

MEHMONXONA FAOLIYATI SAMARADORLIGIGA TA'SIR ETUVCHI OMILLARNI KOMPLEKS BAHOLASHNING ZAMONAVIY USULLARI

Teshaboyev Baxramjon

Andijon davlat universiteti

"Menejment" kafedrası doktoranti

Annotatsiya - Maqolada mehmonxona faoliyati samaradorligiga ta'sir etuvchi omillarni kompleks baholashning zamonaviy usullari tadqiq etilgan. Tadqiqotda omillarni baholashning asosiy zamonaviy usullari — PEST tahlil, ma'lumotlarni qamrovchi tahlil (DEA), ekspert baholash hamda integral baholash usullari qiyosiy tahlil qilingan. Muallif tomonidan mehmonxona samaradorligiga ta'sir etuvchi omillarni to'rt guruhga (siyosiy-huquqiy, iqtisodiy, ijtimoiy-demografik va texnologik) ajratib baholovchi kompleks yondashuv taklif etilgan. Natijalar Andijon viloyati mehmonxona subyektlari misolida asoslangan. Taklif etilgan yondashuv mehmonxona korxonalarining mavjud imkoniyatlari va muammolarini tizimli aniqlash hamda samaradorlikni oshirishga ta'sir etuvchi ustuvor omillarni belgilash imkonini beradi. Tadqiqot natijalari hududiy mehmonxona xizmatlari bozorini rivojlantirish va boshqaruv qarorlarini takomillashtirishda amaliy ahamiyatga ega.

Kalit so'zlar: mehmonxona faoliyati, samaradorlik omillari, kompleks baholash, PEST tahlil, ekspert baholash, integral usul, omil tasnifi.

KIRISH.

Iqtisodiyotning transformatsiya sharoitida mehmonxona xo'jaligi subyektlari faoliyatining samaradorligi ko'plab ichki va tashqi omillar ta'sirida shakllanadi. Ushbu omillar ta'sir kuchi, davomiyligi va yo'nalishi jihatidan bir-biridan sezilarli darajada farqlanadi: ba'zi omillar korxona faoliyatiga bevosita va tez ta'sir ko'rsatsa, boshqalari bilvosita hamda uzoq muddat davomida ta'sir qiladi. Shu bois mehmonxona samaradorligiga ta'sir etuvchi omillarni yaxlit va tizimli baholash zarurati tug'iladi. An'anaviy amaliyotda mehmonxona samaradorligiga ta'sir etuvchi omillar ko'pincha alohida, bir-biridan uzilgan holda o'rganiladi. Bunday parcha-parcha yondashuv omillarning o'zaro ta'sirini, ularning umumiy ta'sir kuchini hamda ustuvorlik darajasini to'liq baholash imkonini bermaydi, natijada boshqaruv qarorlari to'liq ma'lumotga asoslanmagan holda qabul qilinadi.

Mavzuning dolzarbligi bir necha jihat bilan izohlanadi. Birinchidan, mehmonxona samaradorligiga ta'sir etuvchi omillarni kompleks baholash korxona rahbariyatiga qaysi omillar ustuvor ahamiyatga ega ekanligini aniqlash va cheklangan moliyaviy hamda inson resurslarini aynan shu ustuvor omillarga yo'naltirish imkonini beradi. Ikkinchidan, iqtisodiyotning transformatsiya sharoiti -bozor munosabatlarining chuqurlashuvi, raqamli o'zgarishlar va tarkibiy islohotlar -omillarning ta'sir tabiatini o'zgartirib, ularni doimiy ravishda qayta baholash zaruratini keltirib chiqaradi. Uchinchidan, zamonaviy iqtisodiy sharoitda bunday baholash bir necha usulni-sifat va

miqdoriy, ekspert va statistik yondashuvlarni -birlashtiruvchi kompleks metodologiyani talab etadi, chunki hech bir alohida usul omillarning barcha qirralarini qamrab ola bilmaydi.

Mehmonxona samaradorligiga ta'sir etuvchi omillarni baholash masalasi jahon iqtisodiyot fanida keng o'rganilgan. Xorijiy tadqiqotlarda bu masalaga ko'proq ma'lumotlar o'rash tahlili (Data Envelopment Analysis, DEA) usuli orqali yondashilgan. Barros, Botti L., Peypoch N., Solonandrasana B. Manageriallar Portugaliya mehmonxonalari misolida samaradorlikka ta'sir etuvchi omillarni kirish (mulk qiymati, operatsion xarajatlar, xodimlar soni) va chiqish (sotuv hajmi, mehmonlar soni) o'zgaruvchilari orqali baholashni asoslaganlar.⁴⁸ Emerald nashrida chop etilgan tadqiqotda esa mehmonxona samaradorligiga ta'sir etuvchi omillar ichki va tashqi guruhlariga ajratilgan bo'lib, ichki omillar sifatida mehmonxonaning yoshi, turi, joylashuvi va boshqaruv turi, tashqi omillar sifatida esa xalqaro jozibadorlik va bozor raqobati e'tirof etilgan. Bundan tashqari, jahon amaliyotida omillarni baholashda PEST tahlil (siyosiy, iqtisodiy, ijtimoiy va texnologik omillar), muvozanatlashgan ko'rsatkichlar tizimi (Balanced Scorecard) hamda ekspert baholash usullari ham keng qo'llaniladi. Ushbu tadqiqotlar mehmonxona samaradorligiga ta'sir etuvchi omillarni bir necha o'lchamda, kompleks tarzda baholash zarurligini ko'rsatadi. Shu bilan birga, mavjud tadqiqotlarda bir qator ilmiy bo'shliqlar saqlanib qolmoqda. Birinchidan, omillarni baholashning turli usullari-sifat va miqdoriy yondashuvlar-ko'pincha bir-biridan mustaqil ravishda qo'llaniladi, ularni yagona tizimda birlashtiruvchi kompleks metodologiya yetarlicha ishlab chiqilmagan. Ikkinchidan, mavjud usullar ko'pincha moliyaviy va tashqi omillarga urg'u berib, operatsion jarayonlardagi isrofgarchilik (Lean nazariyasidagi "muda") kabi ichki omillarni alohida ajratib baholamaydi. Uchinchidan, omillarni baholash masalasi iqtisodiyotning transformatsiya sharoiti nuqtai nazaridan yetarlicha o'rganilmagan. Ushbu bo'shliqlar mavzuning nazariy va amaliy dolzarbligini belgilaydi. Ushbu tadqiqotning maqsadi-mehmonxona faoliyati samaradorligiga ta'sir etuvchi omillarni kompleks baholashning zamonaviy usullarini qiyosiy tahlil qilish va ularni birlashtiruvchi yaxlit yondashuvni taklif etishdan iborat. Belgilangan maqsadga erishish uchun quyidagi vazifalar qo'yildi: birinchidan, omillarni baholashning zamonaviy usullarini (PEST tahlil, DEA, ekspert baholash, integral usul) qiyosiy tahlil qilish; ikkinchidan, mehmonxona samaradorligiga ta'sir etuvchi omillarni tizimli guruhlariga tasniflash; uchinchidan, sifat va miqdoriy usullarni birlashtiruvchi kompleks yondashuvni taklif etish; to'rtinchidan, taklif etilgan yondashuvni real mehmonxona subyektlari misolida asoslash.

