrik adabiyotlarda eng ko'p muhokama qilingani endogenlik muammolari hisoblanadi. Gauss-Markov teoremasiga muvofiq, qo'zg'almas baholar ichida eng kichik kvadratlar (EKK) usuli yordamida hisoblangan parametrlar eng kichik standart xato yoki dispersiyaga ega bo'lsa-da, unda ko'tarilgan shartlarning har biri real holatlarda ko'pincha buziladi.

Xususan, ekzogen regressorlar, ya'ni $E(u | X) = E(u | x_1, x_2, \dots, x_k) = 0$ farazi buzilishi natijasida EKK usuli yordamida hisoblangan parametrlar haqiqiysidan siljib qoladi va hisoblangan parametrlardan foydalanib qabul qilingan qarorlar noto'g'ri va kutilmagan natijalarga olib kelishi mumkin.

Endogenlik muammosini keltirib chiqaruvchi bir qancha sabablar bo'lsa-da, ularning ichida eng asosiysi bu – regressiya modelidan tushirib qoldirilgan o'zgaruvchilar hisoblanadi. Ushbu o'zgaruvchi omillar erksiz o'zgaruvchiga qanchalik kuchli ta'sir etsa, endogenlik muammosi ham shunchalik katta bo'ladi. Albatta, tushirib qoldirilgan o'zgaruvchilarni regressiya modeliga qo'shib qo'yish muammoni hal etadi, lekin ko'pincha tushirib qoldirilgan o'zgaruvchilar bo'yicha ma'lumot mavjud bo'lmaydi.

¹⁰⁴ Muallif tomonidan shakllantirilgan

O'zbekiston turizm iqtisodiyotida turizm tushumlarni turistlar va mehmonxonalar o'rtasidagi regression va korrelyatsion bog'liqlikni aniqlash uchun 2005-2022 yillar kesimidagi ma'lumotlar O'zbekiston Respublikasi Prezident huzuridagi Statistika agentligi ma'lumotlari bo'yicha aniqlanadi.



2.24-rasm. Turizm tushumlari bilan mehmonxona va turistlar sonining bog'lanish yo'nalishi¹⁰⁵

Turizm tushumlari turistlar soni va mehmonxonalar soni bilan to'g'ri yo'nalishda kuchli bog'langan. Mehmonxonalar soni turistlardan ko'ra turizm tushimlariga ta'sir etmoqda.

2.12-jadval

Turizm tushumlari bilan mehmonxona va turistlar sonining korrelyatsion jadvali¹⁰⁶

Matrix of correlations			
Variables	(1)	(2)	(3)
(1) TT	1.000		
(2) Mex_soni	0.925	1.000	
(3) Turist_soni	0.876	0.876	1.000

Mehmonxonalar soni va turizm tushumlari o'rtasidagi korrelyatsiya 0.92 ga, turistlar soni va turizm tushumlari korrelyatsiyasi 0.87 ga tengligi, ikkita

¹⁰⁵ Muallif tomonidan shakllantirilgan

¹⁰⁶ Muallif tomonidan shakllantirilgan

ko'rsatkich ham turizm tushumlariga to'g'ri va kuchli ta'sir etishini izohlaydi. Mehmonxonalar turistlar sonidan ko'ra ko'proq ta'sir etishi bizning fikrimizcha, turistlar doimiy mehmonxona xizmatlaridan foydalanmasligidadir. Turizm tushumlarini ko'raytirish uchun turistlarni mehmonxona xizmatlaridan foydalanishga e'tibor qaratilishi zarur.

Model uchun quyidagi regressiya tenglamasi shakllantiriladi:

$$TT = \beta_0 + \beta_1 MS + \beta_2 TS$$

Unit root testing o'zi hamda Dickey Fuller qiymatlaridan boshqa testlar xususan Phillips Perron statsionarlikni aniqlashda talab qilinadi. Statsionarlikka tekshirishning uch turi bo'lishiga qaramasdan, test bilan aniqlash muhim va ishonchli vositadir. Asosan to'rt turdagi testlar statsionarlikka tekshirish uchun qo'llaniladi. Dickey Fuller, kengaytirilgan Dickey Fuller, Philips Perron, Kwiatkowski, Phillips, Schmidt, Shin testlari.

2.13-jadval

Ko'rsatkichlarning statsionarlik holati¹⁰⁷

	O'zgaruvchilar	ADF	Statsionarligi
1	lnTT	-3.50 (0.01)	
2	lnMS	-5.31 (0.02)	
3	lnTS	-4.62 (0.02)	
1	lnTT	-12.7 (0.00)	Nolinchi tartibli
2	lnMS	-8.42 (0.00)	Nolinchi tartibli
3	lnTS	-10.42 (0.0)	Nolinchi tartibli

Uchta ko'rsatkichning har biri nolinchi tartibli qatorda statsionar. Eng kichik kvadratlar usuli bo'yicha regressiya metodidan foydalanish tavsiya qilinadi. Agr uchchala ko'rsatkich birinchi yoki ikkinchi tartibli qatorda statsionar bo'lganida VAR modelini qo'llash zarur bo'lardi.

¹⁰⁷ Muallif tomonidan shakllantirilgan

Ilmiy tadqiqotda n-ko'rsatkichli va chiziqli ko'rinishda regression modellarini qo'llaymiz. Buning uchun jarayonni regression modellarini hosil qilishda eng kichik kvadratlar usulidan foydalandik.

Darajali ko‘p omilli ekonometrik model quyidagi ko‘rinishga ega:

Bu yerda: Y - natijaviy omil; $x_1, x_2, \dots, x_n$ - ta'sir etuvchi omillar.

$$\ln(y) = \ln(\beta_0) + \beta_1 \ln(x_1) + \beta_2 \ln(x_2) + \dots + \beta_n \ln(x_n). \quad (3)$$

belgilashlarni amalga oshirsak, u holda quyidagi ko‘rinishga ega bo‘lamiz:

(4) modeldagi noma'lum $\beta_0, \beta_1, \dots, \beta_n$ parametrlarni topish uchun quyidagi normal tenglamalar tizimi tuziladi.

84

Har qanday ekonometrik modellashirishda asosiy maqsad beta koeffitsienti aniqlash, buning uchun beta koeffitsient BLUE (best linear unbiased estimator) bo'lishi kerak, ya'ni F test, t test statistik ahamiyatli bo'lishidan tashqari, model Gaus Markov talablariga ayniqsa, geteroskadalilik va avtokorrelyatsiya talablariga mos keladi.

2.14-jadval

Turizm tushumlari bilan mehmonxona va turistlar sonining regressiya qiymatlari¹⁰⁸

Linear regression							
TT	Coef.	St.Err.	t-value	p-value	[95% Conf	Interval]	Sig
Mex_soni	1.707	.498	3.43	.004	.638	2.776	***
Turist_soni	.619	.162	5.23	.003	.257	1.294	***
Constant	-12.116	2.871	-4.22	.001	-18.273	-5.959	***
Mean dependent var		6.000	SD dependent var		1.336		
R-squared		0.873	Number of obs		17		
F-test		48.299	Prob > F		0.000		
Akaike crit. (AIC)		27.928	Bayesian crit. (BIC)		30.428		

*** $p < .01$, ** $p < .05$, * $p < .1$

$$TT = -12.11 + 1.71MS + 0.62TS$$

Tadqiqot asosida mehmonxonalar soni bir foizga ortishi turizm tushumlarini 1.71 foizga qo'shimcha ko'payishiga, turistlar soninng qo'shimcha bir foizga ortishi turizm tushimlarini 0.62 foiz qo'shimcha o'sishiga ta'sir etadi.

–jadvalda olingan natija tahlili shuni ko'rsatadiki, regression modelida determinatsiya koeffitsienti $R^2 = 0,87$; $F_{hisob} = 48.29$; (bo'lganda, $F_{jad} = 3,17$) ga teng. Styudent mezon bo'yicha har bir koeffitsientni taqqoslaganimizda jadval qiymatidan hisobiy qiymatlari katta ekanligi aniqlandi.

Odatda, determinatsiya koeffitsienti [0;1] kesmada qiymatlarni qabul qiladi. Koeffitsient qiymati 1 ga qanchalik yaqin bo'lsa, bog'liqlik shunchalik kuchli hisoblanadi. Mazkur holatda determinatsiya koeffitsientining 0,87 qiymatga teng bo'lishi, modelda mazkur iqtisodiy ko'rsatkichlar o'rtasida yetarli darajada kuchli

¹⁰⁸ Muallif tomonidan shakllantirilgan

bog'liqlik mavjudligini bildiradi. Modellarni turli miqdordagi omillar bilan taqqoslash imkoniyati bo'lishi va ushbu miqdordagi omillar R^2 statistikaga ta'sir etmasligi uchun, odatda, korrektlashgan determinatsiya koeffitsientidan foydalaniladi, ya'ni:

$$R_{\text{текис}}^2 = 1 - \frac{s^2}{s_y^2} \quad (5)$$

Mazkur holatda ushbu tekislangan determinatsiya koeffitsienti 0,82 qiymatiga teng bo'lishi va uning R^2 ga yaqinligi, modelning ta'sir etuvchi omillar soni o'zgarishi atrofida qiymatlar qabul qilinishini bildiradi.

Tuzilgan ko'p omilli ekonometrik modelning statistik ahamiyatliligi va o'rganilayotgan jarayonga mos kelishini aniqlash uchun Fisherning F-mezonidan foydalanamiz. F-mezonning haqiqiy qiymati quyidagi formula yordamida hisoblanadi :

$$F_{\text{хисоб}} = \frac{R^2}{1 - R^2} \cdot \frac{n - m - 1}{m}, \quad (6)$$

Bu yerda: - determinatsiya koeffitsienti;

- kuzatuvlar soni;

- omillar soni.

F-mezonning haqiqiy qiymati F hisob=48.29 ga teng. Agar haqiqiy qiymat jadvaldagi qiymatdan kata bo'lsa, u holda tuzilgan ko'p omilli ekonometrik model statistik ahamiyatli yoki o'rganilayotgan jarayonga adekvat deyiladi.

F-mezonning jadval qiymatini topamiz. Buning uchun ozodlik darajalari va hamda ahamiyatlik darajasi bo'yicha qiymatlarni hisoblaymiz. Ahamiyatlik darajasi va ozodlik darajalar $k_1=3$ va $k_2=17-3-1=13$ dan kelib chiqib, F-mezonning jadval qiymati F jadval=3.12 ga teng.

Fhisob>>Fjadval shartni qanoatlantiradi, bu esa, F-mezonning hisoblangan qiymati jadvaldagi qiymatidan kata ekanligidan statistik ahamiyatli bo'lib, kelgusi davrlarga prognoz qilishda foydalanish mumkin.

Ko'p omilli ekonometrik model parametrlari va korrelyatsiya koeffitsientlarining ishonchliligini tekshirishda Styudentning t-mezonidan foydalaniladi. Bunda ularning qiymati tasodifiy xatolar qiymatlari bilan taqqoslanadi.

Styudentning t-mezoni hisoblangan (t) va jadval (t_{jadval}) qiymatlarini taqqoslab, N_0 gipotezani qabul qilamiz yoki rad etamiz. Buning uchun t-mezoning jadval qiymatini tanlangan ishonchlilik ehtimoli (α) va ozodlik darajasi (k) shartlar asosida topamiz. Bu yerda n – kuzatuvlar soni; k – omillar soni.

Ishonchlilik ehtimoli $\alpha = 0.05$ va ozodlik darajasi $d.f. = 17 - 3 - 1 = 13$ bo'lganda, t-mezoning jadval qiymati $t_{\text{jadval}} = 2,14$ ga teng. Beta koeffitsient uchun hisob 3.43 ga tengligi, $|t_{\text{hisob}}| > t_{\text{jadval}}$ sharti qanoatlantirilayotganligini, koeffitsient statistik ahamiyatga ega deb qabul qilamiz.

Geteroskaddastlik uchun bir qator testlar mavjud bo'lib, Brosh Pagan testi asosiy bo'lib, ehtimollik darajasi 0.05 dan kichik bo'lsa bosh gipoteza qabul qilinib, alternativ gipoteza rad qilinadi. Model qoldiqlari mos qiymatlar bilan bog'lanmaganligi ifodalanadi.

Brosh Pagan testida 0.18 bo'lib, ehtimollik 3.32 ga teng. Modelda gomogonlik xususiyati mavjud, beta koeffitsient BLUE ekan.

Model bo'yicha natijaviy omilning qoldiqlarida avtokorrelyatsiyani tekshirish uchun Darbin-Uotson (DW) mezonidan foydalanamiz :

$$DW = \frac{\sum_{t=2}^T (e_t - e_{t-1})^2}{\sum_{t=1}^T e_t^2} = \frac{\sum_{t=2}^T e_t^2 + \sum_{t=2}^T e_{t-1}^2 - 2 \sum_{t=2}^T e_t e_{t-1}}{\sum_{t=1}^T e_t^2} =$$

$$= 2 - 2 \frac{\sum_{t=2}^T e_t e_{t-1}}{\sum_{t=1}^T e_t^2} \approx 2(1 - \rho_1), \quad (7)$$

Bu yerda, ρ_1 – birinchi tartibdagi korrelyatsiya koeffitsienti.

Natijaviy omil qoldiqlari qatorida avtokorrelyatsiya mavjud bo'lmasa, $\rho_1 = 0$, musbat avtokorrelyatsiyada $\rho_1 > 0$ nolga, manfiy avtokorrelyatsiyada esa $\rho_1 < 0$ ga intiladi.

Hisoblangan DW jadvaldagi DW bilan qiyoslanadi.

Agar natijaviy omilning qoldiqlarida avtokorrelyatsiya mavjud bo'lmasa, u holda hisoblangan DW mezonining qiymat 2 atrofida bo'ladi. Mazkur misolda hisoblangan DW mezonining qiymati 2.02 ga teng. Bu esa natijaviy omil qoldiqlaridan avtokorrelyatsiya mavjud emasligini ko'rsatadi.

Model ishonchli ekanli Gaus Markov, Akayke va Bayesiyan testlari, Dubin Uotsin va Breush Pagan, F-test bo'yicha tekshiriladi. Barcha test qiymatlari bo'yicha modelning iqtisodiy va statistik ahamiyatligi aniqlandi.

Gaus Markov shartlari to'liq bajarilishidan tashqari, modelni sifatini ifodalovchi Ramsey Reset testi, Akayke va Bayesian qiymatlari modelni to'liqroq tahlili ko'rsatib beradi.

2.15-jadval

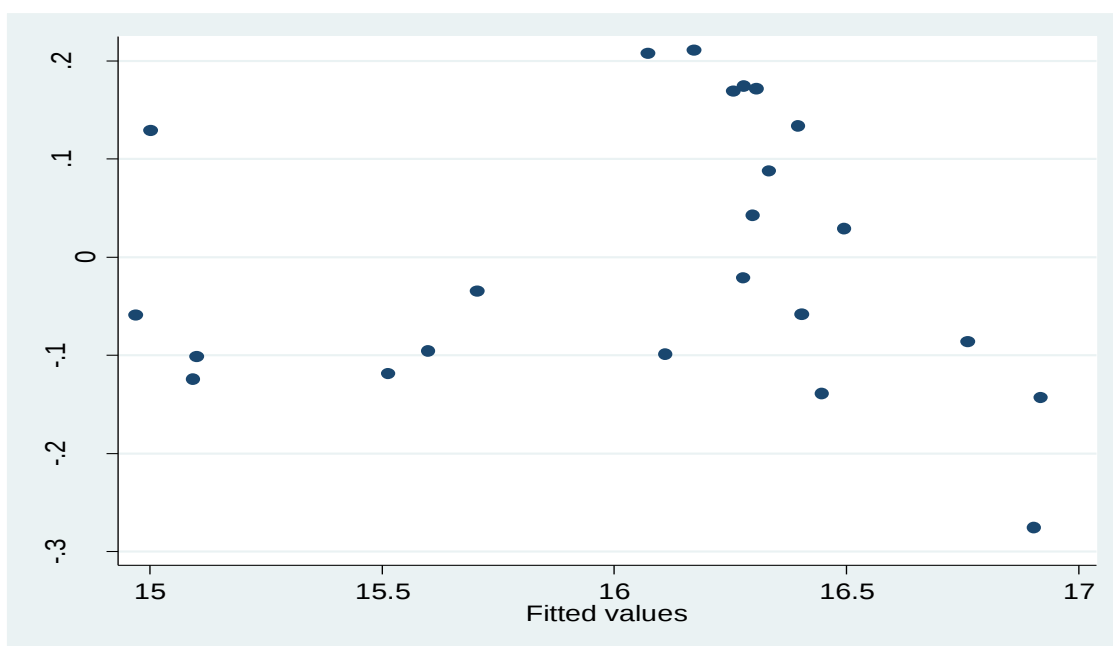
Modelni baholash testlari¹⁰⁹

Test	Qiymatlar	Ehtimollik
Jarque-Bera normality test	0.2260	0.8932
Breusch-Godfrey serial correlation test	3.3292	0.1893
Ramsey RESET test	2.5152	0.1336
Heteroscedasticity test: Breusch-Pagan-Godfrey	1.3254	0.2920
Cusum plot	Doimiy	
Cusum of squares plot	Doimiy	

Model qoldiqlari va mos qiymatlari bog'liqligini ko'rsatuvchi Breuch Pagan testi bo'yicha bosh gipoteza qabul qilinib, muqobil gipoteza rad qilinmoqda. Ehtimollik 0.1336 bo'lishi bu qaror uchun asos bo'ladi.

Heteroskadasitlikni koordinatalar tekisligida ham ko'rib chiqamiz.

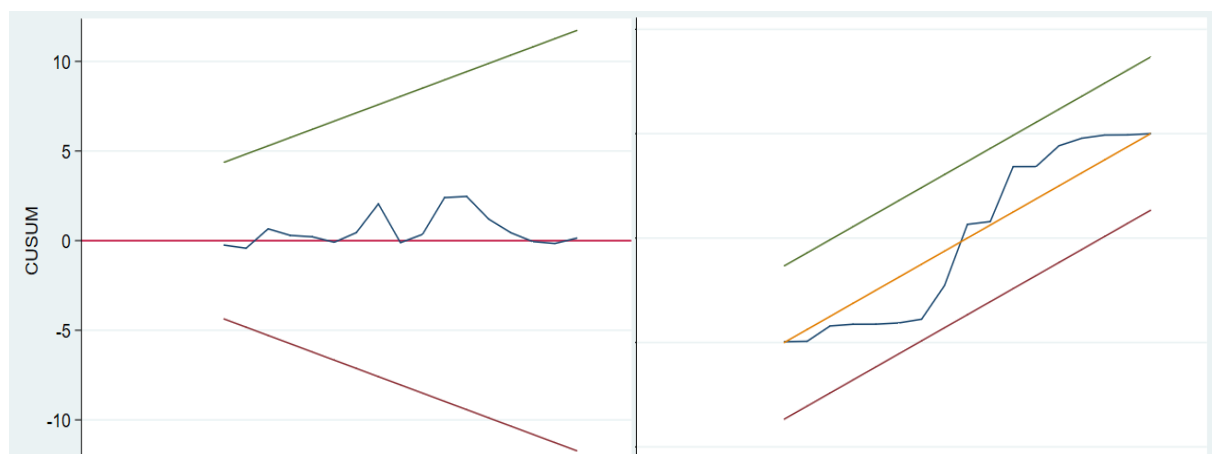
¹⁰⁹ Muallif tomonidan shakllantirilgan



2.25-rasm. Modelning qiymatlari va qoldiqlari o'rtasidagi bog'likligi¹¹⁰

Mos qiymatlar va qoldiqlarning tarqoq joylashuni qabul qilingan qarorning to'g'riligini anglatadi.

Shuningdek, navbatdagi qadamda tadqiqot bo'yicha CUSUM diagnostik testi tekshirildi. (2.26-rasmga qarang).



2.26- rasm. CUSUM diagnostik testi grafigi¹¹¹

2.26-rasmlarda keltirilgan ma'lumotlarga ko'ra, CUSUM diagnostika testi statistikasi doimiy ravishda kritik chegaralar ichida qoldi va sezilarli tebranishlar sezilarli darajada mavjud emas. Shunday qilib, tizimli beqarorlikning yo'qligini tasdiqlovchi nol gipoteza H_0 o'z kuchida qoladi.

