



**“IQTISODIY TADQIQOTLARGA  
ASOSLANGAN OLIY MA’LUMOTLI  
IQTISODCHI KADRLARNI  
TAYYORLASH: MUAMMOLAR VA  
INNOVATSION YECHIMLAR”  
MAVZUSIDAGI**

**XALQARO ILMIY-AMALIY  
KONFERENSIYA  
MATERIALLARI TO‘PLAMI**

**I**



**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIIY TA’LIM, FAN VA  
INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI  
BUXORO VILOYATI HOKIMLIGI  
BUXORO DAVLAT UNIVERSITETI**

**“Iqtisodiy tadqiqotlarga asoslangan oliy ma’lumotli iqtisodchi  
kadrlarni tayyorlash: muammolar va innovatsion yechimlar”  
mavzusidagi**

**xalqaro ilmiy-amaliy konferensiya materiallari to`plami, 2023 yil 6-7  
iyun  
I JILD**

**Collection of materials of the international scientific and practical  
conference "Training highly educated economists based on  
economic research: problems and innovative solutions", June 6-7,  
2023  
I VOLUME**

**Сборник материалов международной научно-практической  
конференции «Подготовка высокообразованных экономистов  
на основе экономических исследований: проблемы и  
инновационные решения», 6-7 июня 2023 г.  
ТОМ I**

**Buxoro – Bukhara – Бухара – 2023**

2. Хамзаева, Д. (2019) “Туристтик маҳсулотлар таклифини мавсумийлаштиришнинг назарий таҳлили” [online] <http://biznes-daily.uz/uz/birjaexpert/67873-turistik-mahsulotlar-taklifini-mavsumiy-lashtirishning-nazariy-tahlili> (Accessed 07.12.2019).
3. Хамидова, Ф.О. (2017) “Развитие регионального туризма в республике Узбекистан”, Дусенко, С.В., Авилловой, Н.Л. (под ред.), *Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в России 2017* материалы международной научно-практической конференции в Москве, Россия, 9-10 марта 2017 г., РГУФКСМиТ, С. 130-136.
4. Хашимов, П.З. и Ким, Т.В. (2014) “Организация и пути совершенствования туристской деятельности в Узбекистане”, *Экономика и финансы*, № 7, С. 43-48.

**Salimova S.F.**  
**BuxDU, Turizm va mehmonxona**  
**хо'jaligi kafedrasi o'qituvchisi**

## **JOYLASHTIRISH VOSITALARI TIZIMINI RIVOJLANTIRISHDA ONLAYN TURISTIK AGENTLIK LAR NING O'RNI**

Hozirki kunda istalgan tadbirkor mehmonxona biznesiga qo'l urarkan, albatta, o'zining xizmatlarini siljitishda birinchi navbatda onlayn band qilish tizimiga ulanishdan boshlasa kerak. Onlayn turistik agentliklarining (OTA) ko'payishi so'nggi 25 yil ichida biznes va jamiyat raqamlashishining eng yorqin misollaridan biridir. PATA (The Pacific Asia Travel Association)<sup>1</sup> tadqiqotlariga ko'ra qisqa vaqt ichida Booking.com, Expedia va Trip.com kabi ulkan OTAlardan tortib 400 ga yaqin kichikroq OTAlargacha sayyohlik bozorining (mehmonxonalar, aviakompaniyalar, paketli turlar, temir yo'l va kruizlar) o'rtacha 40 foizini egallab olishdi. OTA raqamli bozorlarga aylandi, ular B2B va B2C xaridorlarini barcha sayohat mahsulotlari bilan bevosita bog'laydi. Aslida, OTA-larni elektron tijorat platformasi va sayyohlik agentligining aralashmasi sifatida qaralishi mumkin.

OTAlar, albatta, an'anaviy sayyohlik agentliklarining ma'lum bir bozor ulushini olib qo'ygan bo'lsalar-da, ularning joylarini egallamadilar. Dunyo bo'ylab ko'plab onlayn sayyohlik bozorlarida OTA va an'anaviy sayyohlik agentliklari turli xil rollarni bajargani uchun birga ishlatiladilar. Ko'plab sayyohlik korxonalarini (mehmonxonalar, turoperatorlar va boshqalar) OTAlarni ma'lum bir foizida ishlatadilar, shu bilan birga ba'zi segmentlar ya'ni katta yoshdagilar va texnologiyalardan hanuzgacha foydalanishni bilmaydiganlar uchun an'anaviy sayyohlik agentliklaridan foydalanadilar.

Shimoliy Amerikadagi OTA bozori. Qo'shma Shtatlar dunyodagi eng yirik sayyohlik bozori bo'lib, 2019 yilda 2,1 trln. O'sha yili Qo'shma Shtatlarga kelgan xalqaro sayyohlar soni qariyb 80 millionga yetdi. Phocuswright-ning ta'kidlashicha, OTAning ikkita giganti - Expedia va Booking Holdings OTA bozorining 92 foizini tashkil qiladi, ammo AQShda pandemiya oqibatida onlayn sayohat uchun buyurtma 59 foizga pasaygan<sup>2</sup>.

Janubiy Amerikadagi OTA bozori. Despegar, BestDay.com va Price Travel Janubiy Amerikaning asosiy OTA o'yinchilaridir. OTA-lar Argentinada parvozlar va turar joy hamda Meksikada turar joy izlayotgan iste'molchilar ro'yxatida birinchi o'rinda turadi. Boshqa tomondan, 2020 yilgi so'rov natijalariga ko'ra Braziliyaga Meksikaga parvoz aviachiptalarni qidirish va turar joylarni bronlash uchun birinchi raqamli kanaldir.