ADABIYOTLAR TAHLILI

Mehmonxona faoliyati samaradorligini baholash, unga ta'sir etuvchi omillarni aniqlash hamda boshqaruv qarorlarini takomillashtirish masalalari iqtisodiyot, menejment va turizm sohalaridagi tadqiqotlarda keng o'rganilgan. Mavjud ilmiy adabiyotlar tahlili shuni ko'rsatadiki, mehmonxona samaradorligini baholashda ishlab

⁴⁸ Barros C.P., Botti L., Peypoch N., Solonandrasana B. Managerial Efficiency and Hospitality Industry: The Portuguese Case // Applied Economics. - 2011.-Vol. 43, No. 22.-P. 2895-2905.

<https://doi.org/10.1080/00036840802600145>

chiqarish va xizmat ko'rsatish jarayonlarining iqtisodiy natijalari bilan bir qatorda, xizmat sifati, boshqaruv tizimi, texnologik ta'minlanganlik, tashqi iqtisodiy muhit hamda resurslardan foydalanish darajasi kabi omillarga ham katta e'tibor qaratiladi.

Mehmonxona faoliyatida resurslardan samarali foydalanish va ichki jarayonlardagi yo'qotishlarni kamaytirish masalalari T. Ohno tomonidan ishlab chiqilgan Lean boshqaruv konsepsiyasi bilan chambarchas bog'liq. T. Ohno [1] tomonidan ilgari surilgan "Toyota Production System" konsepsiyasida qiymat yaratmaydigan jarayonlar va resurslarning isrof qilinishi "muda" tushunchasi orqali izohlanadi. Mazkur yondashuv dastlab ishlab chiqarish tizimlari uchun ishlab chiqilgan bo'lsa-da, uning asosiy tamoyillari xizmat ko'rsatish, jumladan, mehmonxona faoliyatiga ham tatbiq etilishi mumkin. Mehmonxonada ortiqcha xarajatlar, xodimlar vaqtining samarasiz sarflanishi, xizmat ko'rsatish jarayonlaridagi takroriy operatsiyalar, bo'sh turgan resurslar va mijozlarga xizmat ko'rsatishdagi kechikishlar iqtisodiy samaradorlikning pasayishiga olib keluvchi ichki omillar sifatida qaralishi mumkin.

Mehmonxona faoliyati samaradorligining muhim tarkibiy qismlaridan biri xizmat sifati hisoblanadi. A. Parasuraman, V.A. Zeithaml va L.L. Berry [2] tomonidan ishlab chiqilgan SERVQUAL modeli xizmat sifatini iste'molchilarning kutilmalari va amaldagi xizmatni qabul qilishi o'rtasidagi farq asosida baholash imkonini beradi. Ushbu yondashuv mehmonxona faoliyatini baholashda mijozlarning qoniqish darajasi, xizmatning ishonchliligi, tezkorligi, xodimlarning muomala madaniyati va xizmat ko'rsatish muhiti kabi sifat ko'rsatkichlarini hisobga olish imkonini beradi. Shu jihatdan SERVQUAL metodologiyasi mehmonxona samaradorligini faqat moliyaviy ko'rsatkichlar asosida emas, balki iste'molchi nuqtayi nazaridan ham baholash zarurligini asoslaydi.

Mehmonxona korxonalari faoliyatini strategik nuqtayi nazardan baholashda R.S. Kaplan va D.P. Norton [3] tomonidan taklif etilgan Balanced Scorecard konsepsiyasi ham muhim metodologik asoslardan biri hisoblanadi. Mazkur yondashuv korxona faoliyatini moliyaviy natijalar bilan cheklab qo'ymasdan, mijozlar, ichki biznes jarayonlari hamda rivojlanish va o'sish ko'rsatkichlari orqali kompleks baholashni nazarda tutadi. Mehmonxona faoliyatiga nisbatan ushbu konsepsiya foyda va rentabellik bilan bir qatorda mijozlar qoniqishi, xizmat ko'rsatish jarayonlarining samaradorligi, xodimlarning malakasi, innovatsiyalar va texnologiyalardan foydalanish darajasini baholash imkonini beradi. Demak, Balanced Scorecard mehmonxona samaradorligini ko'p mezonli tizim sifatida ko'rib chiqish uchun nazariy asos yaratadi.