Tadqiqot davomida quyidagi xulosa va takliflar ishlab chiqilindi:

¹¹⁰ Muallif tomonidan shakllantirilgan

¹¹¹ Muallif tomonidan shakllantirilgan

Birinchidan, mehmonxonalar soni va tuzm tushumlari o'rtasidagi korrelyatsiya 0.92 ga, turistlar soni va turizm tushumlari korrelyatsiyasi 0.87 ga tengligi, ikkita ko'rsatkich ham turizm tushumlariga to'g'ri va kuchli ta'sir etishini izohlaydi. Mehmonxonalar turistlar sonidan ko'ra ko'proq ta'sir etishi bizning fikrimizcha, turistlar doimiy mehmonxona xizmatlaridan foydalanmasligidadir.

Ikkinchidan, mehmonxonalar soni va turizm tushumlari hamda turistlar soni o'rtasidagi eng kichik kvadratlar metodi asosida qurilgan model barcha ko'rsatkichlar xususan F test, t test, Gaus Markov shartlari bo'yicha ishonchli ekanligi aniqlandi.

Uchinchidan, tadqiqot asosida mehmonxonalar soni bir foizga ortishi turizm tushumlarini 1.71 foizga qo'shimcha ko'payishiga, turistlar soninng qo'shimcha bir foizga ortishi turizm tushimlarini 0.62 foiz qo'shimcha o'sishiga ta'sir etadi.

To'rtinchidan, hududlarda yangi mehmonxonalar soni ortgani sari hududlarning turizm tushumlari ortishi, hududlardagi pul oqimlarining ko'payishiga, ijtimoiy iqtisodiy ko'rsatkichlarning o'sishiga kuchli xizmat qilishi isbotlandi.

Ikkinchi bob bo'yicha xulosalar

Mamlakatimizda mehmonxona biznesini rivojlantirishda yetarlicha imkoniyat mavjud, biroq mavjud imkoniyatlardan samarali foydalanish hamda sohani jadal rivojlantirish uchun bugungi kunda mehmonxona moliyasiga alohida yondashish, mavjud moliyaviy resurslardan oqilona foydalanish tobora ahamiyatini oshirib bormoqda. Shu sababli mehmonxona biznesi moliyasini tadqiq qilish va bu bo'yicha xorij tajribasini o'rganish dolzarblik kasb etmoqda. Barcha mehmonxona korxonalari bozorning rivojlanish tendensiyalarini diqqat bilan kuzatib borishi va bozorga yangi mahsulotlarni kiritishga tayyor bo'lishi kerak. Mehmonxonalar yangi mahsulotlar ishlab chiqishning maxsus dasturiga ega bo'lishi lozim. Mutaxassislarning fikricha, hozirgi vaqtda barcha kompaniyalar olayotgan daromadlarning yarmini o'n yil muqaddam mavjud bo'lmagan mahsulotlar keltirmoqda. Yangi mahsulotga ega bo'lishning ikki usuli ma'lum. Birinchi usul –

yangi mahsulotni chetdan egallash, ya'ni butun mehmonxonani yoki mehmonxona franchayzingini sotib olish.

Yangi mahsulotlarni ishlab chiqish va amalga joriy etish xarajatlari oshib borayotgani tufayli aksariyat kompaniyalar yangi savdo belgilarini o'zlari ishlab chiqish o'rniga, mavjud mehmonxonalarni sotib olishni ma'qul ko'radilar. Mehmonxona korxonasi yangi mahsulotlarni o'zi ishlab chiqishi ham mumkin. Buning uchun u o'z tarkibida tadqiqotlar va ishlovlar bo'yicha maxsus bo'lim tashkil etadi. «Yangi mahsulot» deganda biz original mahsulotni, takomillashtirilgan mahsulotni, modifikatsiya qilingan mahsulotni va yuqorida zikr etilgan bo'lim faoliyati natijasida vujudga keluvchi yangi savdo belgilarini tushunamiz.

Mehmonxonalar faoliyatini samarali tashkil etishdan tashqari, moliyaviy resurslarning keng jozibadorligi bilan uzoq muddatli investitsiyalarning daromadlilik stavkalarini baholash ham muhim deb hisoblandi. Bunga biznesga investitsiya qilingan mablag'larning miqdori, tabiati va qiymatini aniqlash orqali erishiladi. Shundan so'ng, qancha mablag' qanday stavkada kelishi, kapitalning qancha qismi aktsiyadorlar tomonidan investitsiya qilinishi va qancha daromad kutilishi aniqlanadi. Investitsiya usulini tushuntirish va uning natijasini aniqlash uchun odatda vaziyat olinadi va har bir muqobil vaziyat unga taqqoslanadi. Shunga qaramay, yirik loyihalar uchun bu taxminlar juda muhim, shuning uchun bu erda xavf ancha yuqori bo'ladi.

III BOB. O‘ZBEKISTONDA MEHMONXONA BIZNESINI MOLIYALASHTIRISHNI TAKOMILLASHTIRISHNING ZAMONAVIY YO‘NALISHLARI

3.1. Xorijiy mamlakatlarda mehmonxona biznesini moliyalashtirishning zamonaviy yo‘nalishlari

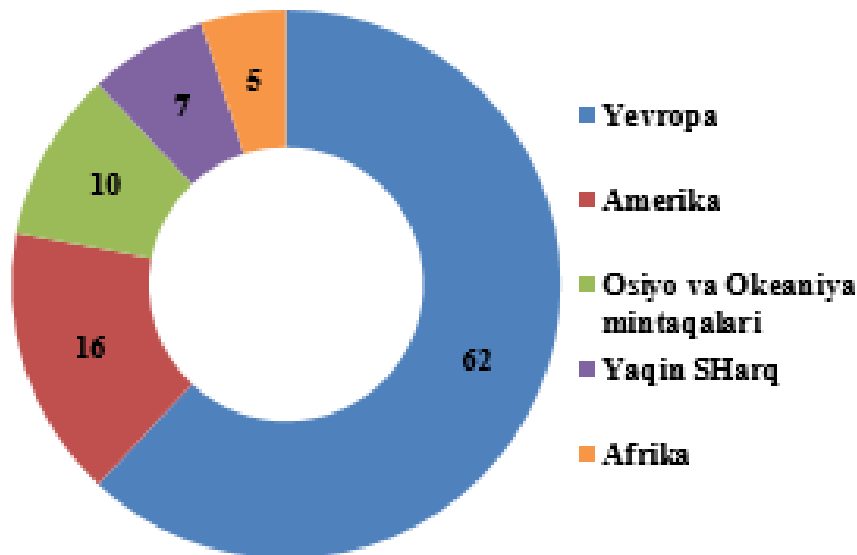
Xalqaro amaliyotdan ma’lumki, biznesni shakllantirish va uni rivojlantirishda bir qancha tashqi va ichki omillar o‘z ta’siri ko‘rsatadi. Xususan, mehmonxona biznesiga ta’sir etuvchi ko‘plab omillar borki, ulardan asosiylari moliyaviy resurslarni samarali shakllantirish, xodimlarning mehnat unumdorligi hamda hududdagi iqtisodiy muhitning rivojlanishi va boshqalardan iboratdir.

Bugungi kunda xalqaro darajadagi mehmonxona sanoatining asosiy ishtirokchilari qatoriga Marriot International, Hilton, Intercontinental Hotels Group, Wyndham Hotel Group kabilar kiradi. Ushbu kompaniyalarning barchasi o‘z portfellarida cheklangan xizmat ko‘rsatishdan tortib to to‘liq xizmat ko‘rsatish muassasalarigacha bo‘lgan turli xil mehmonxona brendlarini o‘z ichiga oladi. Brend qiymati bo‘yicha ushbu kompaniyalar va ularning sho‘ba korxonalarini dunyoning yetakchi mehmonxona brendlari ro‘yxati bilan taqqoslab, Hilton 2022-yilda brend qiymati 112,04 milliard dollar bilan birinchi o‘rinni egalladi. Marriott International, shuningdek, mazkur yilda 22,2 milliard dollar daromad bilan dunyoning yetakchi mehmonxona va kurort kompaniyalarining savdo reytingida eng yaxshilaridan biriga aylandi. Wyndham Hotels & Resorts dunyo bo‘ylab ko‘proq ega 8,9 mingdan ortiq mehmonxonalar ega hamda mazkur reytingda Hilton va Marriott International mehmonxonalaridan ko‘ra yuqori ko‘rsatkichni qayd etdi. 2022-yilning to‘rtinchi choragida eng ko‘p mehmonxona loyihalari bo‘lgan mamlakat AQSh sifatida ro‘yxatga olingan. Shuningdek, Xitoy 2022-yilning to‘rtinchi choragida eng ko‘p mehmonxona xonalariga ega mamlakat sifatida qayd etildi¹¹².

¹¹² <https://www.statista.com/topics/1102/hotels/#editorsPicks> - Stata xalqaro statistik ma’lumotlar e’lon qilib boruvchi sayt ma’lumotlari

Xalqaro amaliyotda mehmonxona biznesida investitsiyalar uzoq muddatda o'zini oqlaydi va daromadlilik ko'rsatkichi ya'ni rentabellik moliyaviy menejmentni qay darajada yo'lga qo'yilganiga to'g'ridan to'g'ri bog'liqdir. Xususan, 1993 yil AQShda tashkil etilgan o'zida 46 500 xonadan iborat 80 ta yuqori toifali mehmonxonalarni birlashtiruvchi Host Hotels & Resorts (HST) kompaniyasi tarkibiga Alila, Andaz, Fairmont, Four Seasons, Grand Hyatt, JW Marriott, Ritz-Carlton, St. Regis, The Luxury Collection, W, Embassy Suites, Hilton, Hyatt, Kimpton, Marriott, Marriott Marquis, Autograph Collection, Curio-Collection by Hilton, Marriott Suites, Pullman, Sheraton, Swissotel, Tribute Portfolio, Westin kabi mashxur brendli mehmonxonalarni kiradi.

Xalqaro amaliyotda mehmonxona biznesi tabiiy sharoiti va xizmatlar sifati yuqori bo'lgan hududlarda tez rivojlanadi. Bunga, albatta, milliy iqtisodiyotdagi barcha infratuzilma o'zini ta'sirini ko'rsatadi. Xususan, dunyo mintaqalari bo'yicha mehmonxona biznesini asosini tashkil etuvchi xalqaro turistlarning oqimini quyida kuzatishimiz mumkin (3.1-rasm).



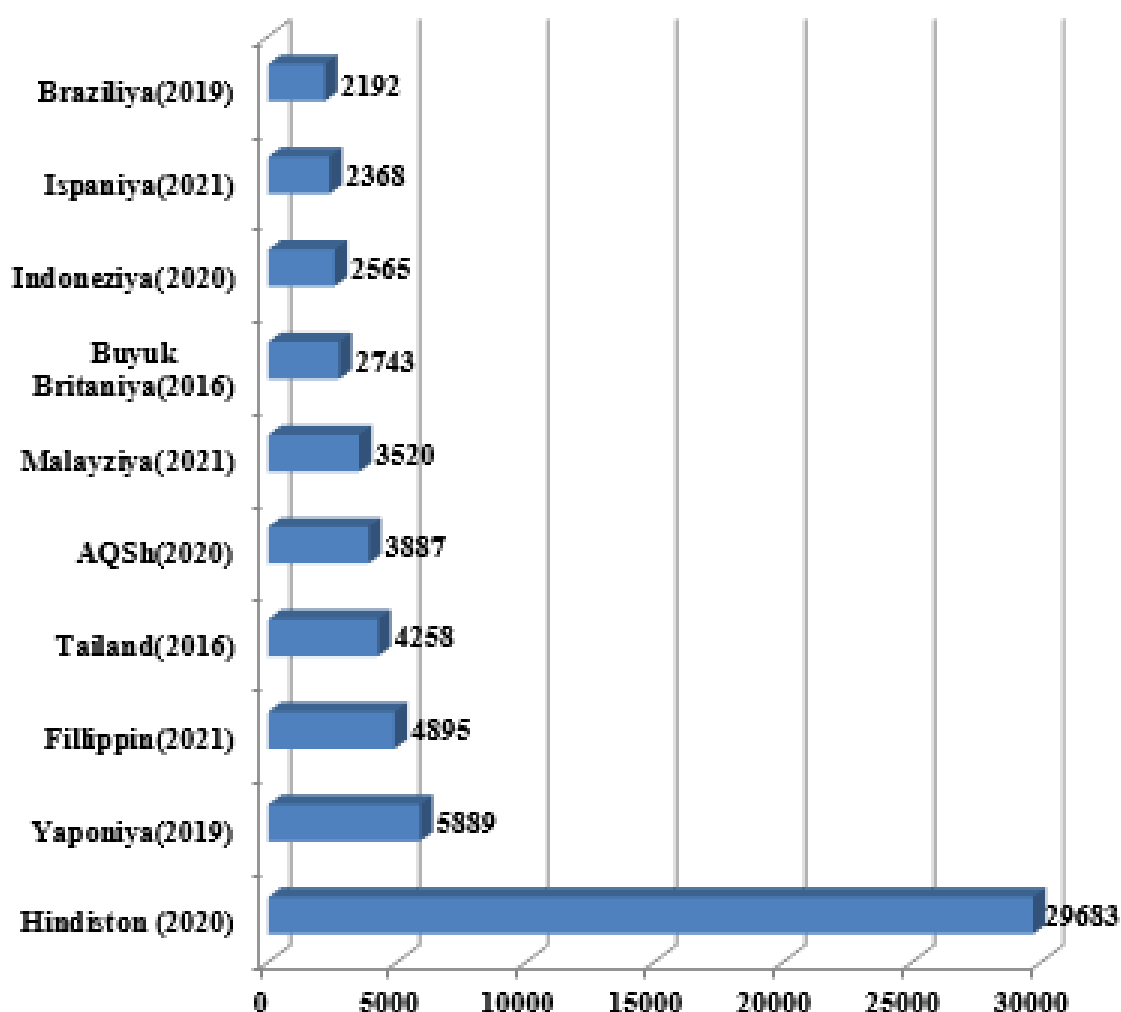
3.1-rasm. Mintaqalar kesimida turistlar oqimi, foizda¹¹³

Yuqoridagi 3.1-rasm ma'lumotlaridan shuni ta'kidlash joizki, Yevropa mintaqasida joylashgan mamlakatlarga 2022-yil yakunlariga ko'ra xalqaro

¹¹³ <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance> - UN Tourism rasmiy sayti ma'lumotlari asosida muallif tomonidan shakllantirilgan

turistlarning 62 foizi sayohatni amalga oshirgan bo‘lib, ushbu ko‘rsatkich, albatta, mehmonxona biznesi samarali tashkil etilganligidan dalolat beradi.

Milliy iqtisodiyotda ishsizlikni kamaytirish va yangi ish o‘rinlarini yaratishda ham mehmonxona biznesining o‘rnini alohida qayd etish joiz (3.2-rasm).

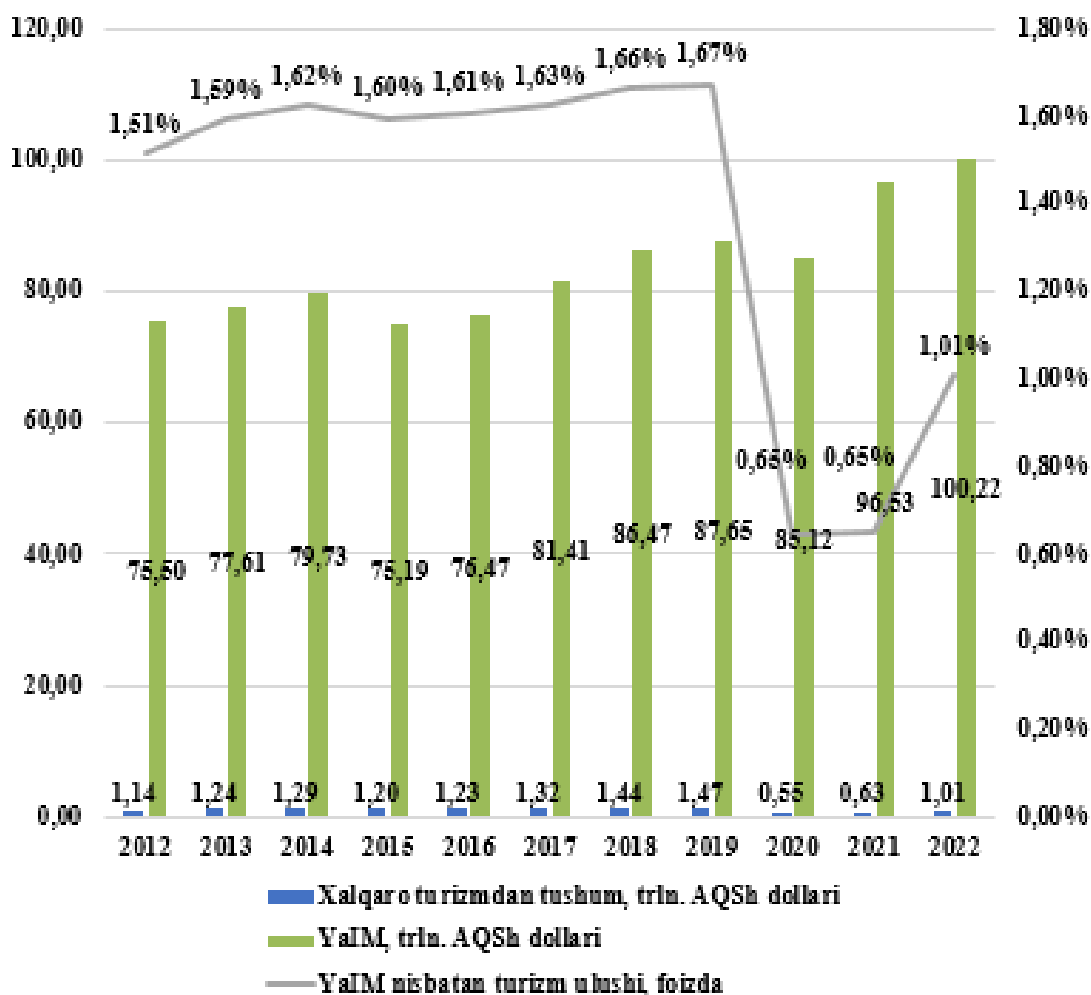


3.2-rasm. Turizm va mehmonxona sanoatida ishlovchilar soni, ming kishi¹¹⁴

3.2-rasm ma’lumotlarida turizm va mehmonxona sanoatida faoliyat olib borayotgan insonlarning hududlar kesimida eng katta ko‘rsatkichlarini ko‘rib chiqishimiz mumkin. Albatta, ushbu statistik ko‘rsatkichlarda aholisi eng ko‘p davlat bo‘lgan Hindiston peshqadamlik qilib, 29 683 ming kishi yoki umumiy

¹¹⁴ <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance> - UN Tourism rasmiy sayti ma’lumotlari asosida muallif tomonidan shakllantirilgan

aholi soniga nisbatan 2,12 foizi ushbu tarmoqda faoliyat olib bormoqda. Keyingi o‘rinlarda Yaponiya jami aholisining 4,63 foizi mehmonxona biznesida faoliyat olib borayotganligini ko‘rishimiz mumkin.



3.3-rasm. Yalpi ichki mahsulot va turizm hamda mehmonxona biznesidan tushgan tushum miqdori ¹¹⁵

Mehmonxona xizmatlar sohasini modernizatsiya va diversifikatsiya qilishni, uning tarkibini zamon talablariga mos holda o‘zgartirishni amalga oshirishni optimal tarzda olib borish, YaIMda qo‘shilgan qiymat hajmini ko‘paytirishning muhim omili bo‘lib qoladi. Hozirgi davrda dunyo iqtisodiyotida mehmonxona xizmatlarining ulushi salmoqli ravishda o‘sib bormoqda. Lekin ushbu ko‘rsatkich 2020-2021 yillarda pandemiya tufayli pasaygan (3.3-rasm).

