WORLD FORUM ON ACADEMIC INNOVATION AND DIGITAL LITERACY

MEHMONXONA KORXONALARIDA DAROMADLARNI BOSHQARISH TIZIMINI RAQAMLI TEXNOLOGIYALAR ASOSIDA TAKOMILLASHTIRISH

Ataxanova Shaxnoza Anvarovna

e-mail: atakhanova2505@gmail.com

Annotatsiya. Maqolada mehmonxona korxonasining daromadlarni boshqarish tizimi raqamli texnologiyalar kontekstida ko‘rib chiqilgan. Daromadlarni boshqarishning beshta asosiy dastagi (narx, sig‘im, davomiylik, ortiqcha bronlash, kanallar) tizimlashtirilib, har bir dastakning raqamli ta’minoti ko‘rsatilgan. Samaradorlikni baholash uchun bozor bilan taqqoslanadigan STR indekslari (MPI, ARI, RGI) asosiy ko‘rsatkichlar tizimiga kiritilgan. Mahalliy mehmonxonalarning kanallarga qaramligi tahlil qilinib, daromadlarni boshqarishni bosqichma-bosqich joriy etish mexanizmi taklif etilgan.

Tayanch so‘zlar: daromadlarni boshqarish, daromad dastaklari, RevPAR, bozor indekslari, kanallarni boshqarish, dinamik narxlash, mehmonxona korxonasi, talabni prognozlash.

Аннотация. В статье рассмотрена система управления доходами гостиничного предприятия в контексте цифровых технологий. Систематизированы пять основных рычагов управления доходами (цена, ёмкость, продолжительность, овербукинг, каналы продаж) и показано цифровое обеспечение каждого из них. Для оценки результативности в систему показателей включены сравниваемые с рынком индексы STR (MPI, ARI, RGI). Проанализирована зависимость местных гостиниц от каналов продаж и предложен механизм поэтапного внедрения управления доходами.

Ключевые слова: управление доходами, рычаги дохода, RevPAR, рыночные индексы, управление каналами продаж, динамическое



ценообразование, гостиничное предприятие, прогнозирование спроса.

Abstract. The article examines the revenue management system of a hotel enterprise in the context of digital technologies. The five main revenue management levers (price, capacity, duration, overbooking, distribution channels) are systematized, and the digital support of each lever is shown. To assess effectiveness, market-comparable STR indices (MPI, ARI, RGI) are included in the indicator system. The dependence of local hotels on distribution channels is analysed, and a mechanism for the phased introduction of revenue management is proposed.

Keywords: revenue management, revenue levers, RevPAR, market indices, channel management, dynamic pricing, hotel enterprise, demand forecasting.

Mehmonxona mahsuloti ikki xususiyati bilan boshqa tovarlardan farqlanadi: birinchidan, xona-fond sig‘imi qat’iy cheklangan, ikkinchidan, sotilmagan xona «eskirib» qiymatini yo‘qotadi — uni ertaga sotib bo‘lmaydi. Bu ikki xususiyat birgalikda boshqaruv uchun tub savolni keltirib chiqaradi: cheklangan va saqlab bo‘lmaydigan resursdan qanday qilib maksimal daromad olish mumkin?

Aynan shu savolga javob sifatida daromadlarni boshqarish (revenue management) shakllangan. Dastlab aviakompaniyalarda qo‘llanilgan bu yondashuv keyinchalik mehmondo‘stlik sohasiga ko‘chib, uning mustaqil boshqaruv funksiyasiga aylangan. Uning mohiyati «to‘g‘ri xonani to‘g‘ri mijozga to‘g‘ri vaqtda to‘g‘ri narxda sotish»dan iborat bo‘lib, buning uchun talabni oldindan ko‘rish, narxni segmentlarga qarab tabaqalashtirish va sotish kanallarini ongli boshqarish talab etiladi.

Raqamli texnologiyalar bu funksiyani qo‘l mehnatidan algoritmik jarayonga aylantirdi. Airbnb kompaniyasining Smart Pricing tizimi foydalanuvchilar daromadini o‘rtacha 13 foizga oshirgan bo‘lsa, Hopper platformasining narx prognozi algoritmlari aniqligi 95 foizga yetgan. Xalqaro konsalting amaliyotida sun’iy intellektni tizimli joriy etgan mehmondo‘stlik kompaniyalari narx belgilash samaradorligini 5–10 foizga ko‘targan.



O‘zbekiston mehmonxonalarida esa bu funksiya hali mustaqil yo‘nalish sifatida shakllanmagan: bronlash asosan uchinchi tomon platformalari orqali amalga oshiriladi, narx qarorlari esa ko‘pincha sezgiga asoslanadi. Bu holat daromadlarni boshqarish tizimini joriy etish zaruratini asoslaydi.

Daromadlarni boshqarish beshta asosiy dastak orqali amalga oshiriladi (1-jadval).

1-jadval. Daromadlarni boshqarish dastaklari va ularning raqamli ta’minoti

Dastak	Boshqaruv mazmuni	Raqamli yechim
Narx	Segmentlar va muddatlar bo‘yicha narx shkalasi	Dinamik narxlash algoritmi
Sig‘im (quota)	Kanal va segment bo‘yicha xona kvotasi	Kanallar boshqaruvi tizimi
Davomiylik	Minimal yashash muddati, cheklovlar	Bronlash qoidalari moduli
Ortiqcha bronlash	Bekor qilishlarni hisobga olib zaxira	Prognozli overbooking tizimi
Kanallar aralashmasi	To‘g‘ridan-to‘g‘ri va vositachi kanallar nisbati	CRM, to‘g‘ridan-to‘g‘ri bronlash moduli

Har bir dastak alohida qaror maydonidir, biroq ular bir-biriga bog‘liq: masalan, ortiqcha bronlash hajmi bekor qilishlar prognoziga, bu esa o‘z navbatida kanallar bo‘yicha ma’lumotlarga tayanadi. Shu bois dastaklarni alohida emas, yagona tizim sifatida boshqarish zarur.