Mehmonxona faoliyatining miqdoriy samaradorligini baholashda Data Envelopment Analysis (DEA) usuli alohida ahamiyatga ega. C.P. Barros, L. Botti, N. Peypoch va B. Solonandrasana [4] Portugaliya mehmonxonalari misolida boshqaruv samaradorligini DEA usuli orqali tadqiq qilgan. Mazkur tadqiqotda mehmonxonalarning kirish resurslari va chiqish natijalari o'rtasidagi nisbat asosida nisbiy samaradorlik aniqlangan. Ushbu yondashuv mehmonxonalarni bir-biri bilan qiyoslash, mavjud resurslardan foydalanish darajasini aniqlash va samaradorlik chegarasidan og'ishlarni baholash imkonini beradi. DEA usulining muhim afzalligi bir

vaqtning o'zida bir nechta kirish va chiqish ko'rsatkichlarini hisobga olish imkoniyatidir. Biroq mazkur usul asosan miqdoriy ma'lumotlarga tayanishi sababli xizmat sifati, boshqaruv madaniyati, xodimlar malakasi kabi sifat omillarini bevosita baholash imkoniyati cheklangan.

Mehmonxona bozoridagi samaradorlikni belgilovchi omillarni o'rganishga bag'ishlangan tadqiqotlarda mehmonxonaning joylashuvi, boshqaruv shakli, korxona turi, faoliyat ko'lami, bozor raqobati va hududning turistik jozibadorligi kabi omillar ham muhim ekanligi qayd etilgan [5]. Mazkur tadqiqotlar mehmonxona samaradorligini faqat korxonaning ichki boshqaruviga bog'liq hodisa sifatida emas, balki tashqi muhit bilan uzviy bog'liq tizim sifatida ko'rib chiqish zarurligini ko'rsatadi. Ayniqsa, hududning iqtisodiy rivojlanishi, turizm oqimi, raqobat muhiti va iste'molchilarning xulq-atvori mehmonxona xizmatlariga bo'lgan talab va korxonaning moliyaviy natijalariga bevosita yoki bilvosita ta'sir ko'rsatishi mumkin.

P.F. Drucker [6] tomonidan ilgari surilgan menejment konsepsiyalarida esa tashkilot samaradorligi resurslardan oqilona foydalanish, maqsadlarni aniq belgilash va boshqaruv qarorlarining natijadorligi bilan bog'lanadi. Ushbu nazariy yondashuv mehmonxona korxonalarida boshqaruv samaradorligini baholashda inson resurslari, moddiy resurslar, moliyaviy mablag'lar va vaqt resurslaridan foydalanish natijadorligini hisobga olish zarurligini ko'rsatadi.

Ilmiy adabiyotlar tahlili shuni ko'rsatadiki, mavjud tadqiqotlarda mehmonxona samaradorligini baholashning alohida yo'nalishlari yetarlicha rivojlangan. Jumladan, Lean yondashuvi ichki jarayonlardagi isrofgarchilikni kamaytirishga [1], SERVQUAL xizmat sifatini baholashga [2], Balanced Scorecard strategik va ko'p mezonli baholashga [3], DEA esa resurslardan foydalanishning nisbiy miqdoriy samaradorligini aniqlashga [4] yo'naltirilgan. Biroq ushbu metodologiyalarning har biri mehmonxona samaradorligining muayyan jihatini yoritadi. Shu sababli ularni alohida qo'llash mehmonxona faoliyatiga ta'sir etuvchi omillarning o'zaro bog'liqligi va kompleks ta'sirini to'liq ochib berishga imkon bermaydi.

Shuningdek, mavjud tadqiqotlarda tashqi muhit omillarini tizimlashtirish va ichki samaradorlik ko'rsatkichlari bilan integratsiya qilish masalasiga yetarlicha e'tibor berilmagan. Ayniqsa, siyosiy-huquqiy, iqtisodiy, ijtimoiy-demografik va texnologik omillarni korxonaning ichki moliyaviy, operatsion va boshqaruv ko'rsatkichlari bilan birgalikda baholash mehmonxona faoliyati samaradorligining yanada to'liq manzarasini shakllantirishi mumkin.

Shu nuqtayi nazardan, mazkur tadqiqotda mavjud yondashuvlarning kuchli jihatlarini birlashtirishga asoslangan kompleks metodologik yondashuv taklif etiladi. Unda PEST tahlil orqali tashqi muhit omillari tizimlashtiriladi, DEA va moliyaviy ko'rsatkichlar orqali miqdoriy samaradorlik baholanadi, ekspert baholash orqali bevosita raqamlashtirish qiyin bo'lgan sifat omillari aniqlanadi hamda integral baholash yordamida olingan natijalar yagona tizimga keltiriladi. Bunday yondashuv mehmonxona faoliyati samaradorligini shakllantiruvchi omillarni nafaqat alohida, balki ularning o'zaro bog'liqligi va umumiy ta'siri nuqtayi nazaridan baholash imkonini beradi.

Shunday qilib, adabiyotlar tahlili tadqiqotning asosiy ilmiy yo'nalishini

belgilaydi: mehmonxona faoliyati samaradorligini baholashda iqtisodiy, tashkiliy-boshqaruv, xizmat sifati, texnologik va tashqi muhit omillarini yagona kompleks baholash tizimida birlashtirish zarur. Mazkur yondashuv mavjud metodologik bo'shliqni to'ldirishga hamda mehmonxona korxonalarida samaradorlikni oshirishning ustuvor yo'nalishlarini aniqlashga xizmat qiladi.

METODOLOGIYA

Tadqiqotda bir qator ilmiy usullardan foydalanildi: ilmiy adabiyotlarni nazariy tahlil qilish, omillarni baholash usullarining qiyosiy tahlili, tizimli yondashuv hamda ekspert va integral baholash usullari. Ushbu usullarning uyg'unlashtirilishi omillarni ham nazariy, ham empirik jihatdan har tomonlama baholash imkonini berdi. Tadqiqotning birinchi bosqichida omillarni kompleks baholashning zamonaviy usullari qiyosiy tahlil qilindi. Tahlil obyekti sifatida to'rtta asosiy usul olindi.