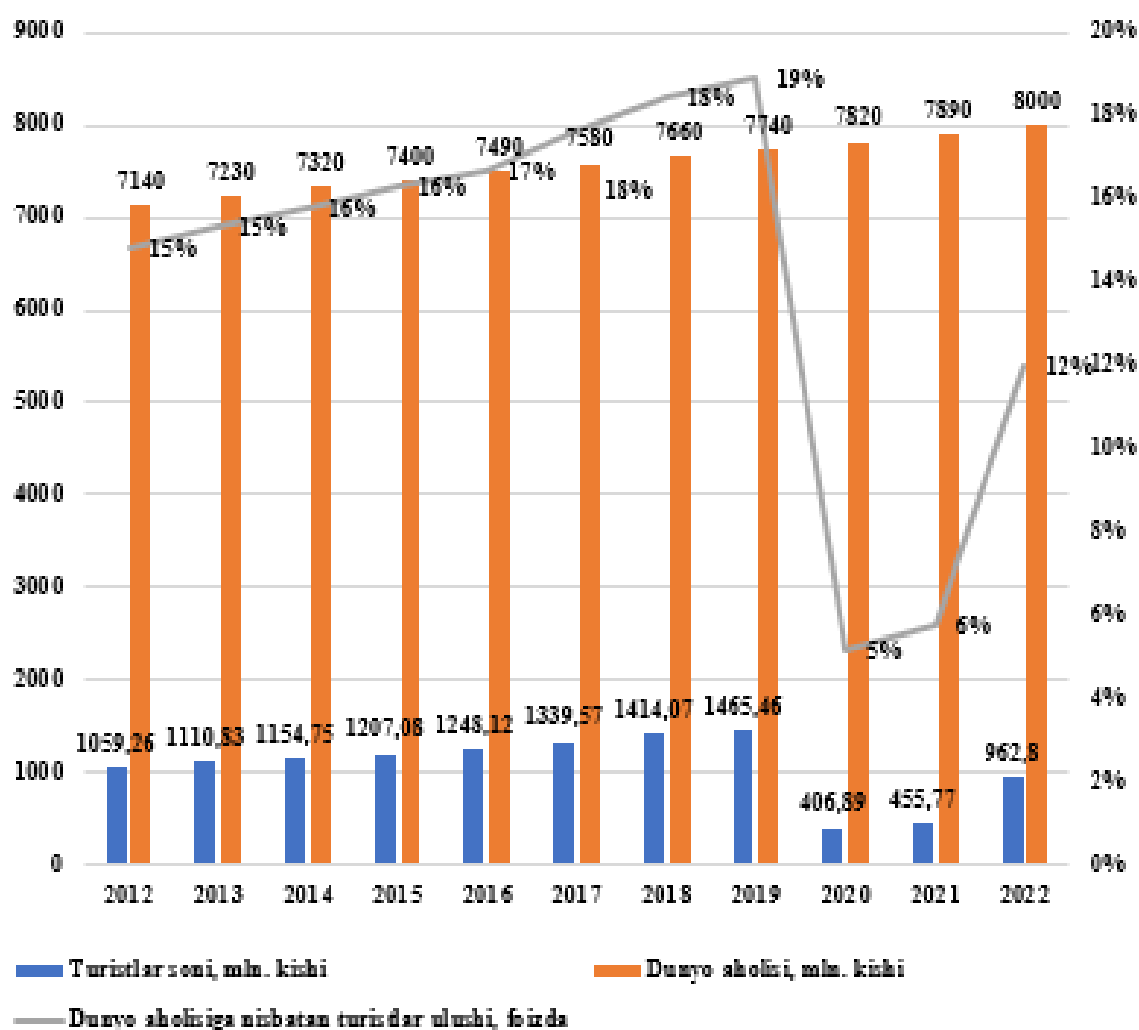
¹¹⁵ <https://www.statista.com/statistics/273123/total-international-tourism-receipts/> sayt ma’lumotlari asosida muallif ishlanmasi, 03.04.2023 holatiga

Mehmonxona xizmatlaridan tushadigan tushumga bir qator omillar ta'siri ko'rsatishni, avvalambor, xalqaro turistlar oqimi, bozorda yangi-yangi o'nlab turdagi mehmonxonalarining paydo bo'lishi, aholi daromadlarining o'sishini qayd etishimiz mumkin.

Xizmatlar sohasi tarkibiga moliyaviy xizmatlar, ta'lim xizmatlari, sog'liqni saqlash xizmatlari, aloqa va axborotlashtirish xizmatlari, transport xizmatlari, qurilish xizmatlari, turizm-sayohat xizmatlari va boshqalar o'rin olgan. Hozirgi kunda, xizmatlar sohasida xalqaro miqyosda eng serdaromad bo'lgan va mamlakat iqtisodiyotiga sezilarli ta'sir ko'rsatuvchi yo'nalish turizm sohasi bo'lib hisoblanadi. Xususan, Xalqaro turizm va sayyohlik kengashining rasmiy ma'lumotlariga ko'ra 2019 yilda dunyo bo'yicha mamlakatlarda yalpi ichki mahsulotning 10,4 foizini yoki umumiy 9,2 trln. AQSh dollarini turizm sanoati va unga tegishli bo'lgan xizmatlar tarmog'i hissasiga to'g'ri kelgan bo'lsa, pandemiya davrida ushbu ko'rsatkich bir necha barobarga kamaygan bo'lib, 4,5 trln. AQSh dollarini tashkil etgan¹¹⁶. Lekin, 2022 yilda Covid-19 pandemiyasini sekinlashishi va karantin cheklovlarining yengillashtirilishi oqibatida turizm sohasi yanada rivojlanmoqda. Ushbu o'rinda, albatta, turizm sohasini tarkibiy infratuzilmasi bo'lgan mehmonxona biznesini samarali tashkil etilishi alohida ahamiyatga ega hisoblanadi.

BMTning Xalqaro turizm tashkiloti ma'lumotlariga ko'ra dunyo bo'yicha 2022 yildagi turistlarning rasmiy soni 962,80 mln. kishini tashkil etgan (3.4-rasm). 3.4-rasmdan ayon bo'lmoqdaki, 2012 yilda xalqaro toifada sayohat qilganlar soni 1,059 mln. kishini yoki dunyo aholisining 15 foizini tashkil etib, 2020 yilgacha ushbu ko'rsatkich oshib borgan. Shuningdek, 2020-2021 yillarda dunyo bo'yicha "Covid-19" pandemiyasi karantin cheklovlari tufayli ushbu ko'rsatkich qariyb 72,23 foizga tushib ketgan bo'lib, 2022 yilda 211,24 foizga oshganligini kuzatsak bo'ladi.

¹¹⁶ <https://wtcc.org/research/economic-impact>

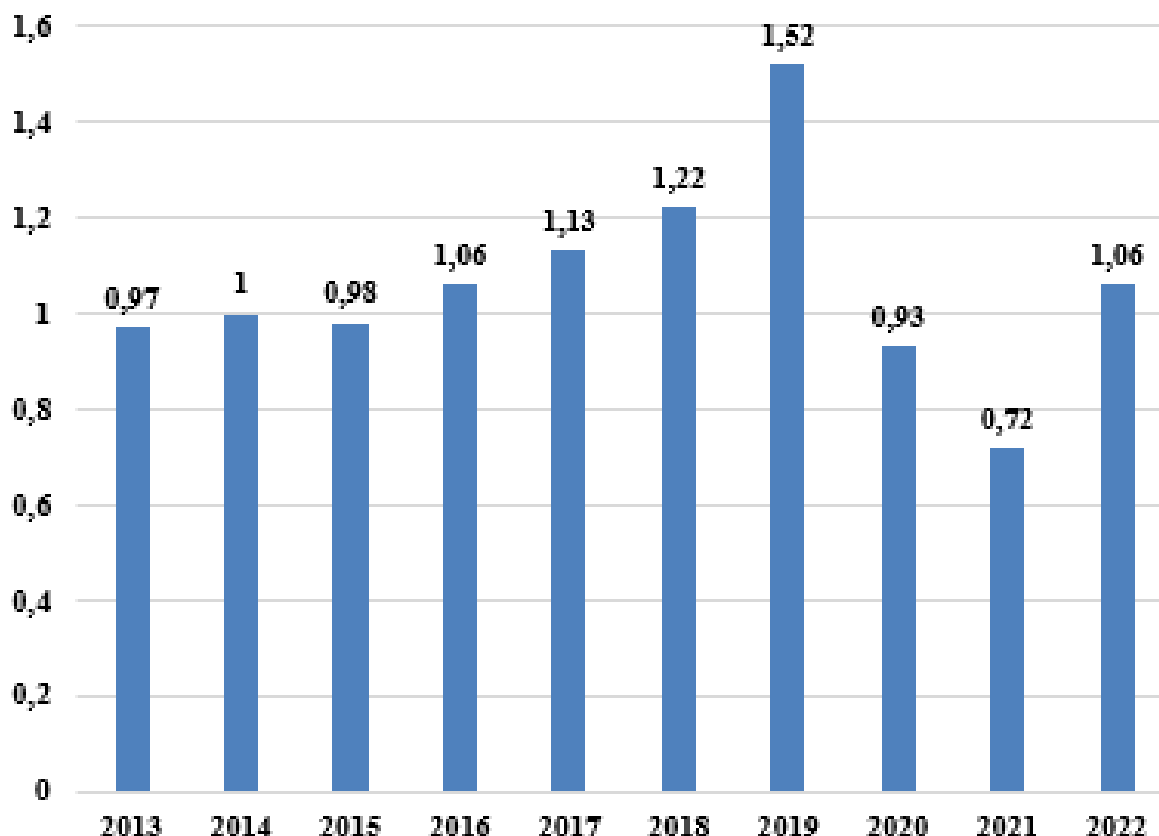


3.4-rasm. Dunyoda xalqaro turizm ko‘rsatkichi, mln. kishi¹¹⁷

Xalqaro amaliyotda aksariyat hollarda mehmonxonalar va kurortlar birgalikda o‘rganilishini kuzatish mumkin. Quyida 2013-2022-yillarda global mehmonxonalar va kurortlar sohasining bozor hajmini tahlil qilamiz (3.5-rasm).

3.5-rasmda 2013-2022-yillarda global mehmonxonalar va kurortlar sohasining bozor hajmiga nazar solsak, 2019-yilgacha yillik ko‘rsatkichlar o‘sib kelganligini kuzatish mumkin. 2020-yil va undan keyingi yillarda esa natijalar sezilarli pasaygan. Bunda Covid-19 pandemiyasining ta’siri bo‘lganligini ta’kidlash lozim. Global pandemiya yuzaga kelgandan so‘ng xalqaro turizmga, shuningdek, mehmonxona sohasiga jiddiy zarar yetdi.

¹¹⁷ BMT va Jahon Bankining rasmiy ma’lumotlari asosida tayyorlandi: <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance> va <https://data.worldbank.org/indicator/SP.POP.TOTL?end=2021&start=2011>



3.5-rasm. 2013-2022-yillarda global mehmonxonalar va kurortlar sohasining bozor hajmi, trln. AQSh dollari¹¹⁸

Xalqaro amaliyotga e'tibor qaratsak, mehmonxona sohasida eng katta mehmonxona tarmog'i Wyndham Hotels & Resort hisoblanadi. 2022-yil holatiga ko'ra, birgina AQShda 132 228 ta mehmonxona va motel mavjud bo'lib, bu 2021-yilga nisbatan 8,3 foizga ko'pdir. Global miqyosda turizm, mehmonxona va boshqa dam olish bilan bog'liq sohalarning bozor qiymati 2021-yildagi 3952 milliard dollardan 2022-yilda 4548 milliard dollargacha yoki 15,1 foizga o'sishi prognoz qilinmoqda¹¹⁹.

Bugungi globallashuv sharoitida mehmonxonalar o'z faoliyatini moliyalashtirish maqsadida kapital jalb qilish yo'llaridan keng foydalanmoqda. Jumladan, Hindiston amaliyotini tadqiq qiladigan bo'lsak, qator mehmonxonalar

¹¹⁸ <https://www.statista.com/statistics/1186201/hotel-and-resort-industry-market-size-global/> - Статистика глобал статистик маълумотлар тақдим этувчи расмий веб-сайти маълумотлари

¹¹⁹ <https://www.dreambigtravelblog.com/blog/hotel-industry-statistics> - mehmonxona sohasi bo'yicha ma'lumotlar taqdim etuvchi veb-sayt ma'lumotlari

tomonidan aksiyalarni birlamchi ommaviy joylashtirish operatsiyalarini o'tkazish orqali kapital jalb qilish amaliyotidan atroflicha foydalanilmoqda (3.1-jadval).

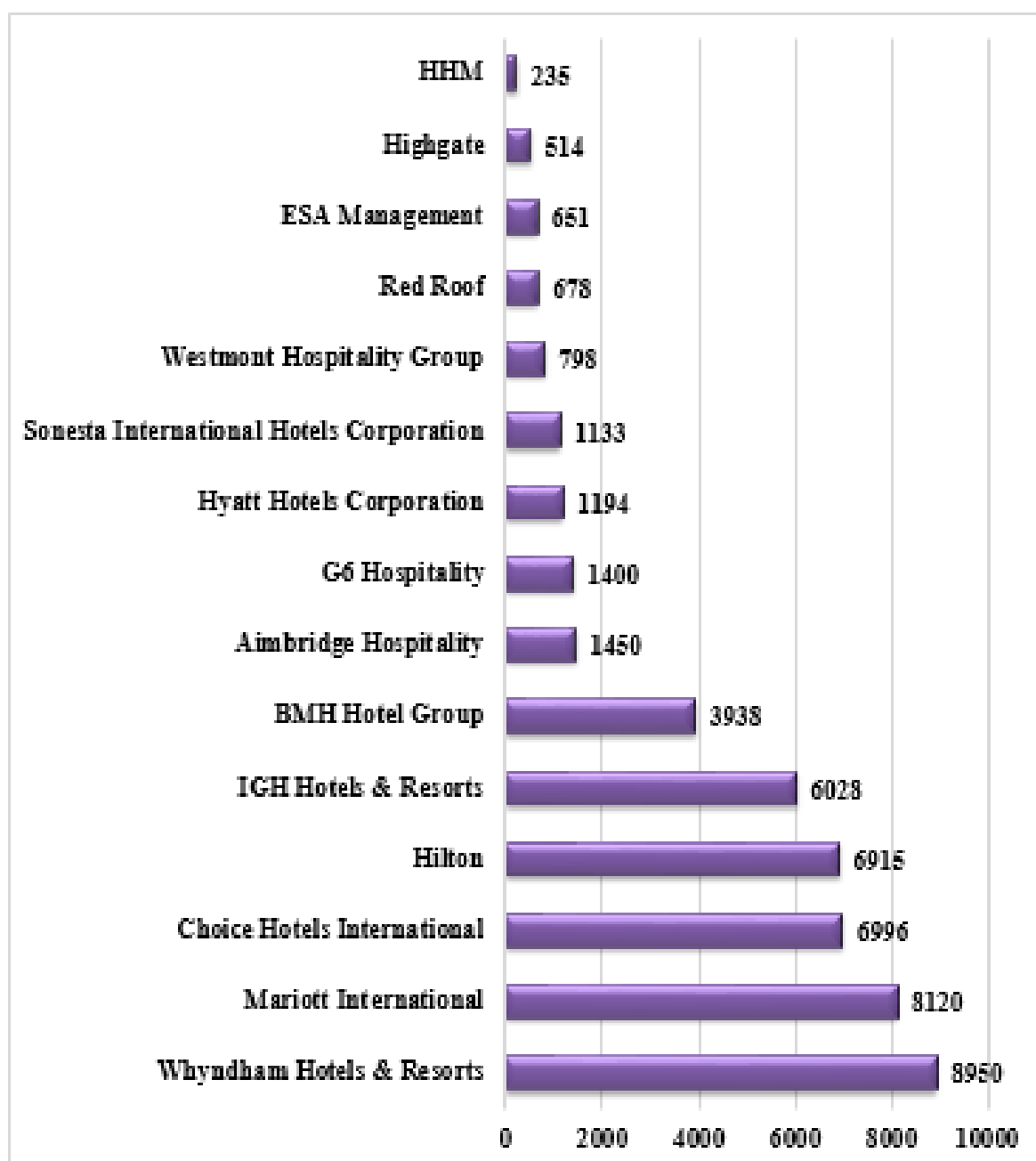
3.1-jadval

Hindistonda mehmonxonalar va kurortlar tomonidan o'tkazilgan IPO amaliyotlari tahlili¹²⁰

№	Kompaniya nomi	Listing sanasi	Chiqarilish qiymati (bir dona aksiya, AQSh dollari)	Chiqarilish hajmi (AQSh dollari)
1.	Goel Food Products Limited IPO	28.06.2022	0,87	87 241
2.	Silver Pearl Hospitality & Luxury Spaces Ltd IPO	17.06.2022	0,22	108 900
3.	Roopeshri Resorts Limited IPO	1.04.2019	0,24	43 560
4.	Chalet Hotels Limited IPO	7.02.2019	3,39	19 858 278
5.	Mac Hotels Limited IPO	4.10.2018	0,29	23 474
6.	Lemon Tree Hotels Limited IPO	9.04.2018	0,68	12 568 028
7.	Sanghvi Brands Ltd IPO	22.11.2017	0,83	152 073,14
8.	Mahindra Holidays and Resorts India Ltd IPO	16.07.2009	3,63	3 363 316
9.	Bhagwati Banquets And Hotels Ltd IPO	17.05.2007	0,48	1 113 200

3.1-jadvalda ko'rish mumkinki, turli yillar davomida Hindistondagi mehmonxonalar va kurortlar tomonidan turli miqdorlarda kapital jalb qilingan. Xususan, jalb qilingan kapitallar orasida eng kichik natija 23 ming dollardan ortiqni tashkil etgan bo'lsa, eng katta ko'rsatkich deyarli 20 mln. dollar qiymatni ko'rsatmoqda.

