

## ХАЛҚАРО МЕҲМОНХОНА ТАРМОҚЛАРИНИНГ РИВОЖЛАНИШ БОСҚИЧЛАРИ

**Жиянов Уктам,**

*Ўзбекистон халқаро ислом академияси, катта ўқитувчи*

E-mail: [uktam.jiyanov87@gmail.com](mailto:uktam.jiyanov87@gmail.com)

**Соҳибова Муслимахон Холматжон қизи,**

*Ўзбекистон халқаро ислом академияси, магистрант*

E-mail: [zaynutdinovamuslimakhon@gmail.com](mailto:zaynutdinovamuslimakhon@gmail.com)

## THE STAGES OF DEVELOPMENT OF INTERNATIONAL HOTEL CHAIN

**Uktam Jiyanov,**

*Senior Lecturer, International Islamic Academy of Uzbekistan*

E-mail: [uktam.jiyanov87@gmail.com](mailto:uktam.jiyanov87@gmail.com)

**Muslimakhon Sokhibova,**

*Master student, International Islamic Academy of Uzbekistan*

E-mail: [zaynutdinovamuslimakhon@gmail.com](mailto:zaynutdinovamuslimakhon@gmail.com)

### **JEL Classification: L8, L83**

**Аннотация.** Мазкур мақола халқаро меҳмонхона тармоқларининг ривожланиш босқичлари ва унинг бугунги кундаги аҳамиятига бағишланган. Ушбу мақоланинг мақсади турли мамлакатларда рақобатлаша оладиган халқаро меҳмонхона тармоқларини шакллантириш ва ривожлантиришнинг назарий ҳамда услубий таъминотини ишлаб чиқиш, халқаро миқёсда ривожланишининг ўзига хос йўллари билгиласидан иборат.

**Abstract.** The stages of development of the international hotel chain and its importance today. The purpose of this article is to develop the theoretical and methodological support for the formation and development of international hotel chains that can compete in different countries, and to determine the specific ways of development at the international level.

**Калим сўзлар:** меҳмонхона, меҳмонхона тизими, туристик хизматлар бозори.

**Keywords:** hotel, hotel chain, tourist services market.

**Кириш.** Бугунги кунда халқаро меҳмонхона индустрияси глобаллашув ва

интеграция жараёнлари билан тавсифланади. Бу йирик корпорациялар ва меҳмонхона тармоқларини яратишда намоён бўлади. Меҳмонхоналар тармоғида барча жойлаштириш воситаларини бирлаштириш жаҳон амалиётида мазкур бизнесни бошқаришнинг энг кенг тарқалган шакли ҳисобланади.

Деярли барча халқаро меҳмонхона тармоқлари, уларнинг рейтингидан қатъи назар, кескин рақобат туфайли ўз салоҳиятини ошириш имкониятларини изламоқда. Дунёда трансмиллий (миллий чегаралардан ташқарида) даражада бўлган 300 дан ортиқ йирик тизимли меҳмонхона ассоциациялари (меҳмонхоналар занжири) мавжуд. Мутахассисларнинг фикрига кўра, улар жаҳондаги меҳмонхона индустриясидаги хоналар фондининг 50% дан ортигини ташкил қилади.

Глобал меҳмонхона бизнесини бошқаришда меҳмонхона занжирларининг аҳамиятини ошириш жараёни жиддий қарама-қаршилик билан тавсифланади: бир томондан, халқаро меҳмонхона корпорациялари тобора кўпайиб бормоқда, бошқа томондан, кўплаб мамлакатлар ўзларининг халқаро монополиялар билан рақобатлашадиган

миллий меҳмонхоналарини яратмоқдалар.