Birinchi usul-PEST tahlil bo'lib, u mehmonxona samaradorligiga ta'sir etuvchi omillarni to'rt guruhga (siyosiy-huquqiy, iqtisodiy, ijtimoiy-demografik va texnologik) ajratib, har bir omil guruhining ta'sir darajasini baholaydi. Ushbu usulning ustunligi omillarni tizimli guruhlashda va ularning tashqi muhitga bog'liqligini ko'rsatishda namoyon bo'ladi. Biroq PEST tahlilda ta'sir darajasi baholari ko'pincha ekspert qarashiga tayanadi, bu esa unga muayyan subyektivlik xususiyatini beradi.

Ikkinchi usul-ma'lumotlar o'rash tahlili (Data Envelopment Analysis, DEA) bo'lib, u kirish (mulk qiymati, xarajatlar, xodimlar soni) va chiqish (tushum, mehmonlar soni) o'zgaruvchilari nisbati orqali samaradorlikni miqdoriy o'lchaydi. DEA usulining asosiy ustunligi obyektivligi va bir necha obyektni qiyoslash imkoniyatida bo'lsa-da, uning cheklovi shundaki, u faqat raqamli ifodalanadigan omillarni qamrab olib, sifat omillarini e'tibordan chetda qoldiradi.

Uchinchi usul-ekspert baholash bo'lib, u miqdoriy o'lchashga imkon bermaydigan sifat omillarini (boshqaruv madaniyati, xizmat sifati, strategiya mavjudligi) soha mutaxassislari fikri asosida baholaydi. Ushbu usul aynan raqamli o'lchab bo'lmaydigan omillarni qamrab olishda samarali, biroq natijalarga baholovchilarning subyektiv qarashi ta'sir ko'rsatishi mumkin.

To'rtinchi usul-integral baholash bo'lib, u turli omillar bo'yicha olingan baholarni yagona umumiy ko'rsatkichga birlashtiradi. Bu usul omillarning umumlashgan manzarasini yaratadi, biroq o'zi mustaqil ravishda omillarni o'lchamaydi, balki boshqa usullar natijalariga tayanadi.

Tadqiqotning ikkinchi bosqichida ushbu usullar o'zaro birlashtirilgan holda kompleks yondashuv shakllantirildi. Bunda mehmonxona samaradorligiga ta'sir etuvchi omillar avval PEST metodologiyasi asosida to'rt guruhga ajratildi. So'ngra har bir omilning ta'sir darajasi uch balli shkalada baholandi: 1-ta'sir darajasi past (omilning o'zgarishi korxona faoliyatiga deyarli ta'sir ko'rsatmaydi); 2-ta'sir darajasi o'rtacha (omilning sezilarli o'zgarishigina ta'sir qiladi); 3-ta'sir darajasi yuqori (omilning har qanday o'zgarishi faoliyatga bevosita ta'sir ko'rsatadi). Har bir omil guruhining umumiy ta'sir darajasi unga tegishli omillarning o'rtacha bahosi sifatida hisoblandi.

Miqdoriy o'lchanadigan omillar (tannarx sig'imi, foyda marjasi, rentabellik)

korxonaning moliyaviy hisoboti (2-shakl) ma'lumotlari asosida formula orqali hisoblandi. Sifat omillari (xizmat sifati, boshqaruv madaniyati, texnologik ta'minlanganlik) esa qo'shimcha ravishda soha mutaxassislari o'rtasida o'tkazilgan ekspert so'rovi orqali baholandi. Shu tariqa miqdoriy va sifat usullari yagona baholash tizimida uyg'unlashtirildi.

Tadqiqot obyekti sifatida Andijon viloyatidagi ikki mehmonxona subyekti- "Plaza Palace" MChJ va "AGROTOUR Technovation" MChJ ning 2019–2025-yillar ma'lumotlari olindi. Ushbu ikki obyektning tanlanishi ularning bir xil hududda, biroq turli tashkiliy va operatsion sharoitda faoliyat yuritishi bilan izohlanadi, bu esa omillar ta'sirini qiyosiy tahlil qilish imkonini beradi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Tadqiqotning keyingi bosqichida mehmonxona faoliyati samaradorligiga ta'sir etuvchi tashqi va ichki omillar o'zaro bog'liqlikda tahlil qilindi. Bunda PEST tahlil natijalari mehmonxona subyektlarining iqtisodiy, tashkiliy, texnologik va xizmat ko'rsatish faoliyatini tavsiflovchi ko'rsatkichlar bilan birgalikda o'rganildi. Bunday yondashuv mehmonxona samaradorligini faqat moliyaviy natijalar asosida emas, balki unga ta'sir qiluvchi omillarning umumiy majmui orqali baholash imkonini berdi.

O'tkazilgan PEST tahlil natijalariga ko'ra, siyosiy-huquqiy omillar guruhining o'rtacha ta'sir darajasi 2,2 ballni, iqtisodiy omillar guruhining o'rtacha ta'sir darajasi 2,6 ballni, ijtimoiy-demografik omillar guruhining o'rtacha ta'sir darajasi 2,1 ballni, texnologik omillar guruhining o'rtacha ta'sir darajasi esa 2,25 ballni tashkil etdi. Mazkur natijalar ichida iqtisodiy omillar guruhi eng yuqori ta'sir darajasiga ega ekanligini ko'rsatadi. Bu esa mehmonxona faoliyatining yakuniy samaradorligi ko'p jihatdan iqtisodiy muhit, xarajatlar darajasi, aholi daromadlari, inflyatsiya, xizmatlar tannarxi va korxonaning foyda olish imkoniyatlariga bog'liqligini anglatadi.