¹²⁰¹²⁰ <https://www.chittorgarh.com/report/sector-wise-ipo-list-in-india/96/130/> - Chittorgarh компанияси расмий веб-сайти маълумотлари асосида муаллиф томонидан шакллантирилган

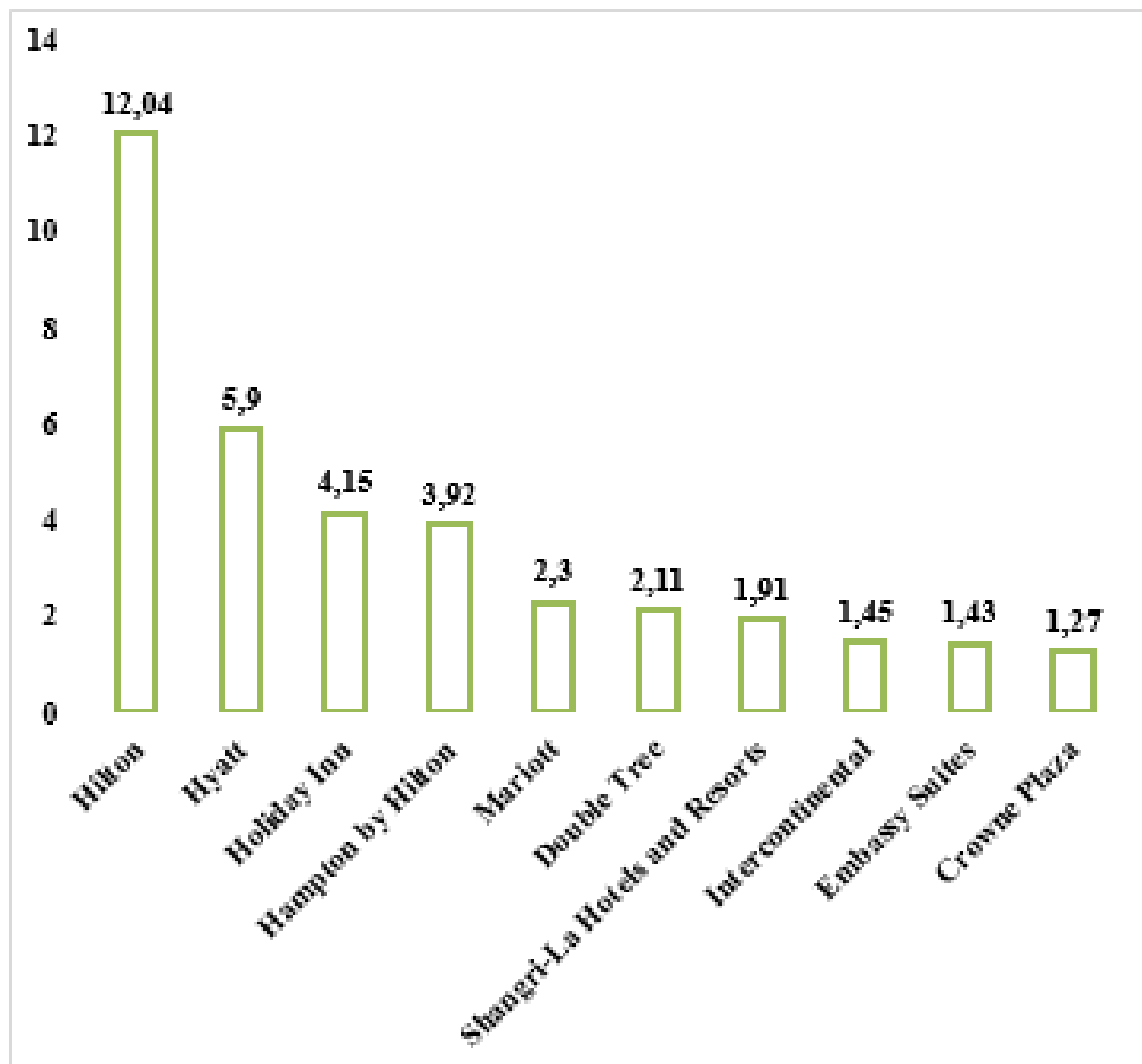


3.6-rasm. 2022-yil iyun holatiga ko‘ra mehmonxonalar soni bo‘yicha dunyo bo‘ylab yetakchi mehmonxona kompaniyalari¹²¹

2022-yil iyun holatiga ko‘ra mehmonxonalar soni bo‘yicha dunyo bo‘ylab yetakchi mehmonxona kompaniyalari tahlil qilinsa, birinchi o‘rinni Whyndham Hotels & Resorts kompaniyasi egallaganligini ko‘rish mumkin (3.6-rasm). Mazkur kompaniyaning dunyo bo‘ylab jami 8950 ta mehmonxonasi mavjud ekanligini qayd etish lozim. Keying o‘rinlarni Mariott International (8120 ta mehmonxona)

¹²¹ <https://www.statista.com/statistics/197869/us-hotel-companies-by-number-of-properties-worldwide/> - Stata xalqaro statistik ma’lumotlar e’lon qilib boruvchi sayt ma’lumotlari

va Choice Hotels International (6996 ta mehmonxona) mehmonxona kompaniyalari egallagan.



3.7-rasm. 2022-yilda butun dunyo bo‘ylab yetakchi mehmonxona brendlari qiymati tahlili (milliard dollar) ¹²²

3.7-rasmda 2022-yilda butun dunyo bo‘ylab yetakchi mehmonxona brendlari qiymati tahlil qilingan. Berilgan ma’lumotlarga ko‘ra Hilton brendi 12,04 mlrd. dollar qiymat bilan birinchi o‘rinni egallagan bo‘lsa, keying o‘rinni 5,9 mlrd. dollar qiymatda brend bilan Hyatt kompaniyasi band etgan.

¹²² <https://www.statista.com/statistics/732907/most-valuable-hotel-brands-worldwide/> - Stata xalqaro statistik ma’lumotlar e’lon qilib boruvchi sayt ma’lumotlari

Xalqaro amaliyotda atrof-muhitni muhofaza qilish va fundamental ekologik muammolarni hal qilish mehmonxonalar sanoatida tobora muhim omil bo'lib kelmoqda, bu esa mazkur sanoat vakillarining bozordagi raqobatbardoshligiga ta'sir qiladi. Bugungi kunda sayyohlar mehmonxona biznesida ekologik toza mehmonxona amaliyotiga ijobiy munosabatda. Ushbu amaliyotlarni mehmonxonalar faoliyatiga mehmonxonalar strategiyasiga kiritish raqobatbardosh biznesni rivojlantirishning asosiy mexanizmlaridan biridir. Ekologik yondashuvga asoslangan barqaror rivojlanishga o'tish xizmatlar sifatiga sezilarli ijobiy ta'sir ko'rsatmoqda. Ekologik yondashuvni qo'llaydigan mehmonxonalar nafaqat yuqori iqtisodiy ko'rsatkichlarga erishishi, balki atrof-muhitni boshqarish va korxonaning umumiy faoliyati o'rtasida ijobiy munosabatlarni o'rnatishi mumkin. Xalqaro amaliyotda green hotel amaliyotidan foydalanish tobora ortib bormoqda.

3.2. Mamlakatimizda mehmonxona biznesini moliyalashtirishni takomillashtirish masalalari

Hozirgi paytda aksariyat xo'jalik yurituvchi subyektlar, shu jumladan mehmonxona xo'jaliklari ham xususiy mulk asosida shakllanmoqda va faoliyat ko'rsatmoqda. Bunday mulk shakli investorlarning mehmonxona xo'jaliklarining zararsiz ishlashi va samaradorligining muttasil oshib borishidan manfaatdor. Chunki har bir xo'jalik yurituvchi subyektning bankrotlikka uchrab o'z faoliyatini to'xtatishi nafaqat mulkdor uchun, xodimlar, mehnat jamoasi, davlat va jamiyat uchun ham katta yo'qotish bo'lib hisoblanadi.

Mamlakatimizda shakllanayotgan zamonaviy moliyaviy munosabatlarni yaxshilashga qaratilgan yechimlar juda qiyin muammolardan biridir. Agar biz rivojlangan mamlakatlar yoki rivojlangan xorijiy davlatlar tajribasini namuna sifatida olsak, uni butunlay yaxshilab bo'lmaydi. Chunki, ularning hammasi ham bu yerda asrlar davomida shakllangan va hali ham mavjud bo'lgan hamda kutilgan natijani bermaydigan milliy davlatchilikka, milliy iqtisodiyotga, milliy ruhga va shunga o'xshash ko'plab an'analarga hamda milliy moliyaviy tizimning oz'iga xos

jihatlariga mos kelmasligini qayd etish lozim¹²³. Mehmonxona biznesini moliyalashtirish manbalarini shakllantirishni optimallashtirishda barcha omillarni inobatga olish muhimdir.

Mehmonxona biznesini moliyalashtirishdagi muammolar sifatida quyidagilarni e'tirof etish mumkin:

1. Kredit olishda qiyinchilik. Mehmonxonalarning katta qismi ba'zi loyihalarni amaliyotga tatbiq etish uchun kreditga bog'liq, xoh mashina sotib olish, bo'linma qurish, servisni takomillashtirish va boshqalar. Agar kompaniya tomonidan tashqaridan to'plangan barcha mablag'lar investitsiya sifatida, ya'ni biznes uchun ko'proq kapital ishlab chiqarish vositasi sifatida foydalanilsa, ideal bo'ladi. Biroq, moliyaviy qiyinchiliklarga duch kelganda, ko'pgina mehmonxonalar ish haqini to'lash, mahsulotlar sotib olish, soliqlarni to'lash va hokazolar kabi kundalik biznes majburiyatlarini bajarish uchun qarz oladilar. Bunday holatlar odatiy holga kelganda, biznesning moliyaviy ahvoli yaxshi emasligini ko'rsatadi. G'ayrioddiy bo'lishi kerak bo'lgan narsa "ma'muriy tartib" deb hisoblanadi.

Bu o'z daromad manbalari bilan o'zini ta'minlashga qodir emasligidan dalolat beradiki, mehmonxona ertami-kechmi boshqa imkoniyatlar qatorida kredit kartasi, overdraft limiti kabi yuqori foiz stavkalari bilan kredit izlashi kerak. Ba'zi hollarda naqd pul olish uchun aktivlarni sotish yoki "ijaraga berish" muammolardan chiqish yo'li bo'ladi.

Mo'rt moliyaviy ahvoli va odatda to'plangan qarzlar bilan kompaniya past foiz stavkalari bilan kredit olishda qiyinchiliklarga duch keladi. Ushbu cheklovga duch kelganda, mehmonxona bank muassasasidan debitorlik qarzlarini kutish kabi daromadlilikka yanada ta'sir ko'rsatadigan choralarni ko'rishi kerak.

2. Pul oqimini samarasiz boshqarish. Naqd pul oqimi menejer tomonidan kompaniyaning yuragi sifatida ko'rib chiqilishi kerak. Ushbu vosita yordamida korxonaning kirish (daromadlari) va natijalarini (xarajat va xarajatchilik) qayd etish

¹²³ Рўзиева Диёра Сулаймоновна Замоновий молиявий муносабатларни такомиллаштиришда аждодлар меросидан фойдаланиш. И.ф. б. ф. д. (PhD) дар. ол. уч. ёз. дисс. автор.-Т.: ТМИ. 2022 й., – 65 б.

va baholash, tashkilotning "yashil" yoki "qizil" naqd pul qoldig'ini topish mumkin. Mehmonxonaga kiradigan va undan chiqadigan barcha narsalarni yozib olish orqali boshqaruv tizimi endi biznesning moliyaviy operatsiyalarining qimmatli tarixiga ega. Shunday qilib, daromadlar va xarajatlarda mavsumiylik bor yoki yo'qligini aniqlash mumkin. Ushbu turdagi ma'lumotlarni to'plash orqali mehmonxona keyingi moliyaviy yillarni yaxshiroq rejalashtirishi mumkin, chunki prognozlar haqiqatga ko'proq mos keladi.

Shunga qaramay, biznesdagi eng keng tarqalgan moliyaviy muammolardan biri bu ma'lumotlarni to'plash, qayd etish va qayta ishlashning samarali mexanizmining yo'qligi yoki hatto ushbu vositadan foydalanish uchun vosita sifatida foydalanmaslik tufayli pul oqimlarini samarasiz boshqarish va qaror qabul qilishdir. Ushbu holatlar natijasida kompaniya majburiyatlarni bajarish uchun naqd mablag'lar tugashi bilan "ortiqcha to'lash" davrlarini o'tkazishi mumkin. Shu tarzda, etkazib beruvchilar bilan hisob-kitoblarni kechiktirish tufayli ko'pincha foizlar to'lanadi. Buning o'rniga, kirish va chiqish sanalarini o'zgartirish naqd pulni "bo'shatishi" va shu bilan biznesning moliyaviy sog'lig'ini yaxshi holatda qoldirishi mumkin.

3. Xarajatlarni qisqartira olmaslik. Deyarli har doim raqobatbardosh bo'lgan, ko'plab raqobatchilarga ega bo'lgan muhitda, hatto muzokaralarda Internet yordamida, kompaniyalar bozorda jozibador bo'lib qolish uchun doimiy ravishda xarajatlarni kamaytirishlari kerak.

Mehmonxonalar boshdan kechirayotgan moliyaviy muammolar qatorida sa'y-harakatlarning takrorlanishi ham bor, bu esa xarajatlarni qisqartirishni qiyinlashtiradi. Har doim ham nol bazaviy byudjetdan foydalanmayotganligi sababli, muassasalar muayyan harakatlar natijasida erishilgan natijalarni samarali baholamasdan, yildan-yilga qo'shimcha tuzatishlar kiritadilar. Xarajatlarni kamaytirmaslik, bunday hollarda kompaniyaning sog'lig'ini yanada zaiflashtiradi va biznesni zaifliklarga duchor qiladi, masalan, operatsion majburiyatlarni bajarish uchun kreditga murojaat qilish.

Qisqa muddatda ham ortiqcha sarf-xarajatlar kompaniyaning unumdorligini pasaytirishga yordam beradi, bu esa raqobatbardoshlikni yo'qotishga va keyinchalik daromadning pasayishiga olib keladi. Axir, yuqori narx bilan biznes savdoni yo'qotishga moyil bo'ladi.

4. Samarali moliyaviy nazoratning yo'qligi. Sizga yoqadimi yoki yo'qmi, pul mehmonxona biznesdagi deyarli barcha faoliyatni boshqaradi. Buni inson tanasi uchun qon bilan solishtirish mumkin. Arterianing tiqilib qolishi bir kishining sog'lig'iga zarar keltirganidek, mehmonxonaning bitta bo'limda pulni noto'g'ri ishlatish butun kompaniya uchun yomon.

Mavjud kapital bilan tashkilot etkazib beruvchilar bilan yaxshi narxlarda savdolasha oladi va shu bilan yanada qulay ishlab chiqarish sharoitlariga ega bo'ladi. Shunday qilib, ezgu biznes doirasining boshlanishiga eshiklar ochiladi. Axir, biror narsani ishlab chiqarish uchun kamroq mablag' sarflagan holda, korxona yakuniy mijozga raqobatbardosh tovarlarni taklif qila oladi.

5. Kompaniya va hamkor hisoblarini aralashtirish. Buxgalteriya hisobi sohasida taniqli subyekt printsiplari mavjud bo'lib, unga ko'ra biznesning kapitalini egalari yoki aksiyadorlarning kapitali bilan aralashtirib yubormaslik kerak. Garchi bunday farq moliyaviy menejmentda mukammallik amaliyoti bo'lsa-da, ko'pgina kompaniyalar hali ham bu tavsiyaga qat'iy amal qilmaydi. Ko'p hollarda biznesning naqd pullari sheriklarning xarajatlarini to'lash uchun mablag' manbai hisoblanadi. Shu tarzda, tashkilotning ishlashi buziladi yoki hatto "ifloslangan" bo'ladi. Aksincha, mulkdorlar yoki aksiyadorlar old-mehnat kabi maxsus mukofot olganlarida, kompaniya o'ziga tegishli bo'lmagan qarzlarni to'lashdan qochadi.

Mehmonxona qurilishida investorlarni jalb etish orqali quyidagilarga erishish mumkin:

- o'zgacha dizaynda mehmonxona qurish;
- yangicha ish modelini shakllantirish va uni targ'ib qilish;
- yuqori va sifatli servisni tashkil etish;
- yangi va yuqori maoshli ish joylarini yaratish;

- malakali xodimlarni tarbiyalash¹²⁴.

Mehmonxona xo‘jaligida samaradorlikni baholashda ikkinchi yo‘nalish bo‘yicha qaralganda shuni inobatga olish lozimki, mehmonxona egasi yoki shu xo‘jalik yurituvchi subyekt shu sohaga qo‘ygan investitsiyasidan yetarli darajada foyda olishga erishmog‘i, mavjud moddiy-texnika asoslaridan samarali foydalanmog‘i, xodimlarning yuqori mehnat unumdorligiga erishmog‘i va xarajatlardan ham samarali foydalanmog‘i lozim. Bulardan kelib chiqiladigan bo‘lsa, mehmonxona xo‘jaligida samaradorlikni baholash uchun, bizning fikrimizcha, ko‘rsatkichlar tizimidan foydalanish mumkin bo‘ladi. Bunday ko‘rsatkichlar tizimini to‘rtta guruhga bo‘lishni tavsiya qilamiz:

- mehmonxona xo‘jaligiga qo‘yilgan aktivlar samaradorligini ifodalovchi ko‘rsatkichlar;
- mehmonxona xo‘jaligi moddiy-texnika asoslari samaradorligini ifodalovchi ko‘rsatkichlar;
- mehmonxona xo‘jaligida mehnat samaradorligini ifodalovchi ko‘rsatkichlar;
- mehmonxona xo‘jaligi xarajatlari samaradorligini ifodalovchi ko‘rsatkichlar¹²⁵.

Xo‘jalik yurituvchi subyektlarda rentabellik ko‘rsatkichlari ularning rivojlanishini belgilovchi muhim moliyaviy-iqtisodiy ko‘rsatkichlar sirasiga kiradi. Chunki raqobat sharoitida har bir xo‘jalik yurituvchi subyekt, shu jumladan, kichik biznes va xususiy tadbirkorlik xo‘jaliklari ham o‘zining iqtisodiy va moliyaviy mustahkamligini ta‘minlab borishi lozim. Bunda aynan rentabellik ko‘rsatkichlarini muttasil oshirib yoki barqaror darajada ushlab turish lozim bo‘ladi. Bunda uni ko‘paytirishning ko‘pgina yo‘llaridan foydalanishni taqozo qiladi. Ulardan biri - ichki imkoniyatlarni aniqlash va ishga solish yo‘llarini ishlab chiqish muhim ahamiyat kasb etadi. Shu tufayli hozirgi paytda har bir xo‘jalik

¹²⁴ Юлдашев К., Алимова Ш. Практические способы начать гостиничный бизнес с помощью консультационных услуг // Экономика и инновационные технологии. – 2021. – №. 5. – С. 349-357.

¹²⁵ Холикулов А., Сафаров С. Меҳмонхона хизматлари самарадорлигини ифодаловчи кўрсаткичлар ва ularни аниқлаш йўллари // Journal of marketing, business and management. – 2023. – Т. 1. – №. 11. – С. 99-104.

yurituvchi subyektlar, shu jumladan kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarining samarali ishlashini ta'minlashga qaratilgan nazariy va amaliy tadbirlarni ishlab chiqish va undan amaliyotda keng foydalanish lozimligini taqozo qiladi. Ushbu obyektiv zaruratdan kelib chiqib, Samarqand shahrida joylashgan kichik biznes va xususiy tadbirkorliklarning bir qismida rentabellik ko'rsatkichlarining holati va ularni oshirish yo'llarini qarab chiqishni maqsadga muvofiq, deb topdik. Chunki ushbu ko'rsatkich zamirida hamma faoliyat o'z ifodasini topadi. Jumladan, bular sotish hajmining ko'payishini, subyektda tejamkorlik rejimining amal qilishini, xarajatlarning ham me'yor darajasidan oshib ketmasligini, barcha mulklardan samarali foydalanish lozimligi kabilarni qamrab oladi.

Kelajakda mehmonxonalar yangi usullarni qo'llash va eski biznes tamoyillaridan voz kechish yo'lini topishi kerak. Ushbu sohalardan biri konsalting kompaniyalaridir. Uning asosiy vazifasi - yangi mehmonxona biznesini yaratish va kelajakda barqaror rivojlanishini ta'minlashga yordam berishdir. Mazkur jarayonda mehmonxona tuzilmasini tashkil etish, xodimlarni to'g'ri tanlash va ularning ish tamoyillarini shakllantirish, mehmonxonada marketing faoliyatini tashkil qilish, boshqa mamlakatlarga xodimlar uchun yillik xorijiy treningni tashkil qilish, barcha elektron ish bilan ta'minlash tizimlaridan foydalanishni yaxshilash kabilarga e'tibor qaratilishi zarur¹²⁶.