Дунёнинг барча минтақаларида жойлаштириш воситаларининг хилма-хиллиги ва янги меҳмонхоналар қурилиши жадал олиб борилаётганига қарамай, туристларнинг жойлаштириш хизматларига бўлган талаб ва эҳтиёжлари тўлиқ қондирилмаяпти. Етарли потенциал талабга эга бўлган алоҳида минтақалар (Осиё, Яқин Шарқ, Жанубий Африка)да туристларни жойлаштириш воситаларининг жиддий етишмаслиги кузатилмоқда. Зеро, бу ҳудудлар кўшимча сайёҳлар – потенциал меҳмонларини жалб қилиш учун юқори туристик ресурслар салоҳиятига эга.

Иқтисодий ва илмий-техникавий ривожланишнинг глобал жараёнлари ва сўнгги йилларда ўзини намоён қилган иқтисодий тақрор ишлаб чиқариш жараёнини кўкаламзорлаштириш тенденцияси меҳмондўстлик индустриясида талабнинг янги хусусиятларини вужудга келтирмоқда. Бундан ташқари, меҳмонхона хизматлари ассортиментини кенгайтириш, сифат, хавфсизлик, замонавий технологик даража ва экологик меъёрларга мувофиқлигини ошириш борасида истеъмолчилар томонидан қўйилаётган талаблар ҳам ортиб бормоқда.

**Материал ва метод.** Миллий ва хорижий адабиётларда халқаро меҳмонхоналар тизимига етарлича урғу берилмаган. Тадқиқот жараёнида маҳаллий олимлардан – М.Т.Алиева, А.Умаржонов [1], И.С.Тухлиев, М.Қ.Пардаев [2] ва бошқалар; хорижий олимлардан – J.R.Walker (2010) [3], P.L.Ingram [4], O.Martorell Cunill [5] ва бошқаларнинг илмий тадқиқотларидан фойдаланилди.

Тадқиқотнинг назарий асосини В.А.Кварталнов, Ю.В.Волков, Н.В.Колесник, И.М.Коротйшки, А.Лесник, Л.Г.Лукиянова, Ж.Уокер, В.Янкевич ва бошқаларнинг илмий ишлари ташкил этади.

Ҳозирги вақтдаги “меҳмонхона тармоғи” атамаси меҳмондўстлик

индустриясида узоқ вақтлардан бери фойдаланиб келинмоқда. Дунёдаги меҳмонхона хизматларининг 90% дан ортиғи меҳмонхоналар тармоғи ҳиссасига тўғри келади.

Меҳмонхоналар тармоғи ягона хизмат кўрсатиш стандартларини ўрнатиш ва меҳмонхона томонидан бир қатор хизматларни, жумладан, брон қилиш жойлари, замонавий моддий-техник жиҳозлар, юқори даражадаги хавфсизлик ва бошқа хизматларни марказлаштирилган ҳолда тақдим этиш бошқарув харажатларини сезиларли даражада камайиши ва хўжалик корхоналари рентабеллигини ошишига олиб келмоқда.

Тадқиқот иши давомида кузатиш, қиёслаш, тизимли ва қиёсий таҳлил, статистик гуруҳлаш каби усуллардан фойдаланилди. Хусусан, ўндан ортиқ миллий ва хорижий адабиётларда мазкур мавзуга доир тадқиқотлар ўрганиб чиқилди ва таҳлил этилди. Мавзуга доир бугунги кундаги тенденция баҳоланди.

**Натижалар.** Меҳмонхоналар тармоғининг ривожланиш босқичлари бевосита туризм индустрияси тараққиёти билан боғлиқдир. Илк меҳмон уйлари – замонавий меҳмонхоналарнинг прототиплари бўлиб, саёҳатчиларга хизмат кўрсатиш сифатида узоқ ўтмишда – милoddан аввалги 2 минг йил муқаддам қадимги шарқ цивилизациясида пайдо бўлган.

Илк ўрта асрлар даврида мазкур сектор ўзгариб борди, мазкур муассасалар оддий одамлар учун хизматларини кўрсата бошладилар ва хизматга эътибор бошқача бўлди. Ўша йилларда Ғарбга саёҳат қилишдан асосий мақсад қироллик саройи ёки черков билан боғлиқ эди.