Daromadlarni boshqarish natijasini faqat mutlaq daromad bilan emas, balki bozor bilan taqqoslash orqali baholash to‘g‘ri bo‘ladi (2-jadval).



2-jadval. Daromadlarni boshqarishning asosiy ko‘rsatkichlari

Ko‘rsatkich	Mazmuni	Nima uchun kerak
Bandlik darajasi (occupancy)	Sotilgan xonalarning fondga nisbati	Resursdan foydalanish
ADR	Sotilgan xonaning o‘rtacha narxi	Narx siyosati sifati
RevPAR	ADR × bandlik	Narx va bandlik balansi
TrevPAR	Umumiy daromad / mavjud xonalar	Qo‘shimcha xizmatlar hissasi
GOPPAR	Yalpi operatsion foyda / mavjud xonalar	Rentabellik
MPI	Mehnat bozori bandligiga nisbatan indeks	Bozor ulushi pozitsiyasi
ARI	Bozorga nisbatan narx indeksi	Narx pozitsiyasi
RGI	Bozorga nisbatan daromad indeksi	Yaxlit raqobat pozitsiyasi

MPI, ARI va RGI indekslari mehmonxona natijasini raqobatchilar bilan taqqoslash imkonini beradi: masalan, RevPAR yuqori bo‘lishi mumkin, biroq RGI 1 dan kichik bo‘lsa, korxona bozor o‘sishidan orqada qolayotganini anglatadi. Bu boshqaruv uchun muhim signaldir.

3-jadval. Xalqaro amaliyotda daromad dastaklarining natijalari

Platforma	Dastak	Natija
Airbnb	Dinamik narxlash	Foydalanuvchi daromadi 13% ga oshdi
Hopper	Prognozli narxlash	Prognoz aniqligi 95%



Platforma	Dastak	Natija
Booking.com	Tavsiya va narxlash	Konversiya va buyurtma qiymati oshdi
Expedia Group	Avtomatik muloqot	So‘rovlarning 60%+ insonsiz hal qilinadi
Mehmondo‘stlik (McKinsey)	SI tizimli joriy etish	Narx samaradorligi 5–10%, operatsion xarajatlar 15–40%

Bu natijalar shuni ko‘rsatadiki, daromadlarni boshqarish alohida dasturiy ta’minot emas, balki bir necha dastakning birgalikdagi ta’siri orqali samara beradi. Eng yuqori samara chatbot, dinamik narxlash, shaxsiy tavsiyalar va prognozli analitikani birgalikda qo‘llagan kompaniyalarda kuzatilgan

O‘zbekiston sharoitida mehmonxona korxonalari faoliyatini kuzatish natijasida olingan xulosalar:

Birinchidan, daromadlarni boshqarish beshta o‘zaro bog‘liq dastak orqali amalga oshiriladi; ularni alohida emas, yagona tizim sifatida boshqarish zarur.

Ikkinchidan, samaradorlikni faqat mutlaq daromad bilan emas, balki bozor bilan taqqoslanadigan MPI, ARI va RGI indekslari orqali baholash to‘g‘ri bo‘ladi.

Uchinchidan, mahalliy mehmonxonalarning asosiy to‘sig‘i — kanallarga qaramlik va ma’lumot bazasining yo‘qligi. Bu ikki omil narx qarorlarini asoslashni imkonsiz qiladi.

Shu asosda quyidagi **takliflar** ilgari suriladi:

1. Bron, narx va bandlik bo‘yicha yagona ma’lumot bazasini yuritishni yo‘lga qo‘yish.

2. To‘g‘ridan-to‘g‘ri bronlash kanallarini rivojlantirib, vositachilarga qaramlikni bosqichma-bosqich kamaytirish.

3. Mavsumiylik va bekor qilish statistikasi asosida talab prognozini joriy etish.

4. Narx shkalasi va chegirmalarni tabaqalashtirish tartibini reglamentlash.

5. MPI, ARI va RGI indekslarini oylik boshqaruv hisobotiga kiritish.

6. Daromadlarni boshqarish funksiyasini alohida mas’ul shaxsga biriktirish.

Mazkur takliflarni amaliyotga joriy etish daromadlarni boshqarishni sezgi asosidagi narx belgilashdan ma’lumotlarga asoslangan tizimli boshqaruv funksiyasiga aylantirish imkonini beradi.

Adabiyotlar ro‘yxati

1. Ataxanova Sh.A. Mehmonxonalarda xizmatlarni sun’iy intellekt va chatbotlar asosida optimallashtirish: muallifning amaliy tadqiqot materiallari. 2025 - 2026. 2. Kimes S.E. The Basics of Revenue Management. - Ithaca: Cornell University School of Hotel Administration, 2016.

3. Ivanov S. Hotel Revenue Management: From Theory to Practice. - Varna: Zangador, 2014.

4. Mauri A.G. Hotel Revenue Management: Principles and Practices. - Boston: Pearson, 2012.

5. Burxonova N. Xizmat ko‘rsatish korxonalarida sifat va samaradorlikni oshirishni takomillashtirish yo‘llari // Green Economy and Development. - 2025. - Vol. 3(8). - DOI: 10.5281/zenodo.16902075.

6. Sattarova N. O‘zbekistonda servis iqtisodiyoti: xizmat ko‘rsatish sifatini boshqarishning zamonaviy usullari va tendensiyalari // Green Economy and Development. - 2026. Vol. 4(6). - DOI: 10.5281/zenodo.20691107.