Statistika agentligi ma'lumotlariga ko'ra, 2023 yilning 1 yanvar holatiga respublikamizda faoliyat ko'rsatayotgan mehmonxonalar soni 1 088 tani tashkil etgan. Mehmonxonalar darajasi (yulduzli) bo'yicha soni:

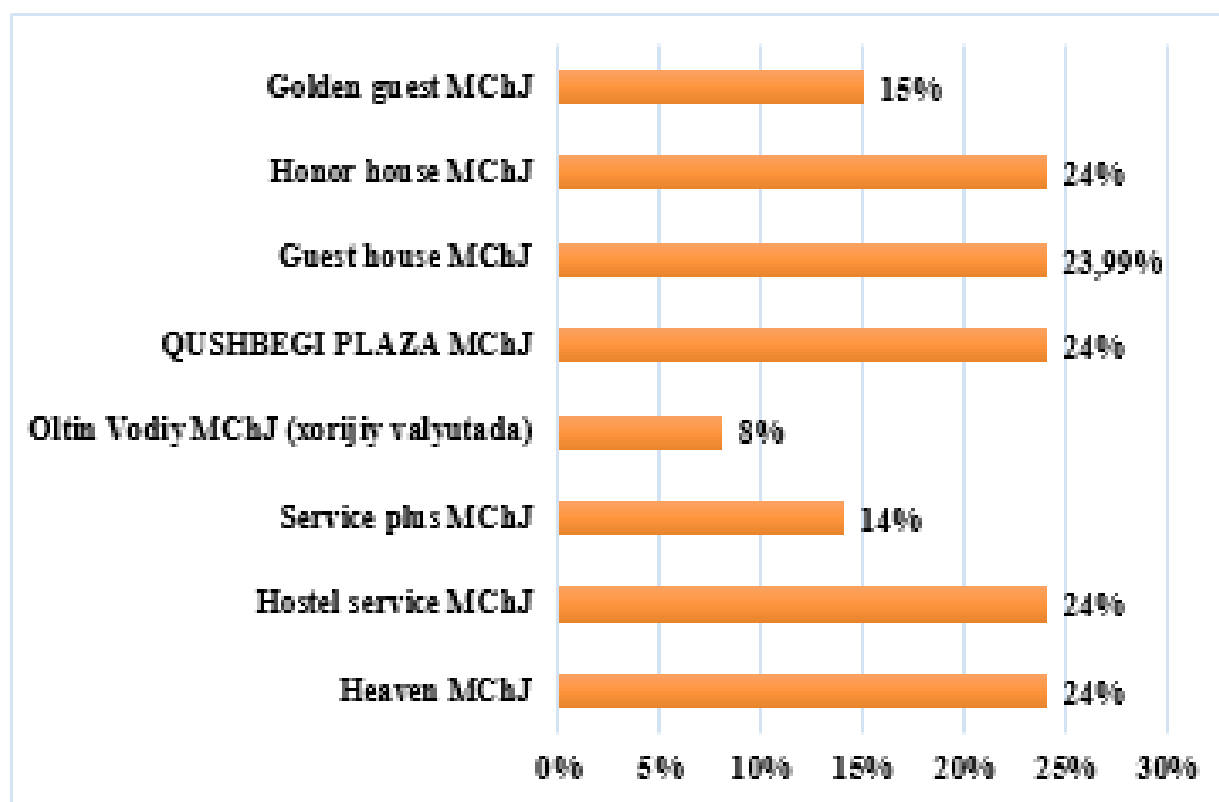
- 1 yulduzli – 231 ta
- 2 yulduzli – 36 ta
- 3 yulduzli – 120 ta
- 4 yulduzli – 24 ta
- 5 yulduzli – 5 ta

¹²⁶ Юлдашев К., Алимова Ш. Практические способы начать гостиничный бизнес с помощью консультационных услуг // Экономика и инновационные технологии. – 2021. – №. 5. – С. 349-357.

— yulduzli toifaga ega bo'lmaganlar – 672 ta.

Mehmonxona biznesini moliyalashtirish usullarini takomillashtirishda, alabatta, mehmonxona imidji ham o'ziga yarasha o'ringa ega, zero aksariyat mijozlar yuqori toifali mehmonxonalarni tanlashadi.

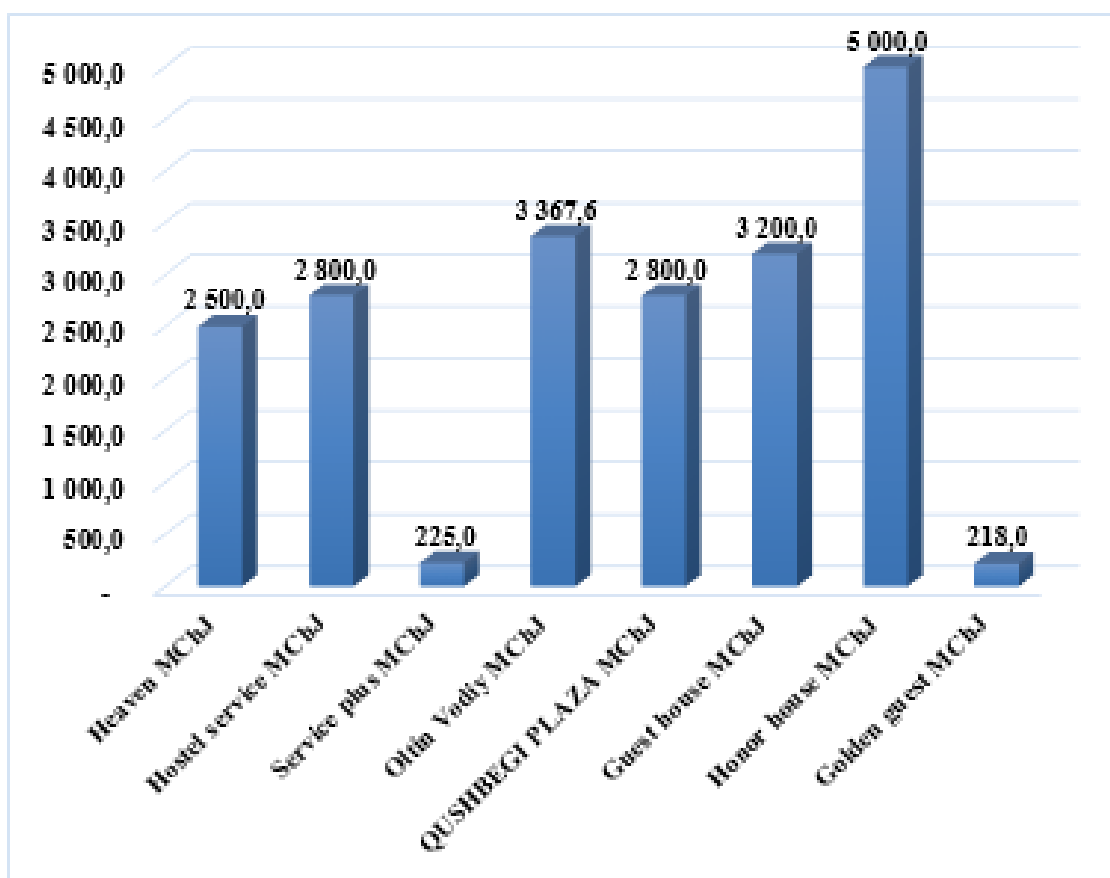
Mehmondo'stlik sanoati turizm sanoatining ajralmas qismidir. Bir tomondan, u atrof-muhitga salbiy ta'sir ko'rsatsa, boshqa tomondan, turizmga qo'shgan hissasi tufayli global isish va tabiiy resurslarning kamayishi kabi atrof-muhitga salbiy ta'sirni sezilarli darajada kamaytirishga yordam beradi. Dunyoda ekologiyani himoya qilishning ahamiyati, biznes va ekologik muammolarning kesishishi, so'nggi yillarda raqamlashtirish tendentsiyalarining kuchayishi va boshqa shunga o'xshash o'zgarishlar mehmonxonalar samaradorligini oshirish zarurligini ko'rsatadi.



3.8-rasm. Agrobank ATB tomonidan mehmonxona loyihalarini moliyalashtirish maqsadida ajratilgan kreditlarning foiz stavkalari tanlanma tahlili (2019-2022)¹²⁷

¹²⁷ <https://agrobank.uz/uz/> - Agrobank ATB rasmiy sayti ma'lumotlari asosida muallif tomonidan shakllantirilgan

Agrobank ATB tomonidan mehmonxona loyihalarini moliyalashtirish maqsadida ajratilgan kreditlarning foiz stavkalariga e'tibor qaratilsa, 2019-2022-yillarda kredit ajratilgan mehmonxona loyihalarida foiz stavkalar turlicha bo'lganligini ko'rish mumkin. Chunki ba'zi mehmonxonalarga O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Qarorlari va Farmonlari asosida kreditlar berilgan bo'lsa, boshqa kreditlar turli maqsadlarda jalb etilgan. Biroq mehmonxona loyihasining maqsadi aniq bo'lgan holda mazkur kreditlash amaliyotlari amalga oshirilganligini ta'kidlash joiz. (3.8-rasm).



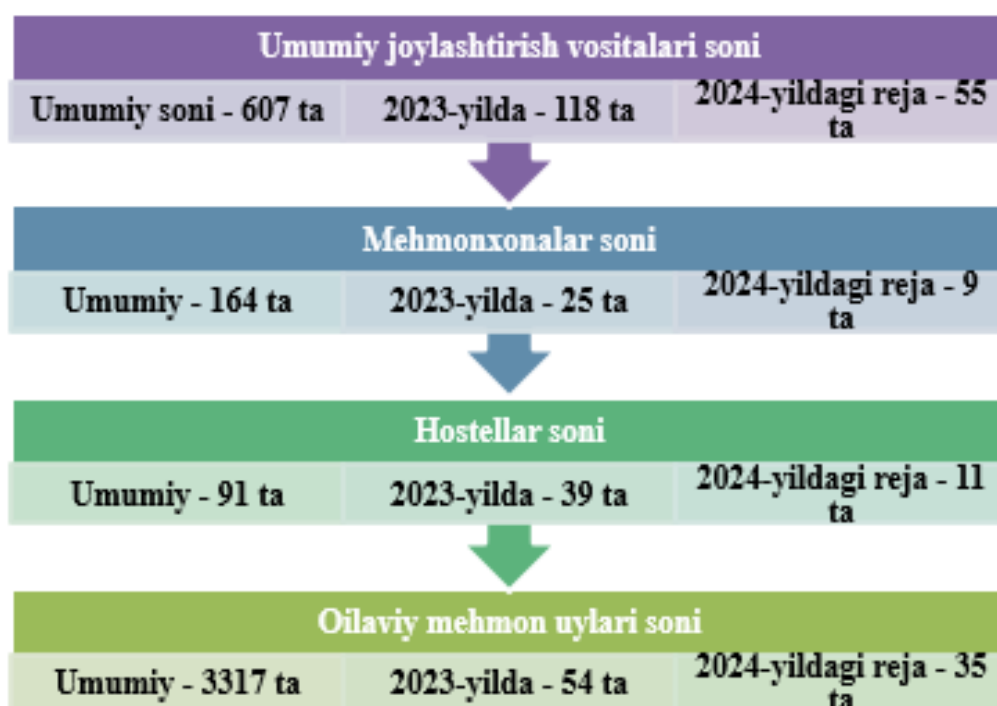
3.9-rasm. Agrobank ATB tomonidan moliyalashtirilgan mehmonxona loyihalarining tanlanma tahlili (2019-2022), mln. so'm¹²⁸

Agrobank ATB tomonidan 2019-2022-yillarda moliyalashtirilgan mehmonxona loyihalarining tanlanma tahlili orqali ko'rish mumkinki, davlat tijorat banki sifatida Agrobank ATB tomonidan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Qarorlari va Farmonlari asosida mehmonxona loyihalariga (Service plus MChJ, Honor house MChJ, Golden guest MChJ) katta miqdorda kreditlar ajratilgan.

¹²⁸ <https://agrobank.uz/uz/> - Agrobank ATB rasmiy sayti ma'lumotlari asosida muallif tomonidan shakllantirilgan

Shuningdek, tahlil qilingan boshqa mehmonxonalar ham moliyaviy jihatdan potentsiali yuqori bo'lgan mehmonxonalar hisoblanadi (3.9-rasm).

Yangi mehmonxonalarni tashkil etishda yuqori pul oqimlari shakllanadigan hududlarni aniqlash hamda hududlarning iqtisodiy-ijtimoiy va infratuzilma rivojlanishini baholash mehmonxona biznesining muhim xususiyatlaridan hisoblanadi. Mehmonxona sohasi turizm bilan uzviy bog'liq bo'lganligi sababli turizm mavsumini hisobga olish, turistik markazlarga aylangan hududlarda mehmonxona biznesini rivojlantirish maqsadida moliyalashtirishni kengaytirish muhim hisoblanadi.



3.11-rasm. Yangi mehmonxona loyihalarini amalga oshirish hamda pul oqimlarini yuqori darajada shakllantirish maqsadida Samarqand viloyatida joylashtirish vositalari (mehmonxona, hostel va oilaviy mehmon uylari) bo'yicha loyihalarning amalga oshirilish holati¹²⁹

3.11-rasmda yangi mehmonxona loyihalarini amalga oshirish hamda pul oqimlarini yuqori darajada shakllantirish maqsadida Samarqand viloyatida joylashtirish vositalari (mehmonxona, hostel va oilaviy mehmon uylari) bo'yicha

¹²⁹ <https://uzbektourism.uz/> - O'zbekiston Respublikasi Ekologiya, atrof-muhitni muhofaza qilish va iqlim o'zgarishi vazirligi huzuridagi Turizm qo'mitasi ma'lumotlari asosida muallif tomonidan shakllantirilgan

loyihalarning amalga oshirilish holati tahlil qilingan. Samarqand viloyatida 2024-yilda jami 55 ta joylashtirish vositalari, jumladan, 9 ta mehmonxona tashkile tilishi rejalashtirilgan.

3.12-rasmda Samarqand viloyatining iqtisodiy-ijtimoiy va infratuzilma rivojlanishini baholash orqali 2023-yilda amalga oshirilgan mehmonxona loyihalarini moliyalashtirish holati berilgan. Xususan, Bagizagan MChJ (5 mln.) dollar, Prestige Sultan MChJ (5 mln. dollar), Rekartz U MChJ (12 mln. dollar) hamda Zamin Travel MChJ (5 mln. dollar) loyihalari 2023-yilda turli banklar mablagʻlari hisobiga moliyalashtirilgan. Samarqand viloyatida 2024-yilda umumiy qiymati 751,1 mlrd. soʻmlik 55 ta yangi mehmonxona loyihalari amalga oshirilishi rejalashtirilgan.

Loyiha tashkilotchisi	Loyihaga ajratilgan umumiy mablagʻlar
Bagizagan MChJ	5 mln. dollar
Prestige Sultan MChJ	5 mln. dollar
Rekartz U MChJ	12 mln. dollar
Zamin Travel MChJ	5 mln. dollar

3.12-rasm. Samarqand viloyatining iqtisodiy-ijtimoiy va infratuzilma rivojlanishini baholash orqali 2023-yilda amalga oshirilgan mehmonxona loyihalarini moliyalashtirish holati¹³⁰

3.13-rasm maʼlumotlaridan koʻrinadiki, Buxoro viloyatida 2024-yilda jami 60 ta joylashtirish vositalari, jumladan, 10 ta mehmonxona tashkil etilishi rejalashtirilgan boʻlsa, 2023-yilda jami 19 ta mehmonxona faoliyati tashkil etilgan. Bundan tashqari, 2023 yilda 15 mingta yangi mehmon oʻrinlari tashkil etilib,

¹³⁰ <https://uzbektourism.uz/> - Oʻzbekiston Respublikasi Ekologiya, atrof-muhitni muhofaza qilish va iqlim oʻzgarishi vazirligi huzuridagi Turizm qoʻmitasi maʼlumotlari asosida muallif tomonidan shakllantirilgan

ularning soni 137 mingtaga yetdi. 540 ta dam olish va ko'ngilochar maskan barpo etildi, 70 ta turizm marshruti ochildi.

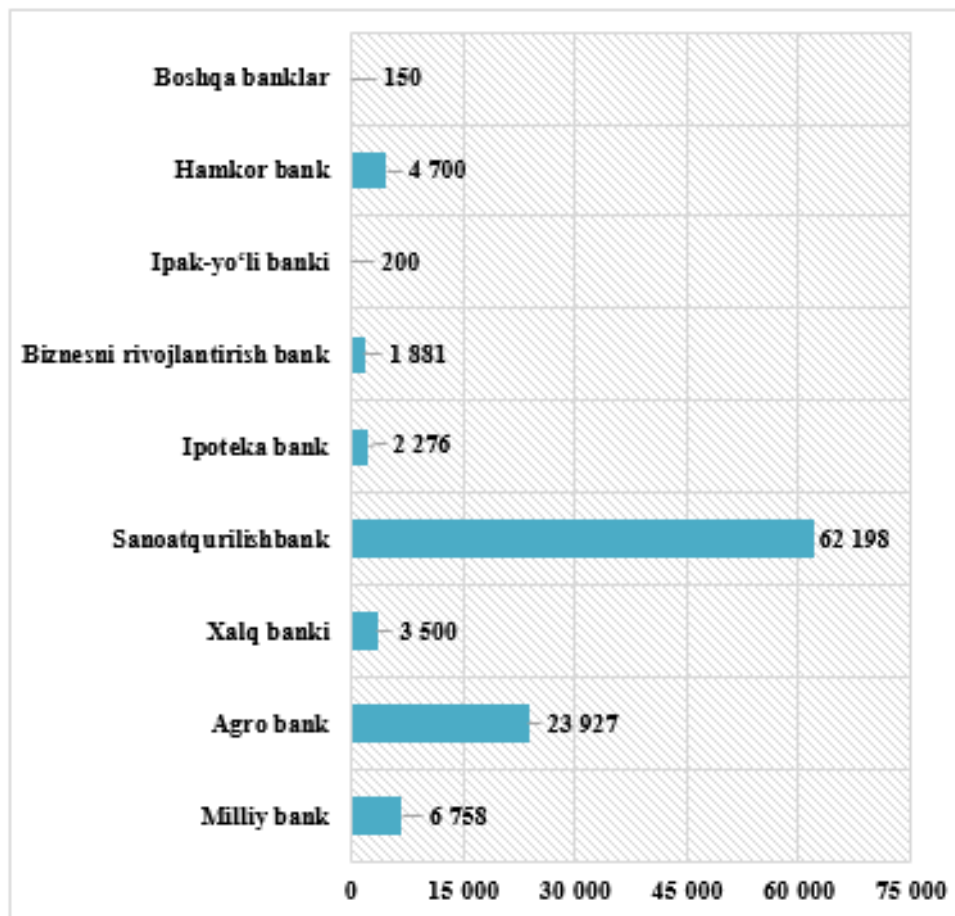


3.13-rasm. Yangi mehmonxona loyihalarini amalga oshirish hamda pul oqimlarini yuqori darajada shakllantirish maqsadida Buxoro viloyatida joylashtirish vositalari (mehmonxona, hostel va oilaviy mehmon uylari) bo'yicha loyihalarning amalga oshirish holati¹³¹

Yuqorida tahlil qilingan hududlar mamlakatimizda yuqori turistik salohiyatga ega hududlar bo'lib, mazkur hududlarning iqtisodiy-ijtimoiy va infratuzilma holati mehmonxona tashabbuskorlari uchun yuqori imkoniyatlarni taqdim etishi mumkin. Lekin tashkil etiladigan mehmonxonalarni moliyalashtirish masalasi asosan tashabbuskor tomonning zimmasiga tushishi hamda mehmonxona loyihalarini moliyalashtirishda yetarlicha qo'llab-quvvatlanmasligi mehmonxona biznesini rivojiga salbiy ta'sir ko'rsatadi. Shu sababli mazkur jihatlarni inobatga olgan holda mehmonxona loyihalarini moliyalashtirishda tijorat banklarining faolligi ta'minlanishi lozim. Jumladan, Bir qator banklar, jumladan, Agrobank ATB, Ipotekabank ATIB, Sanoatqurilishbank ATB, Milliybank kabilar tomonidan turli

¹³¹ <https://uzbektourism.uz/> - O'zbekiston Respublikasi Ekologiya, atrof-muhitni muhofaza qilish va iqlim o'zgarishi vazirligi huzuridagi Turizm qo'mitasi ma'lumotlari asosida muallif tomonidan shakllantirilgan

yangi mehmonxonalarni tashkil etishda yuqori pul oqimlari shakllanadigan hududlarni aniqlash maqsadida hududlarning iqtisodiy-ijtimoiy va infratuzilma rivojlanishini baholash orqali mehmonxona loyihalarini moliyalashtirishga e'tibor qaratilmoqda (3.14-rasm). Tahlil qilingan tijorat banklari orasida Sanoatqurilishbank ATB (62198 mln. so'm) eng katta ko'rsatkichni qayd etgan bo'lsa, Agrobank ATB (23927 mln. so'm) keying o'rinni band etganligini ko'rishimiz mumkin.