Туристлик корхоналарнинг пайдо бўлишида Яқин Шарқ, Осиё ва Кавказда савдо алоқаларининг ривожланиши катта роль ўйнади. Бу минтақалар ҳудудидан энг йирик савдо йўллари ўтган бўлиб, улар орқали юк ташиш карвонлари ҳаракатланган.

Меҳмонхоналар типидagi

жойлаштириш воситалари XVIII асрда пайдо бўлган. Францияда дастлаб меҳмонхона кўп қаватли уй деб аталган, унда квартиралар бир ой, бир ҳафта ва ҳатто бир кунга ижарага олинган.

Умуман олганда, "меҳмонхоналар тармоғи" деганда қўшма ўзига хос ваколатларни яратиш мақсадида меҳмонхона корхоналари, шунингдек, турдош тармоқлардаги компанияларнинг ягона тузилма ва стратегик ҳамкорлик тизимидаги узоқ муддатли ўзаро манфаатли бирлашмаси тушунилади. Ҳамкорликни ривожлантиришга эса ягона стратегия ва умумий маълумот алмашиш тизими (шу жумладан, умумий бронлаш ва глобал тақсимот тизимлари) ва кучли тармоқ брендига асосланган қўшма ўзаро манфаатли стратегик ҳаракатлар (айниқса, маркетинг соҳасида) асосий роль ўйнайди.

Меҳмонхона тармоқларининг юзага келиши бир неча аср олдинга бориб тақалади. Хусусан, дастлабки халқаро меҳмонхона тармоқларидан бири сифатида штаб-квартираси Англиянинг Ҳоутон Режис шаҳрида жойлашган Британия кўп функцияли меҳмонхона ва ресторан компаниясини келтириш мумкин.

XIX асрда дунёда энг кенг тарқалган меҳмонхона тармоқлари Гонконг ва Германияга тегишли бўлган.

Langham Hospitality Group халқаро меҳмонхоналар тармоғи 1865 йилда Лондонда барпо этилган бўлиб, бу ўша давр учун Европадаги биринчи ўн қаватли бинода ўз фаолиятини бошлаган.

Яна бир меҳмонхона тармоғи Гонконгдаги The Hongkong and Shanghai hotels Limited бўлиб, у 1866 йилда ташкил этилган. Бу компания Гонконг фонд биржасида рўйхатга олиниб, Осиё ва Бирлашган Араб Амирлигидаги муҳим нуқталарда ҳашаматли меҳмонхоналар, тижорат ва турар-жой мулкларига эгалик қилувчи ҳолдинг компания сифатида фаолият олиб борган.

XIX аср охири – XX аср бошларида Европа ва Американинг

йирик шаҳарларида янги миллионерлар ва эски зодагонларнинг саёҳат, мода, ўйин-кулгига талабини қондириш учун мўлжалланган ҳашаматли (замонавий терминологияда беш юлдузли) меҳмонхоналар пайдо бўлди.

Иккинчи жаҳон урушидан олдин Ҳиндистон, Япония ва Францияда меҳмонхона тармоқлари вужудга кела бошлади. Энг кўп меҳмонхона тармоғи АҚШда яратилган.

XX асрнинг бошида Ҳиндистонда Indian Hotels Company Limited ва Японияда Hoshino Resorts меҳмонхона тармоқлари фаолият юритишни бошлади.

Indian Hotels Company Limited компаниясининг биринчи тарихий босқичи 1899 йилдан бошланиб, ҳинд саноатчиси Жамсетжи Татага тегишли Tata Group корпорацияси негизида шўъба корхона сифатида ташкил этилган [6]. Компанияга тегишли биринчи меҳмонхона 1903 йилда Махараштра штатининг Бомбей шаҳрида The Taj Mahal Palace Taj Hotels номи остида яна бир шўъба корхона ишга туширилди ва ҳашаматли меҳмонхоналар тармоғининг бошланишига сабаб бўлди.