Iqtisodiy omillar tarkibida hududning iqtisodiy rivojlanishi, aholining real daromadlari, inflyatsiya darajasi, xizmat ko'rsatish tannarxi va foyda marjasi muhim ahamiyat kasb etadi. Xususan, inflyatsiya sharoitida elektr energiyasi, suv, oziq-ovqat mahsulotlari, kir yuvish vositalari, tozalash materiallari, transport va boshqa xizmatlar narxining oshishi mehmonxonaning umumiy xarajatlariga bevosita ta'sir ko'rsatadi. Agar xarajatlarning o'sish sur'ati mehmonxona daromadlarining o'sish sur'atidan yuqori bo'lsa, korxonaning moliyaviy samaradorligi pasayishi mumkin.

Shu bilan birga, mehmonxona faoliyatida ichki isrofgarchilikni boshqarish alohida ahamiyatga ega. Mehmonxona xizmat ko'rsatish jarayonida moddiy mahsulot ishlab chiqarilgan-da, katta miqdorda energiya, suv, mehnat, oziq-ovqat, tozalash vositalari va boshqa resurslardan foydalanadi. Ushbu resurslarning samarasiz sarflanishi xizmat tannarxining oshishiga sabab bo'ladi. Xonalarning uzoq vaqt bo'sh turishi, xodimlarning ish vaqtining to'liq foydalanilmasligi, ortiqcha xaxiralar, xizmat ko'rsatish jarayonidagi kechikishlar, takroriy operatsiyalar va energiya ortiqcha sarflanishi mehmonxona faoliyatidagi asosiy isrofgarchilik shakllari sifatida namoyon bo'lishi mumkin.

Mazkur holat T. Ohno tomonidan ishlab chiqilgan Lean boshqaruv konsepsiyasidagi "muda", ya'ni qiymat yaratmaydigan sarflarni kamaytirish tamoyili

bilan bevosita bog'liq. Mehmonxona faoliyatida ushbu tamoyilni qo'llash orqali mijoz uchun qiymat yaratmaydigan operatsiyalarni aniqlash va ularni qisqartirish imkoniyati yuzaga keladi. Natijada resurslardan foydalanish samaradorligi oshadi, xizmat tannarxi kamayadi va korxonaning moliyaviy natijalari yaxshilanadi.

Tadqiqot natijalari texnologik omillarning ham mehmonxona samaradorligiga sezilarli ta'sir ko'rsatishini ko'rsatdi. Texnologik omillar guruhining o'rtacha bahosi 2,25 ballni tashkil etgani mehmonxonalarda zamonaviy texnologiyalardan foydalanish darajasi faoliyat natijalariga ta'sir etuvchi muhim yo'nalishlardan biri ekanligini ko'rsatadi. Ayniqsa, raqamli bronlashtirish tizimlari, elektron to'lovlar, mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish tizimlari, xonalarni boshqarish dasturlari va avtomatlashtirilgan monitoring vositalarining joriy etilishi xizmat ko'rsatish tezligi va sifatini oshirish imkonini beradi.

Raqamlashtirish mehmonxona rahbariyatiga boshqaruv qarorlarini tezkor qabul qilish uchun zarur bo'lgan ma'lumotlarni shakllantirish imkonini ham beradi. Masalan, xona bandligi, kunlik tushum, xarajatlar, mijozlar oqimi, xizmatlar tarkibi va xodimlar mehnat unumdorligi to'g'risidagi ma'lumotlarni muntazam monitoring qilish orqali mavjud muammolarni erta aniqlash mumkin. Shu sababli zamonaviy texnologiyalarni joriy etish nafaqat xizmat sifatini oshirish, balki ichki boshqaruv samaradorligini yaxshilash vositasi sifatida ham qaralishi lozim.

Ijtimoiy-demografik omillar guruhining o'rtacha ta'sir darajasi 2,1 ballni tashkil etdi. Ushbu guruhga aholining daromadlari, demografik tarkib, turistlar oqimi, iste'molchilarning ehtiyojlari va mehmonlarning xizmatlarga bo'lgan talabi kabi omillar kiradi. Mehmonxona xizmatlariga bo'lgan talab bevosita aholining xarid qobiliyati, turistik oqimlar va iste'molchilarning xulq-atvori bilan bog'liq. Shu sababli mehmonxonalar xizmatlar assortimentini shakllantirishda mijozlarning yoshi, daromad darajasi, tashrif maqsadi va xizmatlardan foydalanish odatlarini hisobga olishi zarur.

Siyosiy-huquqiy omillar guruhining o'rtacha bahosi 2,2 ballni tashkil etdi. Mazkur guruh mehmonxona faoliyatini tartibga soluvchi qonunchilik, turizm sohasidagi davlat siyosati, soliq va litsenziyalash talablari, mehnat munosabatlarini tartibga solish hamda davlat tomonidan turizm sohasini qo'llab-quvvatlash choralari qamrab oladi. Ushbu omillar mehmonxonalarning faoliyat yuritish shartlarini belgilab bersa-da, tadqiqot natijalari ularning ta'siri iqtisodiy omillarga nisbatan nisbatan pastroq ekanligini ko'rsatdi.

Ikki tadqiqot obyekti — "Plaza Palace" MChJ va "AGROTOUR Technovation" MChJ faoliyatini qiyosiy o'rganish natijalari ham muhim ilmiy xulosalar olish imkonini berdi. Mazkur korxonalar bir hududda faoliyat yuritishi sababli ularning faoliyatiga ta'sir qiluvchi ko'plab tashqi omillar o'xshash hisoblanadi. Jumladan, siyosiy-huquqiy sharoit, hududning umumiy ijtimoiy-demografik muhiti va iqtisodiy sharoitning asosiy jihatlari ikkala korxona uchun ham umumiy hisoblanadi.