3.14-rasm. 2024-yil yanvar oyida O'zbekistonda tijorat banklari tomonidan hududlarning iqtisodiy-ijtimoiy va infratuzilma rivojlanishini baholash orqali mehmonxona loyihalarini moliyalashtirishga ajratilgan kreditlar hajmi, mln. so'm¹³²

Yangi mehmonxonalarni tashkil etishda yuqori pul oqimlari shakllanadigan hududlarni aniqlash hamda mazkur hududlarda mehmonxona biznesini

¹³² <https://cbu.uz/oz/> - O'zbekiston Respublikasi Markaziy banki ma'lumotlari asosida muallif tomonidan shakllantirilgan

rivojlantirish zarur. Mazkur jarayonda mehmonxona loyihalarini samarali amalga oshirishga e'tibor qaratish maqsadga muvofiq. Hududlarning iqtisodiy-ijtimoiy va infratuzilma rivojlanishini baholash orqali mehmonxona loyihalarini moliyalashtirishga e'tibor qaratish mehmonxona loyihalarini samarali amalga oshirishga xizmat qiladi. Natijada turizm rivojlangan hududlarda yangi mehmonxona loyihalarini amalga oshirish hamda pul oqimlarini yuqori darajada shakllantirish imkoniyati yuzaga kelishini ta'kidlash lozim.

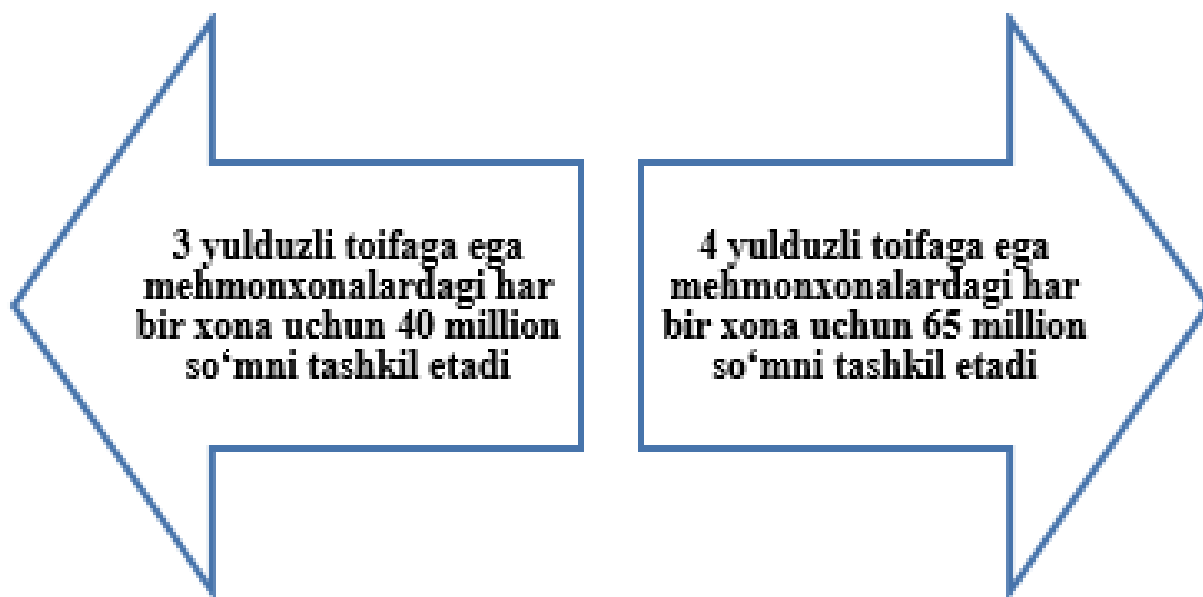
O'zbekistonda turizmni rivojlantirish, mehmonxona biznesini rivojlantirish va mazkur sohada samarali loyihalarni amalga oshirish maqsadida O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 5-yanvardagi "O'zbekiston Respublikasida turizmni jadal rivojlantirishga oid qo'shimcha chora-tadbirlari to'g'risida"gi PF-5611-sonli Farmoni qabul qilingan bo'lib, mazkur Farmonning ijrosini ta'minlash maqsadida "2019-2025-yillarda O'zbekiston Respublikasida turizm sohasini rivojlantirish konsepsiyasi" qabul qilingan.

Mazkur konsepsiyada "mehmonxonalar va boshqa turizm infratuzilmasi ob'ektlarini qurishga oid loyihalarni amalga oshirish mexanizmini soddalashtirish, tadbirkorlarga o'z xizmatlarining sifatini oshirish uchun qo'shimcha shart-sharoitlar yaratish, shuningdek, jahonga mashhur mehmonxona biznesi brendlarini O'zbekistonga jalb qilishni rag'batlantirish, joylashtirish vositalarini bosqichma-bosqich rivojlantirish, yirik, o'rta, kichik mehmonxonalar va xostellarni qurishni rag'batlantirish hamda mavjud mehmonxonalarni rekonstruksiya va modernizatsiya qilishga alohida e'tibor qaratish"¹³³ kabi chora-tadbirlar amalga oshirilishi belgilangan.

O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2019-yil 27-maydagi "Mehmonxona xo'jaligi faoliyatini yanada rivojlantirish uchun qulay shart-

¹³³ Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2019 йил 5 январдаги "Ўзбекистон Республикасида туризмни жадал ривожлантиришга оид қўшимча чора-тадбирлари тўғ'рисид"ги ПФ-5611-сонли Фармони асосида қабул қилинган "2019-2025 йилларда Ўзбекистон Республикасида туризм соҳасини ривожлантириш концепцияси". <https://lex.uz/docs/4143188>

sharoitlar yaratish chora-tadbirlari to'g'risida"gi 433-sonli Qarori asosida alohida Nizom qabul qilindi. Mazkur Nizomda investorlarga subsidiya 1 marotaba ajratilgan holda yuqorida belgilangan hajmda ajratiladi (3.15-rasm).



3.15-rasm. Investorlarga ajratiladigan subsidiya hajmi¹³⁴

Yuqoridagi tahlillar asosida xulosa qilishimiz mumkinki, mamlakatimizda mehmonxona biznesini rivojlantirish borasida bir qator islohotlar amalga oshirilmoqda, biroq bu chora-tadbirlar yetarlicha emas. Sohada jiddiy islohotlar o'tkazilishi va xususiylashtirishni jadallashtirish orqali mehmonxona biznesini rivojlantirishga shart-sharoit yaratilishi zarur.

3.2-jadvalda investorlarga Davlat budjeti hisobidan subsidiya ajratish va tashkilotlarni qisman moliyalashtirish sxemasi aks ettirilgan bo'lib, mazkur tartibda mehmonxona biznesini qo'llab-quvvatlash va moliyalashtirish tashkil etilishi belgilangan.

¹³⁴ "Investorlarga yangi mehmonxona qurish va uni jihozlash uchun subsidiya ajratish hamda tashkilotlarni franchayzing to'g'risidagi shartnoma asosida qisman moliyalashtirish uchun Davlat budjetidan mablag' ajratish tartibi to'g'risida" Nizom, 2-bob. 27.05.2019. <https://lex.uz/uz/docs/-4360383>

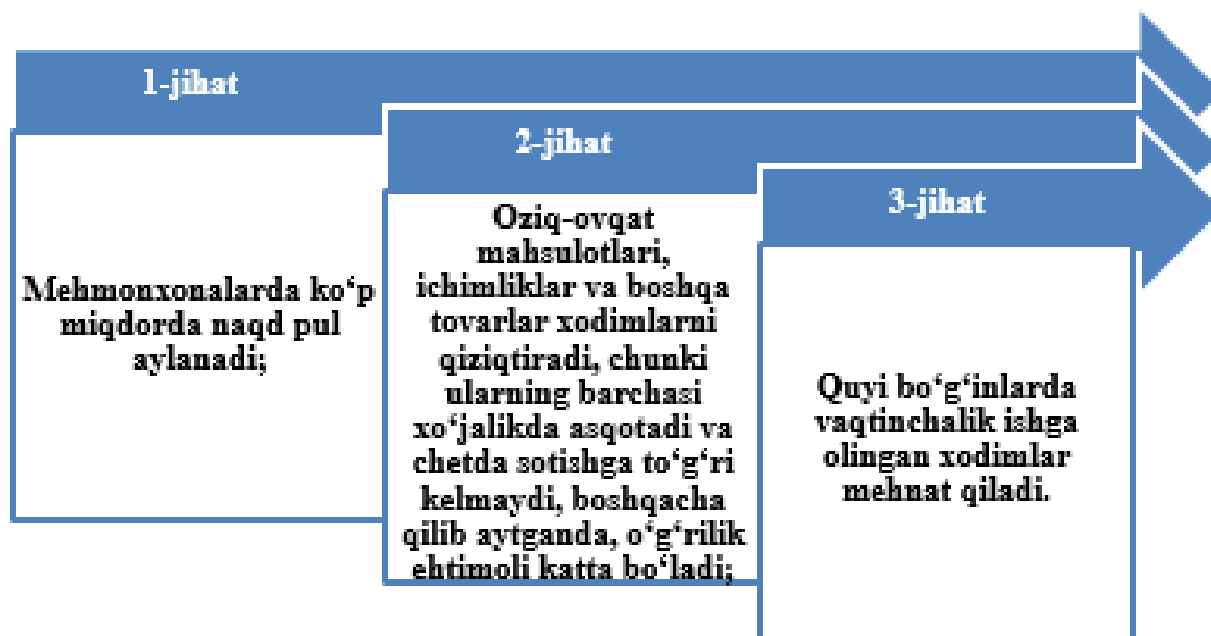
3.2-jadval

Investorlarga Davlat budjeti hisobidan subsidiya ajratish va tashkilotlarni qisman moliyalashtirish sxemasi¹³⁵

Subyektlar	Tadbirlar	Bajarish muddati
Investor/tashkilot	Ushbu Nizomda nazarda tutilgan hujjatlarni tayyorlash va Turizm va madaniy meros vazirligiga subsidiya olish to'g'risida yoki/va franchayzing to'g'risidagi shartnoma bo'yicha qisman moliyalashtirish uchun ariza bilan murojaat etish.	Arizachining xohishiga ko'ra
Turizm va madaniy meros vazirligi	Arizani o'rganib chiqish.	10 ish kunida, qo'shimcha o'rganishni talab etgan holatlarda — 20 ish kunida
Turizm va madaniy meros vazirligi	Subsidiya berish yoki rad etish/Davlat budjeti mablag'lari hisobidan qisman moliyalashtirish yoki moliyalashtirishni rad etish to'g'risida qaror qabul qilish va arizachiga yuborish.	1 ish kunida
Turizm va madaniy meros vazirligi	Subsidiya berish yoki rad etish/Davlat budjeti mablag'lari hisobidan qisman moliyalashtirish yoki moliyalashtirishni rad etish to'g'risidagi qaror maxsus Moliya vazirligiga taqdim etish.	1 ish kunida
Investor/tashkilot	Subsidiya berishni rad etish/Davlat budjeti mablag'lari hisobidan qisman moliyalashtirishni rad etish to'g'risidagi qarorni olganda, qarorda ko'rsatib o'tilgan kamchiliklarni bartaraf etish va ularning bartaraf etilganini tasdiqlovchi tegishli hujjatlarni ilova qilgan holda, Turizm va madaniy meros vazirligiga takroran ariza bilan murojaat qilish.	2 oydan ko'p emas
Turizm va madaniy meros vazirligi	Ariza takroran taqdim etilganda, uni qayta ko'rib chiqish.	5 ish kunida
Moliya vazirligi	Buyurtmasomani ko'rib chiqish va tegishli mablag'larni Turizm va madaniy meros vazirligining shaxsiy g'azna hisobvaraqlariga o'tkazish.	3 ish kunida
Turizm va madaniy meros vazirligi	Investor/tashkilotning tijorat banklaridagi hisobraqamlariga mablag'larni o'tkazib berish.	5 ish kunida

¹³⁵ “Investorlarga yangi mehmonxona qurish va uni jihozlash uchun subsidiya ajratish hamda tashkilotlarni franchayzing to'g'risidagi shartnoma asosida qisman moliyalashtirish uchun Davlat budjetidan mablag' ajratish tartibi to'g'risida” Nizom, 1-ilova. 27.05.2019. <https://lex.uz/uz/docs/-4360383>

Milliy amaliyotda mehmonxona biznesini rivojlantirishda va samarali moliyalashtirishda e'tibor qaratilishi lozim bo'lgan ko'plab omillar mavjud bo'lib, ichki nazoratni to'g'ri tashkil etish mazkur omillardan biridir. Mehmonxona biznesini samarali moliyalashtirishda mehmonxona sohasining ayrim xususiyatlarini inobatga olish lozim (3.16-rasm).



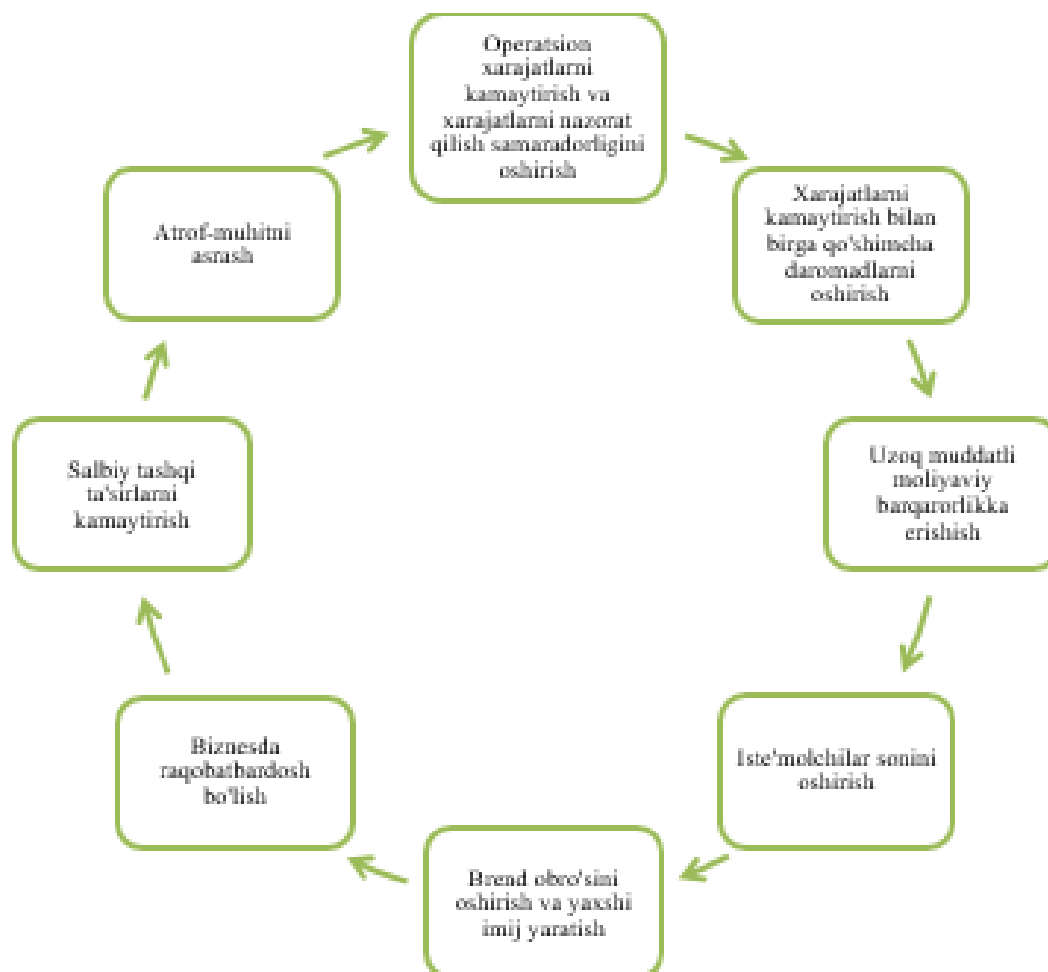
3.16-rasm. Mehmonxona biznesi moliyasini tashkil etishda e'tibor qaratilishi lozim bo'lgan jihatlar¹³⁶

3.16-rasmda mehmonxona biznesini samarali moliyalashtirishda mehmonxona sohasining ayrim xususiyatlari va jihatlari aks ettirilgan. Mehmonxonada naqd pulning yuqori aylanmasiga, oziq-ovqat, ichimlik va boshqa tovarlarning yuqori iste'moli tufayli o'g'irlik ehtimoli yuqori bo'lishiga va mehmonxona biznesining moliyaviy salomatligini saqlash uchun quyi bo'limlarda xodimlarni vaqtincha ish bilan ta'minlashga alohida e'tibor qaratish lozim.

3.17-rasmda yashil mehmonxona amaliyotini amalga oshirishning afzalliklari ko'rsatilgan. Ushbu amaliyotlar daromadni oshirish,

¹³⁶ М.Т.Алиева. Меҳмонхона менежменти. // Дарслик.: - Тошкент, 2007. – 204 б. <http://arm.sies.uz/wp-content/uploads/2020/10/9-y-Mehmoxona-menejmenti.-Darslik.-M.T.Aliyeva.-T-2007..pf>

raqobatbardoshlikni oshirish, brend imidjini yaxshilash, atrof-muhitni muhofaza qilish va xarajatlarni kamaytirish kabi maqsadlarga erishishi mumkin.



3.17-rasm. Yashil mehmonxona amaliyotini yo'lga qo'yishning orqali erishiladigan imkoniyatlar¹³⁷

Moliyaviy muammolar kompaniyaning rivojlanishiga sezilarli darajada to'sqinlik qiladigan begona o'tlarga o'xshaydi. Pul etishmasligi biznesning deyarli barcha sohalariga, xususan, operatsion sohaga ta'sir qilganligi sababli, samarasiz moliyaviy boshqaruv xavfi katta va hatto tashkilotni bankrotlikka olib kelishi mumkin.

Yuqori inventarizatsiya kompaniyaning ishlab chiqarish jarayonlaridagi kamchiliklarni yashirishi mumkin bo'lgani kabi, ijobiy pul oqimi ham moliyaviy sohadagi qiyinchiliklarni e'tiborsiz qoldirishi mumkin. Faqat ehtiyotkorlik bilan

¹³⁷ Iqtisodiy adabiyotlar asosida muallif tomonidan shakllantirilgan

ko‘z bilan va maxsus texnika va vositalardan foydalanish bilan menejer biznes natijalariga xalaqit beradigan vaziyatlarning sabablarini aniqlay oladi.

3.3-jadval

Mehmonxona xo‘jaliklarida rentabellikni ifodalovchi ko‘rsatkichlar va ularni aniqlash yo‘llari¹³⁸

T/r	Ko‘rsatkichning nomi	Hisoblash yo‘llari
1.	Mehmonxona xo‘jaliklarida umumiy (sotish) rentabelligi (R_{us})	$R_{us} = \frac{Sf}{Q}$ Sf – sof foyda summasi, Q – mehmonxona xo‘jaliklarida mahsulotlar va xizmatlarni sotishdan sof tushum.
2.	Mehmonxona xo‘jaliklarida xarajatlar rentabelligi (R_{xa})	$R_{xa} = \frac{Sf}{Xa}$ Xa – mehmonxona xo‘jaliklarining umumiy xarajatlari
3.	Mehmonxona xo‘jaliklarida aktivlar rentabelligi (R_{ak})	$R_{ak} = \frac{Sf}{Ak}$ Ak – mehmonxona xo‘jaliklari aktivlarning o‘rtachi yillik qiymati.
4.	Mehmonxona xo‘jaliklarida o‘z mablag‘lari rentabelligi ($R_{o'm}$)	$R_{o'm} = \frac{Sf}{O'm}$ O‘m – mehmonxona xo‘jaliklari o‘z mablag‘larining o‘rtachi yillik qiymati.
5.	Mehmonxona xo‘jaliklarida mehnat resurslari, ya‘ni bitta xodimga to‘g‘ri keladigan sof foyda miqdori (X_{sf})	$X_{sf} = \frac{Sf}{Xs}$ Xs – mehmonxona xo‘jaliklarida xodimlarning o‘rtacha soni.

¹³⁸ М.Қ.Пардаев. “Турфирмалар молиявий хўжалик фаолияти таҳлили”. // Маърузалар курси, Самарқанд, СамИСИ, 2011. - 147-149 б.

Mehmonxonalar faoliyatida moliyaviy ko'rsatkichlarga ham e'tibor qaratish zarur. Mazkur ko'rsatkichlar tizimi va ularni aniqlash yo'llari nafaqat nazariy, balki muhim amaliy ahamiyatga ham ega (3.3-jadval).