Tata Group 1868 йилда ташкил этилган бўлиб, 100 дан ортиқ мустақил компанияларга эга глобал корхонадир. Гуруҳ бутун дунё бўйлаб хизмат кўрсатадиган атрофдаги истеъмолчилар сегментининг ҳаёт сифатини яхшилаш ва компаниянинг барча ҳамкорлари ва бизнес бўлинмалари фаолияти барқарорлигини ошириш миссияси билан олти китъада фаолият юритади.

Меҳмонхона бизнеси чегараларининг кенгайиши сабаб меҳмонхоналар тармоғи Замбия, Мальдив ороллари, Сан-Франсиско, Шри-Ланкада ҳам вужудга кела бошлади.

Яна бир катта меҳмонхоналар тармоғи Hilton Worldwide бўлиб ҳисобланади. У меҳмонхоналар ва дам олиш масканлари тармоғига эгалик қилувчи ва уларни бошқарадиган Америка компаниясидир. Бу компания Hilton Hotels & Resorts халқаро тармоғини бошқаради. 2020 йил ҳолатига

кўра, унинг портфели 118 та мамлакатда 983465 та хонага эга 6215 та объектни ўз ичига олади, шу жумладан, 690 та бошқариладиган ва 5405 та франчайзинг объектлари, жами 953946 та хонани ташкил этувчи бошқариладиган ва франчайзинг мулкани ўзида жамлаган [8].

Компания бозорнинг турли сегментларида 18 та брендга эга, жумладан, уларга Conrad Hotels & Resorts, Canopy by Hilton, Curio – A Collection by Hilton, Hilton Hotels & Resorts, DoubleTree by Hilton, Embassy Suites Hotels, Hilton Garden Inn, Hampton by Hilton, Homewood Suites by Hilton, Home2 Suites by Hilton, Hilton Grand Vacations, LXR Hotels and Resorts by

Hilton, Waldorf Astoria Hotels & Resorts, Signia by Hilton, Tru by Hilton, Tapestry Collection by Hilton, Tempo by Hilton и Motto by Hilton кабиларни киритиш мумкин.

XX аср охирида туризм индустрияси ўзининг энг юқори чўккисига чиқди. АҚШ ва Европа бу соҳада етакчига айланди. 1970 йилларда Халқаро йўналишларда Боеинг 747 пайдо бўлиши билан Days Inn, Super 8 Motels ва Comfort Inns, Four Seasons, Canadian Pacific, Marriott, Hyatt, Sheraton, Radisson Ramada ва бошқа меҳмонхона тармоқлари пайдо бўлди, шунингдек, Шимолий Америка ва ундан ташқарида фаол тарқала бошлади.

#### 1-жадвал

#### Дунёдаги етакчи меҳмонхона тармоқлари ўнталиги рейтинги [19]

Рейтинг кўрсаткичи	Меҳмонхона тармоқлари	Мамлакат	2022 йил (бренд қиймати, млрд. АҚШ долл.)
1	Hilton	АҚШ	12,040
2	Hyatt	АҚШ	5,905
3	Holiday Inn	АҚШ	4,155
4	Hampton Inn	АҚШ	3,928
5	Marriott	АҚШ	2,313
6	Double Tree	АҚШ	2,111
7	Shangri-La	Хитой	1,911
8	InterContinental	Буюк Британия	1,450
9	Embassy Suites	АҚШ	1,437
10	Crowne Plaza	Буюк Британия	1,271

Инфляция нисбатан юқори бўлган 1980 йилларда капитални амортизациядан ҳимоя қилиш учун кўчмас мулкка, хусусан меҳмонхона индустриясига сармоя киритила бошланди.