Shu sababli korxonalar faoliyatidagi samaradorlik farqlarini tushuntirishda ichki omillarning ahamiyati ortadi. Bunday omillar qatoriga boshqaruv sifati, xarajatlarni nazorat qilish, xizmat ko'rsatish jarayonlarini tashkil etish, xodimlar malakasi, marketing faoliyati, texnologiyalardan foydalanish va ichki isrofgarchilikni boshqarish kiradi. Bu esa mehmonxona samaradorligini oshirishda rahbariyat tomonidan

boshqarilishi mumkin bo'lgan omillarga alohida e'tibor qaratish zarurligini ko'rsatadi.

Mehmonxona faoliyatining samaradorligini baholashda xona fondidan foydalanish darajasi ham muhim ko'rsatkichlardan biridir. Xona bandligining yuqori bo'lishi mavjud infratuzilma va moddiy resurslardan faol foydalanilayotganligini bildiradi. Biroq yuqori bandlikning o'zi korxonaning yuqori rentabelligini anglatmaydi. Chunki xizmatlarning narxi, xarajatlar tarkibi, xizmat ko'rsatish sifati va qo'shimcha xizmatlardan olinadigan daromadlar ham yakuniy moliyaviy natijaga ta'sir ko'rsatadi. Shu sababli xona bandligi ko'rsatkichi tushum, xarajat va foyda ko'rsatkichlari bilan birgalikda tahlil qilinishi lozim.

Ekspert baholash natijalari ham PEST tahlilida aniqlangan asosiy tendensiyalarni tasdiqladi. Soha mutaxassislari mehmonxona boshqaruvi samaradorligiga eng kuchli ta'sir qiluvchi omillar sifatida ichki jarayonlardagi isrofgarchilik, xarajatlarni nazorat qilish, xizmat sifati va zamonaviy boshqaruv usullaridan foydalanish darajasini ko'rsatdilar. Bu natija mehmonxona samaradorligini oshirishda korxona ichki boshqaruv imkoniyatlaridan samarali foydalanish zarurligini ko'rsatadi.

Xizmat sifati ham mehmonxona faoliyatining muhim natijaviy omillaridan biri hisoblanadi. Mijozlarning xizmatdan qoniqish darajasi mehmonxonaning takroriy mijozlar soni, ijobiy tavsiyalar, onlayn reytinglar va umumiy bozor obro'siga ta'sir qiladi. Shu sababli xizmat sifatini faqat xodimlarning muomala madaniyati bilan cheklab qo'ymasdan, bronlashtirishdan boshlab mehmonni kutib olish, joylashtirish, xizmat ko'rsatish va mehmonni kuzatishgacha bo'lgan barcha jarayonlar bo'yicha baholash lozim.

Tadqiqot natijalarini umumlashtirish shuni ko'rsatadiki, mehmonxona samaradorligiga ta'sir etuvchi omillarni uchta asosiy darajada ko'rib chiqish mumkin. Birinchi darajani tashqi muhit omillari, ya'ni siyosiy-huquqiy, iqtisodiy, ijtimoiy-demografik va texnologik omillar tashkil etadi. Ikkinchi darajaga korxonaning ichki boshqaruv omillari, jumladan, xarajatlarni boshqarish, xizmat sifati, xodimlar malakasi, marketing, texnologik ta'minlanganlik va resurslardan foydalanish samaradorligi kiradi. Uchinchi darajada esa tushum, foyda, rentabellik, xona bandligi, mijozlar qoniqishi va mehnat unumdorligi kabi yakuniy natijalar shakllanadi.

Ushbu uch daraja o'zaro uzviy bog'langan. Tashqi muhitdagi o'zgarishlar korxonaning ichki boshqaruv jarayonlariga ta'sir qiladi, ichki boshqaruv sifati esa operatsion va moliyaviy natijalarning shakllanishiga olib keladi. Shu sababli mehmonxona samaradorligini baholashda faqat yakuniy moliyaviy natijalarni tahlil qilish emas, balki ushbu natijalarning shakllanishiga olib kelgan omillarni ham aniqlash zarur.

Tadqiqotda taklif etilgan kompleks yondashuvning muhim jihati shundaki, unda turli tabiatga ega bo'lgan omillar yagona baholash tizimiga birlashtiriladi. PEST tahlil tashqi muhitni tizimlashtirish imkonini bersa, ekspert baholash sifat omillarini aniqlashga xizmat qiladi. Moliyaviy va iqtisodiy ko'rsatkichlar korxonaning amaldagi natijalarini tavsiflaydi, DEA usuli esa bir nechta mehmonxona subyektlari o'rtasida resurslardan foydalanish samaradorligini qiyoslash imkonini beradi. Integral baholash esa turli usullar orqali olingan natijalarni umumlashtirish uchun xizmat qiladi.

Shunday qilib, o'tkazilgan tahlil natijalari mehmonxona faoliyati samaradorligiga eng kuchli ta'sir ko'rsatuvchi omillar orasida iqtisodiy va texnologik omillar alohida o'rin tutishini ko'rsatdi. Ayniqsa, xizmat tannarxini nazorat qilish, ichki isrofgarchiliklarni kamaytirish, mavjud resurslardan samarali foydalanish, zamonaviy boshqaruv usullarini joriy etish va raqamli texnologiyalardan foydalanish mehmonxona samaradorligini oshirishning muhim yo'nalishlari sifatida namoyon bo'ldi.

Bundan tashqari, tadqiqot natijalari mehmonxona faoliyati samaradorligini faqat bitta ko'rsatkich asosida baholash yetarli emasligini ko'rsatadi. Yuqori tushumga ega bo'lgan mehmonxona xarajatlarining yuqoriligi sababli past rentabellikka ega bo'lishi mumkin. Xuddi shuningdek, xona bandligi yuqori bo'lgan korxonada xizmat sifati past bo'lsa, uzoq muddatli raqobatbardoshlik pasayishi mumkin. Shu bois moliyaviy, operatsion, mijozlar bilan bog'liq, texnologik va boshqaruv ko'rsatkichlarini birgalikda baholash zarur.