Birinchidan, barcha ko'rsatkichlar mehmonxona xo'jaliklarining moliyaviy hisobotlarida ifoda etiladi. Demak, ushbu ma'lumotlar ularning faoliyat natijasi bo'yicha tegishli boshqaruv qarorlarini qabul qilishga asos bo'ladi. Ikkinchidan, ushbu ko'rsatkichlarning miqdori, ularning faoliyati uchun muhim bo'lgan jihatlarining foydaliligini ko'rsatadi. Shuningdek, mazkur tizimda umumiy rentabellik ko'rsatkichlari bilan birga, mehmonxona xo'jaliklarining ayrim qirralarini ifoda etadigan ko'rsatkichlar ham mavjud. Masalan, o'z mablag'lari rentabelligi mehmonxona xo'jaliklarining faqat bitta jihatini, ya'ni o'z mablag'lari foydaliligi bilan bog'liq rentabellik darajasini ifoda etadi. Mazkur rentabellik ko'rsatkichlari tizimida mehmonxona xo'jaliklari xarajatlari rentabelligi ham keltirilmoqda. Ushbu ko'rsatkich shu subyektning bir so'mlik xarajatlari qancha sof foyda keltirayotganligini ifoda etadi. Bu xarajatlarning qaytimini belgilaydi. Agar uni yillar bo'yicha solishtirilsa, xarajatlar samaradorligi bo'yicha o'zgarish tendensiyasiga baho berish mumkin. Xuddi shunday tahlilni tizimdagi boshqa ko'rsatkichlar bo'yicha, xususan, bitta xodimga to'g'ri keladigan sof foyda summasi bo'yicha ham qilish mumkin.

Hozirda barcha shahar va turistik obyektga ega bo'lgan qishloq hududlarida mehmonxonalarining qurilishi ko'paymoqda. Bir qator sabablar natijasida ehtiyoj yildan-yilga oshib bormoqda. Bularga quyidagilarni kiritish mumkin (3.11-rasm). Hozirgi paytda ushbu ehtiyojlardan kelib chiqib, har bir hududda mehmonxonalar qurilishi bo'yicha strategik prognoz ko'rsatkichlar bo'lishi lozim. Mehmonxona xizmatlaridan samarali foydalanish yo'llarini ishlab chiqish ham bugungi kunning muhim talablaridan biri bo'lib hisoblanadi.

Mehmonxonalarining rivojlanishida turistik obyektlar bilan birga tegishli infratuzilmaning ham shakllanganligi muhim ahamiyatga ega. Bunda turistik obyektga va mehmonxonalarga boradigan yo'l infratuzilmasi, kommunal

xizmatlarning talab darajasida tashkil qilinganligi, ovqatlanish va savdo shaxobchalarining tashkil qilinganligi kabilarni kiritish mumkin.

Aholining yashash darajasi va daromadi oshib borishi tufayli odamlar sayohatga ehtiyoj sezayotganligi;

Odamlarda mavjud bo'lgan bo'sh vaqtini maroqli o'tkazish ishtiyoqining paydo bo'layotganligi;

Odamlarning madaniyati, didi va intellektual saviyasining oshayotganligi hamda ularda olamni bilishga bo'lgan ishtiyoqning paydo bo'lishi;

Aholida harakatlanishi uchun tegishli sharoitlarning vujudga kelganligi, tezyurar poezdlarning joriy qilinishi, har bir oila o'zining shaxsiy yengil mashinasiga ega bo'lishi;

Xorijiy mamlakatlarga kirish va chiqishning erkinlashtirilganligi, viza rejimining yo'lga qo'yilganligi;

Dunyoda globallashtirish va integratsion jarayonlarning chuqurlashib borishi va odamlarda bir mamlakatdan ikkinchisiga borish zaruratining paydo bo'lganligi;

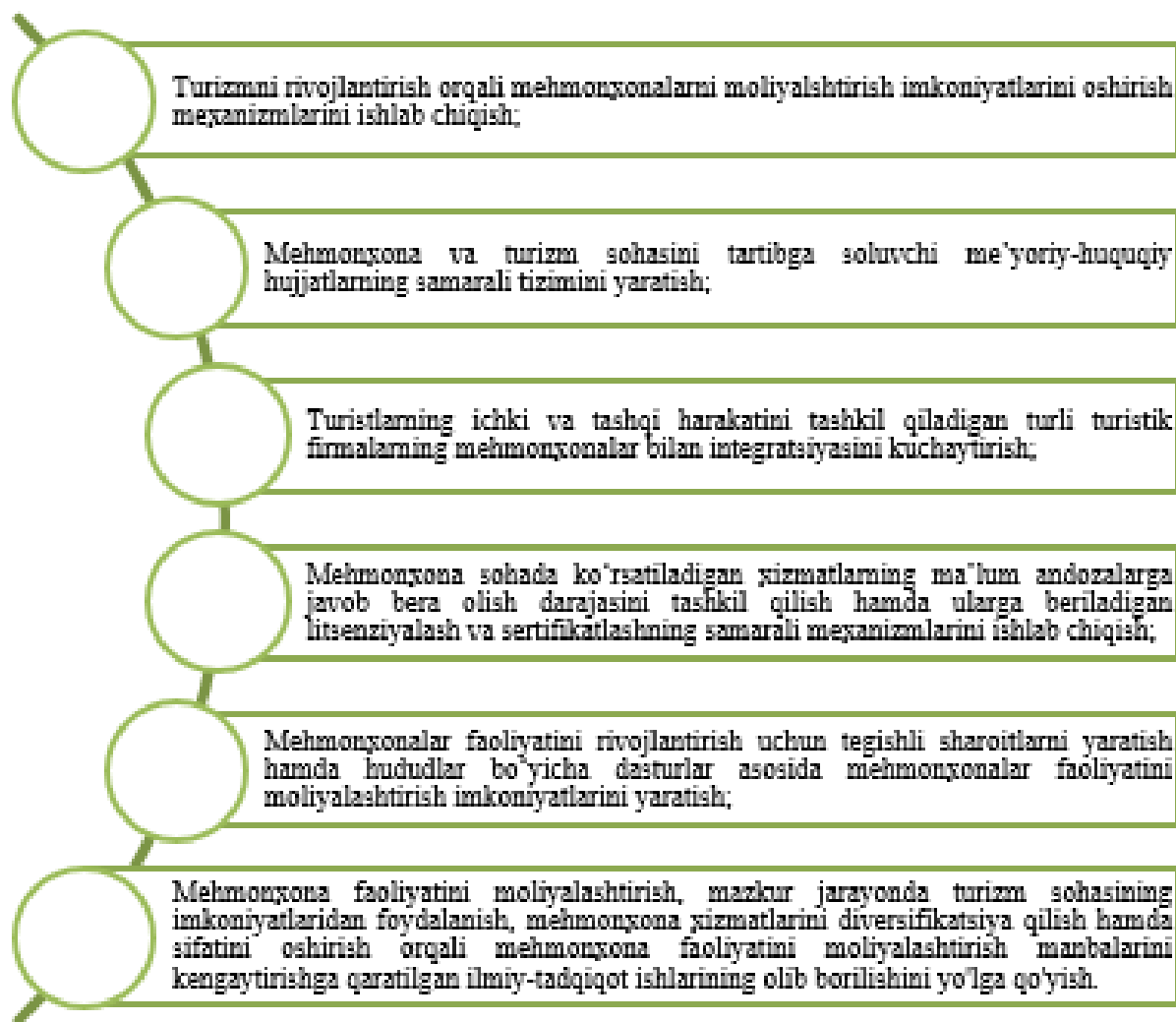
Mamlakatlar iqtisodiyoti, madaniyati va ilmiy sohalaridagi integratsiyalashuv jarayonlarining davom etayotganligi va ular o'rtasida kadrlar malakasini oshirish, tajriba almashish kabi ishlarning jonlanganligi kabilardir

3.18-rasm. Aholida turizm va mehmonxona xizmatlariga bo'lgan talabning oshishiga sabab bo'layotgan omillar¹³⁹

Mamlakatimizda davlat tomonidan turizm sohasini rivojlantirish orqali mehmonxonalarning rivojlanishiga hamda ularni moliyalashtirish imkoniyatlarining

¹³⁹ Iqtisodiy adabiyotlar asosida muallif tomonidan shakllantirilgan

oshishiga erishishda quyidagi chora-tadbirlarning samarali amalga oshirilishi muhim hisoblanadi (3.19-rasm).



3.19-rasm. Davlat tomonidan turizm sohasini rivojlantirish orqali mehmonxonalarni rivojlantirish hamda ularni moliyalashtirish imkoniyatlarini oshirish bo'yicha amalga oshirilishi zarur bo'lgan chora-tadbirlar¹⁴⁰

Ushbu omillarning hammasi turizm va mehmonxonalarning rivojlanishi uchun tashkiliy-huquqiy asos bo'lib hisoblanadi. Ko'rinib turibdiki, mehmonxona xo'jaligi va turizmning rivojlanishi bir-biri bilan uzviy bog'liq bo'lgan subyektlar va jarayonlardir. Ularni rivojlantirishga bir yoqlama qarab bo'lmaydi. Shu tufayli turizm va mehmonxona xo'jaliklarini rivojlantirish bo'yicha mamlakatimiz va hududlar kesimida yagona dasturning bo'lishi maqsadga muvofiq.

¹⁴⁰ Iqtisodiy adabiyotlar asosida muallif tomonidan shakllantirilgan

Mehmonxonalar infratuzilmasini rivojlantirish uchun davlat tomonidan soliq imtiyozlari va moliyaviy ko'mak vositalari joriy etilishi zarur. Turizmga yo'naltirilgan kredit liniyalarini yaratish orqali tadbirkorlar yangi mehmonxonalar qurilishiga yoki mavjudlarini modernizatsiya qilishga ko'proq jalb etilishi mumkin. Shu bilan birga, uzoq muddatli va past foizli kreditlar berilishi kichik va o'rta biznes subyektlariga katta yordam beradi. Davlat turizm zonalarini belgilab, ulardagi mehmonxonalarni alohida qo'llab-quvvatlasa, bu hududlarda sayyohlar oqimi ko'payadi. Investorlarga yengilliklar yaratish orqali xorijiy kapitalni jalb etish mumkin, bu esa innovatsion xizmatlarning joriy etilishiga zamin yaratadi. Turizm sohasi bilan bog'liq yuridik-me'yoriy hujjatlarni soddalashtirish ham muhim omillardan biridir. Davlat mehmonxona xodimlari uchun o'quv markazlarini tashkil etsa, xizmat ko'rsatish sifati ortadi. Natijada, ichki va tashqi turizm barqaror rivojlanib, mamlakat iqtisodiyotiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi.

Turizm sohasi rivojlangan sari, unga xizmat qiluvchi infratuzilma, xususan mehmonxonalar tarmog'ini moliyalashtirish imkoniyatlari ham kengayib boradi. Davlat xususiy sektor bilan hamkorlikda turizm loyihalariga sarmoya jalb qilsa, moliyaviy barqarorlik ta'minlanadi. Mehmonxonalar uchun maxsus grant dasturlari va davlat kafolatlari ishlab chiqilishi ularni yangi loyihalarga jalb qilishda muhim omil bo'ladi. Xalqaro moliya institutlari bilan hamkorlikda kreditlash dasturlarini yo'lga qo'yish, mehmonxonalar uchun qo'shimcha moliyaviy manbalarni ochib beradi. Raqamli texnologiyalarni joriy qilish va raqamli turizm infratuzilmasini rivojlantirish orqali mehmonxonalar mijozlarga yanada qulay xizmat ko'rsatishi mumkin. Shu bilan birga, sayyohlar oqimini ko'paytirish uchun marketing kampaniyalari davlat tomonidan qo'llab-quvvatlasa, mehmonxonalar daromadi oshadi. Turistik hududlarda yer ajratish, ruxsatnoma olish jarayonlarini soddalashtirish ham moliyalashtirishning dolzarb omillaridan biridir. Bularning barchasi turizm industriyasining barqaror rivojlanishiga va mamlakat imidjining oshishiga xizmat qiladi.

Uchinchi bob bo'yicha xulosalar

Xo'jalik yurituvchi subyektlarda rentabellik ko'rsatkichlari ularning rivojlanishini belgilovchi muhim moliyaviy-iqtisodiy ko'rsatkichlar sirasiga kiradi. Chunki raqobat sharoitida har bir xo'jalik yurituvchi subyekt, shu jumladan, kichik biznes va xususiy tadbirkorlik xo'jaliklari ham o'zining iqtisodiy va moliyaviy mustahkamligini ta'minlab borishi lozim. Bunda aynan rentabellik ko'rsatkichlarini muttasil oshirib yoki barqaror darajada ushlab turish lozim bo'ladi. Bunda uni ko'paytirishning ko'pgina yo'llaridan foydalanishni taqozo qiladi. Ulardan biri - ichki imkoniyatlarni aniqlash va ishga solish yo'llarini ishlab chiqish muhim ahamiyat kasb etadi. Shu tufayli hozirgi paytda har bir xo'jalik yurituvchi subyektlar, shu jumladan kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarining samarali ishlashini ta'minlashga qaratilgan nazariy va amaliy tadbirlarni ishlab chiqish va undan amaliyotda keng foydalanish lozimligini taqozo qiladi. Ushbu obyektiv zaruratdan kelib chiqib, Samarqand shahrida joylashgan kichik biznes va xususiy tadbirkorliklarning bir qismida rentabellik ko'rsatkichlarining holati va ularni oshirish yo'llarini qarab chiqishni maqsadga muvofiq, deb topdik. Chunki ushbu ko'rsatkich zamirida hamma faoliyat o'z ifodasini topadi. Jumladan, bular sotish hajmining ko'payishini, subyektda tejamkorlik rejimining amal qilishini, xarajatlarning ham me'yor darajasidan oshib ketmasligini, barcha mulklardan samarali foydalanish lozimligi kabilarni qamrab oladi.

Birinchidan, barcha ko'rsatkichlar mehmonxona xo'jaliklarining moliyaviy hisobotlarida ifoda etiladi. Demak, ushbu ma'lumotlar ularning faoliyat natijasi bo'yicha tegishli boshqaruv qarorlarini qabul qilishga asos bo'ladi. Ikkinchidan, ushbu ko'rsatkichlarning miqdori, ularning faoliyati uchun muhim bo'lgan jihatlarning foydaliligini ko'rsatadi. Shuningdek, mazkur tizimda umumiy rentabellik ko'rsatkichlari bilan birga, mehmonxona xo'jaliklarining ayrim qirralarini ifoda etadigan ko'rsatkichlar ham mavjud. Masalan, o'z mablag'lari

rentabelligi mehmonxona xo‘jaliklarining faqat bitta jihatini, ya’ni o‘z mablag‘lari foydaliligi bilan bog‘liq rentabellik darajasini ifoda etadi. Mazkur rentabellik ko‘rsatkichlari tizimida mehmonxona xo‘jaliklari xarajatlari rentabelligi ham keltirilmoqda. Ushbu ko‘rsatkich shu subyektning bir so‘mlik xarajatlari qancha sof foyda keltirayotganligini ifoda etadi. Bu xarajatlarning qaytimini belgilaydi. Agar uni yillar bo‘yicha solishtirilsa, xarajatlar samaradorligi bo‘yicha o‘zgarish tendensiyasiga baho berish mumkin. Xuddi shunday tahlilni tizimdagi boshqa ko‘rsatkichlar bo‘yicha, xususan, bitta xodimga to‘g‘ri keladigan sof foyda summasi bo‘yicha ham qilish mumkin.

Xo‘jalik yurituvchi subyektlarda rentabellik ko‘rsatkichlari ularning rivojlanishini belgilovchi muhim moliyaviy-iqtisodiy ko‘rsatkichlar sirasiga kiradi. Chunki raqobat sharoitida har bir xo‘jalik yurituvchi subyekt, shu jumladan, kichik biznes va xususiy tadbirkorlik xo‘jaliklari ham o‘zining iqtisodiy va moliyaviy mustahkamligini ta’minlab borishi lozim.

Mamlakatimizda mehmonxona biznesini rivojlantirish borasida bir qator islohotlar amalga oshirilmoqda, biroq bu chora-tadbirlar yetarlicha emas. Sohada jiddiy islohotlar o‘tkazilishi va xususiylashtirishni jadallashtirish orqali mehmonxona biznesini rivojlantirishga shart-sharoit yaratilishi zarur.

XULOSA

Mehmonxona biznesi moliyasini takomillashtirish masalalarini o'rganish asosida quyidagi xulosalar va takliflarni keltirish mumkin.

Birinchidan, xalqaro amaliyotlarda mehmonxona biznesini rivojlantirish va mehmonxona biznesini moliyalashtirishda aksiyalarni ommaviy joylashtirish amaliyotlaridan foydalanishga bo'lgan e'tibor yildan yilga kuchaymoqda. Shu sababli milliy amaliyotimizda ham mehmonxonalar moliyasini samarali tashkil etish va mehmonxonalar faoliyatini moliyalashtirishda xalqaro amaliyotda qo'llanilayotgan aksiyalarni ommaviy joylashtirish amaliyotlarini qo'llash maqsadga muvofiq, deb hisoblaymiz.

Ikkinchidan, mamlakatimizdagi turistlar nisbatan ko'p tashrif buyuradigan hududlarda xalqaro talablarga javob beradigan mehmonxonalar tizimini shakllantirishda bugungi kunda xalqaro amaliyotda qo'llanilayotgan yashil mehmonxonalar amaliyotini tatbiq etish lozim. Mazkur amaliyotni mamlakatimiz hududida qo'llash ko'p tomonlama foydali bo'ladi, deb hisoblaymiz.

Uchinchidan, mehmonxona sohasi mamlakatda turizmni rivojlantirishda muhim ahamiyat kasb etadi. Aksariyat mamlakatlarda mehmonxonalarning xizmat sifati turistlarni jalb qiluvchi vositalardan biriga aylanib ulgurgan. Shu sababli mamlakatimizga global miqyosdagi mehmonxonalar tarmoqlarini, shuningdek, xorijiy mehmonxona bizneslari vakillarining jalb qilinishi mamlakatimizda mehmonxona biznesini rivojlantirishga hamda mehmonxona biznesi moliyasini samarali shakllantirishga yordam beradi.

To'rtinchidan, muvaffaqiyatli mehmonxona mahsulotlarining aksariyati chet eldan ko'chirilgan. Ba'zan nusxa originaldan yomonroq bo'ladi va mazkur mahsulot mansub bo'lgan tovarlar guruhining obro'siga putur yetkazadi. Shu sababli mazkur mahsulot muallifi bo'lgan mehmonxona bozoga kirayotganida o'z salbiy imijini bartaraf etishiga to'g'ri keladi. Ayrim hollarda chet el kompaniyasi o'z mahsulotini shu qadar muvaffaqiyatli ishlab chiqishi mumkinki, u o'zi mansub bo'lgan tovar guruhi uchun normaga aylanadi. Mehmonxona g'oyalarni boshqa

mamlakatlardan o'zlashtirayotganida mintaqa madaniyati va ijtimoiy farqlarni hisobga olishi lozim.

Beshinchidan, mamlakatimizda mehmonxona sohasini rivojlantirish hamda moliyalashtirish imkoniyatlarini oshirish maqsadida mehmonxonalar va boshqa joylashtirish vositalari (hostel, motel, dam olish uyi, turistik baza va boshqalar) faoliyatini biznes reja talab etmasdan moliyalashtirish amaliyotini yo'lga qo'yish lozim;

Oltinchidan, mehmonxonalar faoliyatini samarali tashkil etishda naqd pul oqimlariga bo'lgan ehtiyojni ta'minlash maqsadida naqd pul ko'rinishidagi kredit turlarini joriy etish lozim.

Yettinchidan, pul mablag'lari harakatining hisobini yuritish kitobini to'ldirishda mehmonxonadagi hisob yuritish ma'lumotlari va bankdan olingan pul mablag'lari harkati haqidagi ma'lumotlar o'rtasida hech qanday tafovutga yo'l qo'yilmasligi kerak. Har qanday tafovut aniqlanishi va topilishi lozim.