1990 йилларда бутун меҳмонхона индустрияси мустақил ва ўзини ўзи таъминлайдиган меҳмонхоналардан меҳмонхона занжирларига аста-секин, аммо барқарор ўтишни бошлади.

Шубҳасиз, халқаро тармоқ компаниялари жаҳон иқтисодиётининг глобаллашув жараёнларининг кучайиши билангина оммавий ривожланишга эришди. Дарҳақиқат, охириги 20-25 йил

дунёнинг турли мамлакатларида халқаро меҳмонхона тармоқларининг фаол пайдо бўлиши ва мавжудлигининг кенгайиши билан тавсифланади.

Жаҳон меҳмонхона индустриясидаги замонавий интеграция жараёнлари қуйидаги объектив сабабларга кўра юзага келади:

Биринчидан, ҳар қандай меҳмонхона хизматлари объектининг самарали ва тежамкор ишлашининг муҳим шарти унинг барқарор банлигини таъминлашдир. Шу муносабат билан, ҳар бир меҳмонхона тармоғида занжирга киритилган меҳмонхоналарни юқори талабга эга ўз бронлаш тизими мавжуд.

Шунингдек, меҳмонхонани брон қилиш тизимининг ўзи интеграция жараёнларига (йирик авиакомпанияларга тегишли меҳмонхоналарни брон қилиш тизимлари, шунингдек, мустақил консорциумларга тегишли меҳмонхоналарни бронлаш тизимлари) бўйсунганини таъкидлаш зарур. Ушбу электрон бронлаш тизимларига қўшилишнинг юқори нархи туфайли мустақил меҳмонхоналар бундай тўлов қобилиятига эга эмас.

Иккинчидан, меҳмонхона индустриясининг муваффақиятли фаолияти гарови бўлган юқори сифатли меҳмонхона хизматини шакллантириш кўплаб омилларга боғлиқ, масалан, интерьер дизайни, жиҳозларнинг сифати, ходимларнинг малакаси, аҳоли ва уларнинг мулкӣ хавфсизлигини таъминлаш кабилар. Шу сабабли, глобал меҳмонхона занжирлари ўз стандартлари ва жиҳозлари стандартларига, шунингдек, технология ва хизмат кўрсатиш стандартларига эга. Қабул қилинган меъёрлар ва стандартларга риоя қилишни таъминлаш учун меҳмонхоналар жиҳозлар ва мебеллар ишлаб чиқариш ҳамда таъмирлашни амалга оширувчи йирик марказлаштирилган ихтисослашган корхоналарни ташкил этишга мажбур бўлмоқда. Фақат йирик меҳмонхона тармоқларигина бу мақсадлар учун катта миқдорда пул сарфлашга қодир.

Учинчидан, меҳмонхоналарнинг бандлик даражасини ошириш, янги миқдорларни излаш ва мавжудларини сақлаб қолишга йўналтирилганлиги меҳмонхона хизматлари, миқдорлар, рақобатдош меҳмонхоналар, фаол реклама ва маркетинг бозори конъюнктурасини мунтазам равишда тизимли тадқиқ қилиш, мониторинг ва таҳлил қилиш зарурлигини ҳамда муҳим молиявий, ахборот ва инсон ресурсларидан фойдаланишни талаб қиладиган сиёсатни олдиндан белгилаб беради.

Бундан ташқари, меҳмонхона ходимларининг касбий маҳорати ва

малакасини оширишга бўлган тезкор зарурат, уларнинг хизмат кўрсатиш сифатига таъсирини эътиборсиз қолдирмасликка, шу сабабли меҳмонхона негизида кадрлар тайёрлаш ва малакасини ошириш тизимини яратишга бўлган эҳтиёжни юзага чиқаради.

Шуни ҳам таъкидлаб ўтиш лозимки, меҳмонхоналар занжири бизнесининг инкор этиб бўлмайдиган афзалликларига қарамай, глобал меҳмонхона хизматлари бозорининг муҳим сегментини ташкил этувчи мустақил меҳмонхоналар жойлашувининг ўзига хос хусусиятларидан фойдаланиш, ўзига хослик элементини эркин олиб келиш имкониятидан фойдаланадилар.