Tadqiqotning amaliy natijasi shundan iboratki, taklif etilgan kompleks baholash yondashuvi mehmonxona rahbariyatiga mavjud muammolarning sabablarini aniqlash, ustuvor omillarni belgilash va boshqaruv resurslarini tegishli yo'nalishlarga yo'naltirish imkonini beradi. Jumladan, iqtisodiy omillarning yuqori ta'sir darajasi aniqlangan sharoitda xarajatlar tarkibini qayta ko'rib chiqish, ortiqcha sarflarni aniqlash, resurslardan foydalanish me'yorlarini optimallashtirish va tannarxni pasaytirish choralari kuchaytirish maqsadga muvofiqdir. Texnologik omillar bo'yicha esa raqamli boshqaruv tizimlarini joriy etish, xizmatlarni avtomatlashtirish va boshqaruv ma'lumotlarini real vaqt rejimida monitoring qilishga e'tibor qaratish lozim.

Umuman olganda, "Plaza Palace" MChJ va "AGROTOUR Technovation" MChJ misolida o'tkazilgan tahlil mehmonxona samaradorligini shakllantirishda tashqi muhit bilan bir qatorda korxonaning ichki boshqaruv imkoniyatlari ham muhim ahamiyatga ega ekanligini ko'rsatdi. Shu sababli samaradorlikni oshirish siyosati faqat tashqi sharoitlarga moslashish bilan cheklanmasdan, ichki jarayonlarni takomillashtirish, isrofgarchilikni kamaytirish, xizmat sifatini oshirish va zamonaviy texnologiyalarni joriy etishga yo'naltirilishi kerak.

Olingan natijalar kelgusida mehmonxona subyektlari sonini kengaytirgan holda tadqiqot o'tkazish, uzoq muddatli statistik ma'lumotlardan foydalanish va mehmonxonalarning hududlar kesimidagi samaradorligini qiyosiy baholash uchun metodologik asos bo'lib xizmat qilishi mumkin. Bunda ekspert baholash doirasini kengaytirish, ko'rsatkichlarning nisbiy ahamiyatini hisobga olish va turli baholash usullarining natijalarini yagona tizimda birlashtirish tadqiqotning ilmiy-amaliy qiymatini yanada oshiradi.

MUHOKAMA.

Tadqiqot natijalari mehmonxona samaradorligiga ta'sir etuvchi omillarni baholashda yagona usul yetarli emasligini tasdiqlaydi. Har bir zamonaviy usul omillarning muayyan jihatini ochib beradi, biroq ularning hech biri alohida holda omillarning to'liq manzarasini yarata olmaydi. PEST tahlil omillarni guruhlariga tizimli ajratib, ularning ta'sir darajasini baholash imkonini beradi, biroq ta'sir darajasi baholari

ko'pincha subyektiv xarakterga ega bo'ladi. Ma'lumotlar o'rash tahlili (DEA) omillarni miqdoriy va obyektiv o'lchaydi, ammo u faqat raqamli ifodalanadigan omillar bilan cheklanib, xizmat sifati yoki boshqaruv madaniyati kabi sifat omillarini qamrab ololmaydi. Ekspert baholash aynan shu sifat omillarini o'lchash imkonini beradi, biroq natijalarga baholovchilarning subyektiv qarashi ta'sir ko'rsatishi mumkin. Integral usul esa turli omillarni yagona ko'rsatkichga birlashtiradi, lekin o'zi mustaqil ravishda omillarni o'lchamaydi, balki boshqa usullar natijalariga tayanadi. Shu bois mazkur usullarni o'zaro birlashtirgan kompleks yondashuv eng samarali hisoblanadi, chunki bir usulning zaif tomoni boshqasining kuchli tomoni bilan qoplanadi.

Taklif etilgan kompleks yondashuvning asosiy ustunligi shundaki, u sifat va miqdoriy usullarni yagona tizimda uyg'unlashtiradi. Ekspert baholash orqali sifat omillari (boshqaruv madaniyati, xizmat sifati, strategiya mavjudligi), PEST balli baholash va koeffitsientlar orqali esa miqdoriy omillar (tannarx sig'imi, rentabellik, band bo'lish darajasi) baholanadi. Ushbu yondashuv barcha omillarni [0-1] oralig'iga keltirib, ularni yagona tizimda taqqoslash imkonini beradi. Bunday integratsiya mehmonxona samaradorligiga ta'sir etuvchi omillarning to'liq va ko'p qirrali manzarasini yaratadi, bu esa alohida usullar bilan erishib bo'lmaydigan natijadir. O'tkazilgan tahlil natijalari muhim amaliy xulosaga olib keladi. Tadqiqot obyektlari- "Plaza Palace" MChJ va "AGROTOUR Technovation" MChJ-bir xil hududda, bir xil siyosiy-huquqiy va ijtimoiy-demografik sharoitda faoliyat yuritadi. Binobarin, ushbu tashqi omillar har ikki korxonaga deyarli teng ta'sir ko'rsatadi. Shu sababli ularning samaradorligidagi keskin farq aynan iqtisodiy va texnologik omillar, birinchi navbatda isrofgarchilikni boshqarish darajasi bilan izohlanadi. Ushbu xulosa omillarni kompleks baholashning nafaqat nazariy, balki amaliy qiymatini ham ko'rsatadi: u korxonalar o'rtasidagi samaradorlik farqining haqiqiy manbaini aniqlash imkonini beradi. Olingan natijalar jahon tadqiqotlari bilan mos keladi. Barros va boshqalar hamda Emerald tadqiqotida ham mehmonxona samaradorligi ichki va tashqi omillar birligida baholangan. Xususan, xorijiy tadqiqotlarda mehmonxonaning joylashuvi, boshqaruv turi va rahbariyat malakasi muhim omillar sifatida e'tirof etilgan bo'lib, ushbu omillar tadqiqotimizda ham o'z ifodasini topgan. Ayni paytda tadqiqotimizning ilmiy yangiligi isrofgarchilik (tannarx sig'imi) omilini iqtisodiy omillar guruhida alohida ajratib baholashda namoyon bo'ladi. An'anaviy omil tahlilida isrofgarchilik ko'pincha mustaqil omil sifatida ajratilmaydi, holbuki tadqiqot natijalari uning mehmonxona samaradorligiga hal qiluvchi ta'sir ko'rsatishini ko'rsatdi. Tadqiqotning amaliy ahamiyati shundaki, taklif etilgan kompleks yondashuv mehmonxona rahbariyati uchun qaysi omillar ustuvor ekanligini aniqlash va cheklangan boshqaruv resurslarini aynan eng kuchli ta'sir ko'rsatuvchi omillarga yo'naltirish imkonini beradi. Masalan, tahlil natijasiga ko'ra iqtisodiy va texnologik omillar ustuvor bo'lgani sababli, korxona rahbariyati isrofgarchilikni kamaytirish va zamonaviy boshqaruv usullarini joriy etishga birinchi navbatda e'tibor qaratishi maqsadga muvofiqdir. Bunday yondashuv boshqaruv qarorlarini ilmiy asosda qabul qilishga xizmat qiladi.