Sakkizinchidan, mehmonxona sohasi vakillarini qo'llab-quvvatlash maqsadida har qanday biznes maqsadlarini qamrab oluvchi bank kreditlarini taqdim etishga e'tibor qaratish lozim;

To'qqizinchidan, yuqori pul oqimlari shakllanadigan hududlarda mehmonxonalar sonini oshirishda ularning iqtisodiy-ijtimoiy va infratuzilmaviy rivojlanishi darajasidan kelib chiqib mehmonxona loyihalarini moliyalashtirish lozim.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

I. Normativ-huquqiy hujjatlar va metodologik ahamiyatga molik nashrlar

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 28.01.2022 yildagi PF-60-son bilan tasdiqlangan "2022 — 2026 yillarga mo'ljallangan yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida" Farmoni. <https://lex.uz/docs/5841063>

2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 28.02.2023 yildagi PF-27-son "2022 — 2026-yillarga mo'ljallangan yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasini "insonga e'tibor va sifatli ta'lim yili"da amalga oshirishga oid davlat dasturi to'g'risida" Farmoni.

3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 5 yanvardagi "O'zbekiston Respublikasida turizmni jadal rivojlantirishga oid qo'shimcha chora-tadbirlari to'g'risida"gi PF-5611-sonli Farmoni. <https://lex.uz/uz/docs/4143188>

4. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2017 yil 5 iyundagi 355-son qarori bilan tasdiqlangan "Turoperator va mehmonxona xizmatlarini sertifikatlashtirish tartibi to'g'risida" nizom. <https://lex.uz/uz/docs/-3230313>

5. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 5 yanvardagi PF-5611-sonli Farmoni asosida qabul qilingan "2019-2025 yillarda O'zbekiston Respublikasida turizm sohasini rivojlantirish konsepsiyasi". <https://lex.uz/docs/4143188>

6. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning, bosh vazir o'rinbosari, tegishli idora va vazirliklar vakillari ishtirokida turizmni rivojlantirishga bag'ishlangan yig'ilish, 03.10.2017; <https://sputniknews-uz.com/20171004/6451356.html>

7. "Investorlarga yangi mehmonxona qurish va uni jihozlash uchun subsidiya ajratish hamda tashkilotlarni franchayzing to'g'risidagi shartnoma asosida qisman moliyalashtirish uchun Davlat budjetidan mablag' ajratish tartibi to'g'risida" Nizom, 1-ilova. 27.05.2019. <https://lex.uz/uz/docs/-4360383>

8. 2020-yildagi O‘zbekiston Respublikasi Turizm va sport vazirligining “Sport va turizm xizmatlarini sertifikatlash markazi” Davlat unitar korxonasi tomonidan ishlab chiqilgan va tasdiqlangan O‘z DSt 22483:2022 (ISO 22483:2020, MOD) raqamli “Turizm va yondosh xizmatlar. Mehmonxonalar. Xizmatlarga doir talablar” O‘zbekiston Respublikasi davlat standarti. <https://www.lex.uz/uz/docs/-6568019>

II. Monografiya, ilmiy maqola, patent, ilmiy to‘plamlar

9. Kay D. L., Pratt J. E., Warner M. E. Role of services in regional economy growth //Growth and Change. – 2007. – T. 38. – №. 3. – C. 419-442.

10. Ibrahim Fatwa Wijaya, Andrea Moro. Trustworthiness and margins in Islamic small business financing: Evidence from Indonesia. // Borsa Istanbul Review, Volume 22, Supplement 1, December 2022, Pages S35-S46.

11. Filippo Occhino. The macroeconomic effects of business tax cuts with debt financing and accelerated depreciation. // Economic Modelling, Volume 125, August 2023.

12. Richard Harrison, Youwei Li, Samuel A. Vigne, Yuliang Wu. Why do small businesses have difficulty in accessing bank financing? // International Review of Financial Analysis, Volume 84, November 2022.

13. Wojciech Leoński. Crowdfunding as an innovative source of financing business initiatives in Poland. // Procedia Computer Science, Volume 207, 2022, Pages 2921-2929.

14. Marcin W. Staniewski, Tomasz Szopiński, Katarzyna Awru. Setting up a business and funding sources. // Journal of Business Research, 69 (2016) 2108–2112.

15. Olusanmi Olamide. FUNDING YOUR BUSINESS. // Covenant University, Raising a new Generation of Leaders, 2021. https://www.researchgate.net/publication/351869954_Funding_your_Business/link/60ae1145a6fdcc647edc34c8/download

16. Caglayan, M. & Demir, F. Firm productivity, exchange rate movements, sources of finance, and export orientation. *World Development*, 54, 2014. - 204-219. <https://ideas.repec.org/a/eee/wdevel/v54y2014icp204-219.html>

17. Sejin Hahn, Sarafat Hossain. Impacts of COVID-19: Funding Business Operations and Adapting Marketing Strategies. // Umeå School of Business and Economics Master's Thesis in Business Administration I, 15 Credits, Spring 2021.

18. Нешиной А. С. Понятие финансирования и его формы. Инвестиции: Учебник. — 5-е изд., перераб. и испр.. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и Ко», 2007. — 372 с.

19. Федулова С.Ф. Теория и практика финансов: учебник / С.Ф. Федулова. – Ижевск, Изд-во Института экономики и управления, ФГБОУ ВПО «УдГУ», 2018– 580 с.

20. Финансы предприятий : учеб. / под ред. М. В. Романовского. С.-Пб. : Бизнес-пресса. 2000. С. 13–20, 27, 29.

21. Stefano Gatti. Introduction to the Theory and Practice of Project Finance. // *Project Finance in Theory and Practice (Fourth Edition), Designing, Structuring, and Financing Private and Public Projects*, 2024. - Pages 1-35. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/B9780323983600000019>

22. Afshin Firouzi, Ali Meshkani. Risk-based optimization of the debt service schedule in renewable energy project finance. // *Utilities Policy*, Volume 70, June 2021. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S095717872100031X>

23. Robert F. Bruner. Project Financing: an Economic Overview. // *Article in SSRN Electronic Journal*, October 2008.

24. Manel Kammoun, Gabriel J. Power, Djerry C. Tandja. Capital market reactions to project finance loans. // *Finance Research Letters*, Volume 45, March 2022. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S1544612321001963>

25. Jose Barroco, Maria Herrera. Clearing barriers to project finance for renewable energy in developing countries: A Philippines case study. // *Energy Policy*, Volume 135, December 2019

A. Garcia-Bernabeu, F. Mayor-Vitoria, F. Mas-Verdu. Project Finance Recent Applications and Future Trends: The State of the Art. // International Journal of Business and Economics, Vol. 14, No. 2, 2015. - 159-178 pp.

26. Gulyamov S., Jumanov N., Raxmonov D., Tashxodjaev M.. Ijtimoiy sohada investitsiyalarning samaradorligi. Monografiya //T: Iqtisodiyot. – 2019. – S. 205-206.

27. Маликов Т.С. Молия: назарий асослар. Ўқув қўлланма. Тошкент.: “Нур дурдоналари” 2021 йил, 296-бет.

28. Элмирзаев С. Корпоратив молия: Дарслик – Т.: Иқтисод-молия, 2019 йил, - 364 бет.

29. Elmirzayev, S., & Mamatov, B. (2022). АКЦИЯЛАРНИ ОММАВИЙ ЖОЙЛАШТИРИШ АМАЛИЁТЛАРИНИ САМАРАЛИ ТАШКИЛ ЭТИШ МАСАЛАЛАРИ . *MOLIYA VA BANK ISHI*, 8(4), 105–110. Retrieved from <https://journal.bfa.uz/index.php/bfaj/article/view/102>

30. Каримов Н.Г‘., Баймуротова М.Т. Молия ва молиявий муносабатларнинг айрим назарий жиҳатлари //“Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар”. № 2, март-апрел, 2016 йил. 339-347-бетлар.

31. D.Abdikarimova. Aksiya qiymatini baholash usullari va tahlili. // “Xalqaro moliya va hisob” ilmiy jurnali, № 2, aprel, 2021. – 10 b.

32. Olimjonov , R., & Temirov, A. A. (2023). Moliyaviy resurslar va ularning korxona faoliyatidagi ahamiyati . research and education, 2(4), 490–495.

33. B.Mamatov, D.Xujamkulov, O.Nurbekov. Investitsiyalarni tashkil etish va moliyalashtirish. // Darslik. T.: Iqtisod-Moliya, 2014. 449-b.

34. Rashidov O.Yu, Qurbonov X.A., Karlibaeva. R.X. Investitsiyalarni tashkil etish va moliyalashtirish. // O‘quv qo‘llanma. — T.: O‘zbekiston Yozuvchilar uyushmasi Adabiyot jamg‘armasi nashriyoti, 2005. – 33-b.

35. Omonov S. KAPITAL BOZORIDA MOLIYAVIY TEXNOLOGIYALARDAN FOYDALANISHDA ROBOMASLAHATCHILARNING O‘RNI //Приоритетные направления,

современные тенденции и перспективы развития финансового рынка. – 2023. – С. 313-315.

36. Xidirova N., Safarova N. Kichik biznesning moliyaviy resurs manbalari //Molodie uchenie. – 2023. – Т. 1. – №. 3. – S. 50-52.

37. Salimova B.X., Alieva M.T. Mehmonxona menejmenti. Darslik. T.: "Iqtisod-moliya", 2005. 295-bet.

38. Ляпина И.Ю. Организация и технология гостиничного обслуживания. Учебник для нач. проф. образования. — М.: Проф Обр Издат, 2001. — 208 с. — ИСБН: 5-94231-050-5

39. D.S.Umirova “Mehmonxona xo‘jaligini boshqarish”. O‘quv qo‘llanma. Toshkent.: “Iqtisodiyot”, 124 bet.

40. Kamilova F.Q., Hamidov O.H. Mehmondo‘stlik industriyasi. O‘quv qo‘llanma. TDIU.2007

41. Кабушкин Н.И., Бондаренко Г.А. Менеджмент гостиниц и ресторанов. – Минск: Новое знание, 2002. – С. 58.

42. Управление качеством: Учебник для вузов / Под ред. С.Д.Иленковой. – М.: Юнити-Дана, 2004. – С. 78.

43. Orhan Akova, Gurel Cetin, Ibrahim Cifci, The Relation between Demographic Factors and the Turnover Intention in Pre-opening Hotel Businesses, Procedia - Social and Behavioral Sciences, Volume 207, 2015, Pages 377-384

44. Zélia Serrasqueiro, Paulo Maças Nunes, Financing behaviour of Portuguese SMEs in hotel industry, International Journal of Hospitality Management, Volume 43, 2014, Pages 98-107, ISSN 0278-4319

45. Soocheong (Shawn) Jang, Chun-Hung Hugo Tang, Ming-Hsiang Chen. Financing behaviors of hotel companies. // International Journal of Hospitality Management, September, 2008. - 478-487 pp. https://www.researchgate.net/publication/278716513_Financing_behaviors_of_hotel_companies

46. Filipe Sardo, Zélia Serrasqueiro, Helena Alves. On the relationship between intellectual capital and financial performance: A panel data analysis on

SME hotels. // International Journal of Hospitality Management, Volume 75, September 2018, Pages 67-74.

47. Anastasia Kopaneli. Finance, Marketing, Management and Strategy Planning. A Qualitative Research Method Analysis of Case Studies in Business Hotels in Patras and in Athens. // Procedia Economics and Finance, Volume 9, 2014, Pages 472-487.

48. Zélia Serrasqueiro, Paulo Maças Nunes. Financing behaviour of Portuguese SMEs in hotel industry. // International Journal of Hospitality Management, Volume 43, October 2014, Pages 98-107.

49. Fan Zhang, Qu Xiao, Rob Law, Seoki Lee. Mergers and acquisitions in the hotel industry: A comprehensive review. // International Journal of Hospitality Management, Volume 91, October 2020.

50. Джон Теннент. Управление денежными потоками: Как не оказаться на мели = Guide To Cash Management How To Avoid A Business Credit Crunch. — М.: Алпина Паблишер, 2014. — 208 с. — ISBN 978-5-9614-4646-3.

51. Abduraimov D.M. Turizm infratuzilmasida iqtisodiy faoliyatni amalga oshirish omillari va xususiyatlari //Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar” ilmiy elektron jurnali. – 2021. – T. 2.

52. Мусаев Х.Х. Туристик ташкилотлар молиявий-инвестицион фаолиятини такомиллаштириш. И.ф. б. ф. д. (PhD) дар. ол. уч. ёз. дисс. автор.-Т.: ТМИ. 2023 й., – 57 б.

53. Rustamov M.S.. Kichik biznes sub’ektlarini kreditlash metodologiyasini takomillashtirish. f. d. (DSc) dar. ol. uch. yoz. diss. avtor.-Т.: ТМИ. 2023 у., – 79б.

54. М.Т.Алиева. Меҳмонхона менежменти. // Дарслик, Т.:, 2007. – 203б.

55. Д.И. Абидова. Меҳмонхона хўжалигида бошқарув қарорлари самарадорлигини ошириш йўллари. // “Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар” илмий электрон журнали. № 3, май-июн, 2015 йил. – 3 б.

56. Пардаев М.Қ. ва бошқалар. Турфирмалар молиявий хўжалик фаолияти таҳлили. Маърузалар курси. Самарқанд, СамИСИ, 2011.Б. 144-145.

57. Маматкулов Х.М. Хизмат кўрсатиш соҳасига оид атамалар ва иборалар изоҳли луг‘ати.- Т.: “ИҚТИСОД-МОЛИЯ” нашриёти, 2010. Б.167-168.

58. Ахмедов Умид Хуршидович. Меҳмонхоналарда туристик хизмат кўрсатиш сифати ва самарадорлигини бошқариш. // “Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар” илмий электрон журнали. № 5, сентябр-октябр, 2018 йил. – 7 б.

59. Kamilova F.K., Mehmonxona va restoran xo‘jaligi marketingi. O‘quv qo‘llanma - Т.: TDIU, 2007 у. 97-bet.

60. Ahmedov U. Mehmonxonalarda turistik xizmat ko‘rsatish sifati va samaradorligini boshqarish //Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar. – 2018. – №. 5. – S. 108-117.

61. Рўзиева Диёра Сулаймоновна Замоनावий молиявий муносабатларни такомиллаштиришда аждодлар меросидан фойдаланиш. И.ф. б. ф. д. (PhD) дар. ол. уч. ёз. дисс. автор.-Т.: ТМИ. 2022 й., – 65 б.

62. Холикулов А., Сафаров С. Меҳмонхона хизматлари самарадорлигини ифодаловчи кўрсаткичлар ва уларни аниқлаш йўллари //Journal of marketing, business and management. – 2023. – Т. 1. – №. 11. – С. 99-104.

63. Юлдашев К., Алимова Ш. Практические способы начат гостиничный бизнес с помощью консультационных услуг //Экономика и инновационные технологии. – 2021. – №. 5. – С. 349-357.

64. М.Қ.Пардаев. “Турфирмалар молиявий хўжалик фаолияти таҳлили”. // Маърузалар курси, Самарқанд, СамИСИ, 2011. - 147-149 б.

65. Денис Охрименко, Алексей Никифоров “Какую прибыль приносит гостиница как бизнес” (<https://alterainvest.ru/rus/blogi/kakuyu-pribyl-prinosit-gostinitsa-kak-biznes/>)

66. Xolbadalov U.Sh. O‘zbekistonda turizm sohasini rivojlantirishda soliq imtiyozlarini takomillashtirish yo‘nalishlari I.f. b. f. d. (PhD) dar. ol. uch. yoz. diss. avtor.-Т.: ТМИ. 2020 у., – 62 б.

III. Foydalanilgan boshqa adabiyotlar

67. <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance> - BMT rasmiy sayti
68. <https://data.worldbank.org/indicator/SP.POP.TOTL?end=2021&start=2011> - Jahon Bankining rasmiy sayti
69. www.lex.uz - O'zbekiston Milliy qonunchilik bazasi sayti
<https://cbu.uz/oz/> - O'zbekiston Respublikasi Markaziy banki rasmiy sayti
70. <https://stat.uz/uz/> - O'zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika agentligi rasmiy sayti
71. <https://www.unwto.org/news/tourism-grows-4-in-2021-but-remains-far-below-pre-pandemic-levels> - BMTning Xalqaro turizm tashkiloti sayti
72. <https://uzbektourism.uz/> - O'zbekiston Respublikasi Ekologiya, atrof-muhitni muhofaza qilish va iqlim o'zgarishi vazirligi huzuridagi Turizm qo'mitasi sayti
73. <https://www.unwto.org/tourism-data/global-and-regional-tourism-performance> - UN Tourism rasmiy sayti ma'lumotlari asosida muallif tomonidan shakllantirilgan
74. <https://wtcc.org/research/economic-impact> - Jahon sayohat va turizm konsulligi rasmiy sayti
75. <https://www.dreambigtravelfarblog.com/blog/hotel-industry-statistics> - mehmonxona sohasi bo'yicha ma'lumotlar taqdim etuvchi rasmiy sayt
76. <https://www.chittorgarh.com/report/sector-wise-ipo-list-in-india/96/130/> - Chittorgarh kompaniyasi rasmiy veb-sayti
77. <https://www.statista.com/statistics/732907/most-valuable-hotel-brands-worldwide/> - Stata xalqaro statistik ma'lumotlar e'lon qilib boruvchi sayt
78. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S027843191730590X> - xalqaro ilmiy tadqiqotlar bazasi

79. <https://www.giiresearch.com/report/dmin1390163-global-hostel-market.html> - Global Information xalqaro statistik ma'lumotlar e'lon qilib boruvchi veb-sayt

80. <https://esfccompany.com/projects/nedvizhimost/proektnoe-finansirovanie-otelya-hotel-project-finance-kreditovae-stroitelstva/> - ESFC investitsiya kompaniyasi sayti

81. <https://agrobank.uz/uz/> - Agrobank ATB rasmiy sayti

MUNDARIJA

KIRISH.....	3
I BOB. MEHMONXONA BIZNESINI MOLIYALASHTIRISHNING	
IQTISODIY-NAZARIY ASOSLARI	7
1.1. Biznesni moliyalashtirishning iqtisodiy asoslari.....	7
1.2. Mehmonxona biznesini moliyalashtirishning mohiyati va ahamiyati.....	17
1.3. Mehmonxona biznesini moliyalashtirishning tashkiliy jihatlari va moliyaviy resurs jalb qilish usullari.....	28
Birinchi bob bo'yicha xulosalar.....	40
II BOB. MEHMONXONA BIZNESINI MOLIYALASHTIRISH	
AMALIYOTI TAHLILI.....	42
2.1. O'zbekistonda mehmonxona biznesini moliyalashtirish manbalari tarkibi, tuzilmasi, ularga xos bo'lgan tendensiyalar.....	47
2.2. O'zbekistonda mehmonxona biznesini moliyalashtirish amaliyoti tahlili.....	59
2.3. Mehmonxona biznesini moliyalashtirish amaliyotining ekonometrik tahlili	79
Ikkinchi bob bo'yicha xulosalar.....	90
III BOB. O'ZBEKISTONDA MEHMONXONA BIZNESINI	
MOLIYALASHTIRISHNI TAKOMILLASHTIRISHNING	
ZAMONAVIY YO'NALISHLARI.....	92
3.1. Xorijiy mamlakatlarda mehmonxona biznesini moliyalashtirishning zamonaviy yo'nalishlari.....	97
3.2. Mamlakatimizda mehmonxona biznesini moliyalashtirishni takomillashtirish masalalari.....	102
Uchinchi bob bo'yicha xulosalar.....	124
XULOSA.....	126
FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI.....	128

ABDURAXMANOVA ZIYODA ABDULLAYEVNA

**MEHMONXONA BIZNESINI MOLIYALASHTIRISHNI
TAKOMILLASHTIRISH**

Monografiya



Bosishga ruxsat etildi: 26.06.2025-yil
Bichimi 60x84 ^{1/16}. «Times New Roman»
garniturada raqamli bosma usulda chop etildi.
Shartli bosma tabog'i 8.5. Adadi 100. Buyurtma № 192-06
Тел.: (99) 817 44 54
Guvohnoma reyestr № 219951
“PUBLISHING HIGH FUTURE” OK nashriyotida chop etildi.
Toshkent sh., Uchtepa tumani, Ali Qushchi ko'chasi, 2A-uy.

ISBN: 978-9910-571-41-1