Халқаро меҳмонхона тармоқларининг бу жиҳатдан имконияти чекланган, чунки занжирнинг барча меҳмонхоналарида ижобий тажриба ва имижни такрорлаш истаги, тасдиқланган иш усулларининг такрорланиши, меҳмонхона маҳсулотини стандартлаштириш, бир томондан, ходимларни ўқитиш жараёнини соддалаштиради; хизматлар сифатини назорат қилиш ва умуман меҳмонхона бошқаруви, шунингдек, истеъмолчиларнинг кенг доираси эҳтиёжларини қондиришга имкон беради, лекин бошқа томондан, улар муқаррар равишда меҳмонхона хизматларининг "ўртача қийматини" келтириб чиқаради. Бундан ташқари, тармоқ корхонаси тузилмасининг мураккаблиги туфайли самарали назорат қилишда қийинчиликлар мавжуд бўлиб, бу бошқарувнинг мослашувчанлигини йўқотиш, самарасиз қарорлар қабул қилиш ҳолатларини юзага келтиради.

**Хулоса.** Ушбу тадқиқотимиз натижалари меҳмонхоналар тармоғининг кўйидаги характерли хусусиятларини ажратиш кўрсатишга имкон берди:

1) тармоққа киритилган объектларнинг тан олинishi ва идрок бирлигини таъминлайдиган расмий элементлар: товар белгиси (бренд), услублар бирлиги (архитектура ва

интерьер), белгилар ва ташки маълумотлар, худудий жойлашувдаги ўхшашлик;

2) занжирга бирлашган меҳмонхоналарнинг ягона тузилмаси;

3) бир хил даражадаги хизмат кўрсатиш ва қулайлик;

4) фаолият кўрсатишнинг ягона стратегияси: хизмат кўрсатиш, маркетинг, сотишни стандартлаштириш;

5) ягона бошқарув: тармоқ маъмурияти, шартнома ёки франчайзинг шартномаси бўйича профессионал бошқарув компанияси.

Хулоса ўрнида айтишимиз мумкинки, халқаро меҳмонхона занжирларининг шаклланиши ва кенгайиши меҳмонхона хизматларининг жаҳон бозори ривожланиши билан боғлиқ бўлиб, иқтисодийнинг глобаллашуви ва трансмиллийлашувининг умумий тенденциясини акс эттиради.

Меҳмонхона бизнесини ташкил этишнинг тармоқ шакллари иқтисодий тизимларнинг турли шакллари орасида аста-секин етакчи ўринни эгаллайди. Таъкидлаш жоизки, замонавий халқаро меҳмонхона тармоқлари туризм ва меҳмондўстлик саноатининг энг даромадли элементларидан бири сифатида самарали ривожланиш учун мақбул вариантларни изламоқда. Шубҳасиз, меҳмондўстлик саноатининг келажаги меҳмонхона бизнесида

иқтисодийни бошқаришнинг энг самарали усули – халқаро меҳмонхона тармоқларида ётади.

Юқорида қайд этилган тенденцияларни ҳисобга олган ҳолда, мамлакатимиз туристик салмоғини кенгайтириш учун халқаро меҳмонхоналар тизимини ички хизматлар бозорига олиб кириш ва унинг салмоғини оширишга алоҳида эътибор қаратиш лозим.