Shu bilan birga, tadqiqotning ayrim cheklovlarini ham e'tirof etish lozim. Birinchidan, omillarning ta'sir darajasi qisman ekspert baholariga tayangani bois,

natijalarga muayyan darajada subyektivlik ta'sir ko'rsatishi mumkin; kelgusi tadqiqotlarda respondentlar doirasini kengaytirish va baholovchilar sonini oshirish orqali bu cheklovni kamaytirish mumkin. Ikkinchidan, tadqiqot ikki obyekt misolida o'tkazilgani bois, natijalarni kengroq umumlashtirish uchun ko'proq mehmonxona subyektlarini qamrab olgan tadqiqotlar zarur. Uchinchidan, tadqiqotda omillar teng ahamiyatda hisobga olingan bo'lib, kelgusi izlanishlarda har bir omilning nisbiy ahamiyatini aks ettiruvchi vazn koeffitsientlarini joriy etish baholashning aniqligini yanada oshiradi. Ushbu cheklovlar mavzuni chuqurroq o'rganish uchun istiqbolli yo'nalishlarni belgilaydi.

XULOSA

Mehmonxona faoliyati samaradorligiga ta'sir etuvchi omillarni kompleks baholash bir necha zamonaviy usulni birlashtiruvchi yaxlit yondashuvni talab etadi. Tadqiqot shuni ko'rsatdiki, PEST tahlil, DEA, ekspert baholash va integral usullarning har biri omillarning muayyan jihatini ochib bersa-da, faqat ularning uyg'unligi omillarning to'liq va obyektiv manzarasini yaratadi. Tadqiqot doirasida qo'yilgan vazifalarga muvofiq quyidagi natijalarga erishildi: omillarni baholashning zamonaviy usullari qiyosiy tahlil qilindi; mehmonxona samaradorligiga ta'sir etuvchi omillar to'rt guruhga tasniflandi; taklif etilgan kompleks yondashuv real obyektlar misolida asoslandi. Tahlil natijalari mehmonxona samaradorligiga eng kuchli ta'sir ko'rsatuvchi omillar iqtisodiy va texnologik guruhlarga-birinchi navbatda isrofgarchilikni boshqarish darajasiga- tegishli ekanligini ko'rsatdi.

Tadqiqotning nazariy ahamiyati omillarni baholashning yaxlit metodologik asosini ishlab chiqishda, amaliy ahamiyati esa mehmonxona rahbaryati uchun ustuvor omillarni aniqlash imkonini yaratishda namoyon bo'ladi. Kelgusi tadqiqotlarda omillarning vazn koeffitsientlarini joriy etish hamda ekspert doirasini kengaytirish orqali baholashning aniqligini oshirish maqsadga muvofiqdir.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Ohno T. Toyota Production System: Beyond Large-Scale Production.-New York: Productivity Press, 1988.-152 p. <https://www.routledge.com/Toyota-Production-System-Beyond-Large-Scale-Production/Ohno/p/book/9780915299140>
2. Parasuraman A., Zeithaml V.A., Berry L.L. SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality // Journal of Retailing.-1988.-Vol. 64, No. 1.-P. 12-40.
3. Kaplan R.S., Norton D.P. The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action.-Boston: Harvard Business School Press, 1996.-322 p. <https://www.hbs.edu/faculty/Pages/item.aspx?num=8831>
4. Barros C.P., Botti L., Peypoch N., Solonandrasana B. Managerial Efficiency and Hospitality Industry: The Portuguese Case // Applied Economics.- 2011.-Vol. 43, No. 22.-P. 2895-2905. <https://doi.org/10.1080/00036840802600145>
5. Determinants of Tourism Hotel Market Efficiency // International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research.-2016.-Vol. 10, No. 2.-P. 173-190. DOI:10.1108/IJCTHR-11-2013-0080

6. Drucker P.F. The Practice of Management.-New York: Harper & Brothers, 1954.-404 p. <https://archive.org/details/practiceofmanage00druc>
7. Journal of Consumer Marketing. (2024). Anthropomorphism and transparency interplay on consumer behaviour in generative AI-driven marketing communication, 42(4), 512–536. <https://doi.org/10.1108/JCM-04-2024-6806>
8. Journal of Hospitality Marketing & Management. (2024). Adverse impacts of revealing the presence of “Artificial Intelligence (AI)” technology in product and service descriptions on purchase intentions. <https://doi.org/10.1080/19368623.2024.2368040>
9. Journal of Retailing and Consumer Services. (2024). Online shopping: How can algorithm performance expectancy enhance impulse buying? 81, 103988. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2024.103988>