Ўзбекистон Республикаси Давлат статистика қўмитаси маълумотларига кўра, 2021 йилнинг 1 январь ҳолатига Ўзбекистонда 1156 та меҳмонхона мавжуд бўлиб, худудлар кесимида кўриладиган бўлса, меҳмонхоналар энг кўп жойлашган минтақалар сифатида Тошкент шаҳри (243 та), Бухоро вилояти (193 та), Самарқанд вилояти (149 та) қайд этилган. Бироқ занжирли тизим сифатида фаолият юритувчи меҳмонхоналар фақатгина Тошкент шаҳрида фаолият юритаётганлигини кўришимиз мумкин (Hilton, Hyatt Regency, InterContinental, Wyndham, Courtyard by Marriott). Аммо уларнинг салмоғи хизмат кўрсатиш бозорига ҳалигача етарлича ўрин эгаллагани йўқ.

Шу сабабли, туристик манзилларга ҳамкорлик ёки франчайзинг асосида меҳмонхоналар занжирини олиб кириш мақсадга мувофиқ.

### Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Алиева М.Т., Умаржонов А. Туристтик мамлакатлар иқтисодиёти: ўқув кўланма. – Т.: Молия, 2005. – 276 б.
2. Тўхлиев И.С., Қудратов Ғ.Х., Пардаев М.Қ. Туризмни режалаштириш. Дарслик. – Т.: Иқтисодий-молия, 2010. – 157 б.
3. Albarran A. B. et al. The twenty-first-century media industry: Economic and managerial implications in the age of new media. – Lexington books, 2010. – 287 p.
4. Ingram, P.L. The Rise of Hotel Chains in the United States, 1896–1980 / P.L.Ingram. – New York; London: Garland Publishing, Inc., 1996. – 159 p.
5. Martorell Cunill O. The Growth Strategies of Hotel Chains: Best of Business Practices by Leading Companies / O. Martorell Cunill. – New York: Haworth Hospitality Press, 2006. – 213 p.



6. IHCL. Official website [Electronic resource]. – Access type: <https://www.ihcltata.com>
7. IHCL. Official website [Electronic resource]. – Access type: <https://www.ihcltata.com/our-brands/>
8. Hilton. All Brands [Electronic resource]. – Access type: <https://www.hilton.com/en/>
9. Адлер, Х. Операционные цепи в индустрии гостеприимства/ Х. Адлер, Дж. Р. Рузелли, Р.А. Браймер. – М.: Аспект Пресс, 1995. – 382 с.
10. Астанакулов, О., & Сохибова, М. (2022). Развитие международной гостиничной системы в условиях глобализации мировой экономики. Общество и инновации, 3(1), 49–56. <https://doi.org/10.47689/2181-1415-vol3-iss1-pp49-56>
11. Астанакулов О., & Гойипназаров, С. (2022). Туризм 4.0: возможности применения технологий Индустрии 4.0 в туризме: [https://doi.org/10.55439/ECED/vol23\\_iss3/a51](https://doi.org/10.55439/ECED/vol23_iss3/a51). Экономика и образование, 23(3), 330–337.
12. Большой глоссарий терминов международного туризма/ The Great Glossary of Terms for the International Tourism: в 2 т./ под общей редакцией М.Б. Биржакова и В.И. Никифорова. – СПб.: Издательский дом «Герда», Невский фонд, 2002. – Т. 1. – С. 146–156 ; Т. 2. – С. 169–170.
13. <https://www.statista.com/statistics/808598/chain-hotels-share-by-country-in-europe/>
14. <https://www.tourism-review.com/top-10-world-largest-hotel-groups-news1988#:~:text=1%2F%20Marriott%20International,is%20a%20growth%20of%203.1%25.>
15. [www.lex.uz](http://www.lex.uz) – O‘zbekiston Respublikasi qonunchilik hujjatlari milliy bazasi
16. [www.stat.uz](http://www.stat.uz) – O‘zbekiston Respublikasi Davlat Statistika qo‘mitasi rasmiy sahifasi
17. [www.statista.com](http://www.statista.com) – xalqaro biznes statistikasi platformasi.
18. [www.tourism-review.com](http://www.tourism-review.com) – turizmga oid xalqaro nashriyo
19. <https://brandirectory.com/rankings/hotels/table>