Statista ma'lumotlariga ko'ra, Booking.com 2019 yilda 67,7% ulush bilan Yevropaning OTA bozoridagi eng yirik o'yinchi hisoblanadi. Expedia va HRS mos ravishda 12,8% va 6,3% bilan ikkinchi va uchinchi o'rinlarni egallagan. Phocuswrightning fikriga ko'ra, mamlakatlar bo'yicha Buyuk Britaniyaning onlayn sayohat bozori Yevropada eng yirik hisoblanadi va mamlakatning onlayn sayohat qilish darajasi dunyodagi eng yuqori ko'rsatkichlardan biri hisoblanadi<sup>3</sup>.

Booking.com-ga egalik qiluvchi Booking Holdings (rasmiy ravishda Priceline Group) kompaniyasi 2019 yilda dunyodagi yetakchi onlayn sayohat agentligi bo'ldi. Uning yalpi savdosi 96,4 milliard dollarni, bu oldingi yilga nisbatan 2 foizga ko'pdir. Shunday qilib, Booking Holdings va Expedia OTA global bozorida, ayniqsa Shimoliy Amerika va Evropada ustunlik qilmoqda.

<sup>1</sup> [www.PATA.org](http://www.PATA.org).

<sup>2</sup> <https://www.phocuswire.com/phocuswright-ota-market-excitement>

<sup>3</sup> <https://www.phocuswire.com/phocuswright-ota-market-excitement>

London Universitet Kollejidagi Neyroagnostika markazi tadqiqotchilari tomonidan o'tkazilgan tadqiqotga ko'ra, odam sayohat qilish, noma'lum va sarguzashtlarni o'rganish uchun tabiiy istakni his qiladi. So'nggi paytlarda sayyohlik agentligi xizmatlaridan voz kechish tendensiyasi kuzatilmoqda. Shunday qilib, daromad darajasi o'rtacha, yoshi 18-30 atrofida bo'lgan sayohatchi yoshlar orasida o'tkazilgan so'rovga ko'ra<sup>1</sup>, odamlarning 58% o'z sayohatlarini mustaqil ravishda tashkil qilishadi. O'z navbatida, biznes eng moslashuvchan tizimlardan biri sifatida odamlarning o'zgaruvchan va rivojlanib borayotgan istaklariga moslashadi. Buning yordamida mustaqil sayyohlik tashkilotini yengillashtirish uchun turli xil xizmatlar juda rivojlangan. Ularning aksariyati sayyoh sayohatni rejalashtirishda paydo bo'ladigan asosiy savoli turar joy bilan bog'liq. Mustaqil sayyohlarning 100 foizi o'zlarining yashash joylarini Internet orqali tanlaydilar. Shu bilan birga, 68% darhol mehmonxonalarni onlayn bron qilish tizimlarining saytlariga kirishadi. 10% Ozon.travel, Ostrovok.ru va Momondo.ru tizimlarini afzal ko'rishadi, 21% Hotellook.ru-dan ham foydalanishadi, ammo bu segmentdagilarning 89%i Booking.com tizimining mijozlari hisoblanishadi.

Ushbu so'rovnoma booking.com saytini tanlaganlarning 64% ma'lumotlar bazasi dunyo bo'ylab 617 mingdan ortiq mehmonxonalarni o'z ichiga olishini sabab sifatida ko'rsatishgan. Shuningdek, 94% saytning qulay interfeysini, 82% - ma'lumotlarning to'liqligini va 29% respondentlar qulay to'lov tizimini va bronni bepul bekor qilish imkoniyatini alohida ta'kidladilar.

Bu tizimda ishtirok etish, ayniqsa, yangi mehmonxonalar uchun zarurdir. Bu agregatorga ishonadigan ulkan auditoriyani jalb qilish va mijozlardan birinchi haqiqiy sharhlarni olish imkoniyatini beradi. Booking.com tizimida juda ko'lab toifadagi joylashtirish vositalari (mehmonxonalar, mehmon uylari, hosteller, motellar, butik otellar) o'zlarining xizmatlarini taqdim etayotganlarini ko'rish mumkin. Dunyo bo'ylab mehmonxonalar va Booking.com xizmati o'rtasidagi hamkorlik o'zaro manfaatdorlikka asoslangan. Mehmonxonaning bunday hamkorlikdan oladigan asosiy afzalligi - bu dunyodagi potentsial mijozlarning ulkan auditoriyasi. Booking.com ularga turar joy variantlarining umumiy ro'yxati orasida bo'lish imkoniyatini beradi va ro'yxatdagi joy mijoz tomonidan o'rnatilgan filtrlar bilan belgilanadi. Shunday qilib, auditoriya segmentlanadi, bu hamkorlik uchun jozibali omil hisoblanadi, chunki maqsadli auditoriyani tanlash biznesning muvaffaqiyati uchun zarurdir.

Xulosa qilib aytganda, dunyo bo'ylab ko'plab sayyohlar boshqa band qilish tizimlariga qaraganda booking.com tizimini ishonchli va xavzsiz deb bilganliklari sababli joylashtirish vositalarining bu tizimda ro'yxatdan o'tishlari nafaqat o'zlarining xizmat va takliflarini sotishda balki brendni siljitishda, mijozlar auditoriyasini kengaytirishda samarali yo'l sifatida qo'llash mumkin.

#### Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. А.Р. Мазурчик Системы интернет-бронирования отелей: взаимовыгодное партнерство как базис для привлечения клиентов (на примере Booking.com) с.255-257.

Marianna Sigala, Roya Rahimi, Mike Thelwall. Big Data and Innovation in Tourism, Travel, and Hospitality/Springer Nature Singapore Pte Ltd. 2019

3. Marta Fernández-Barcala, Manuel González Díaz, Juan PrietoRodriguez. Hotel Quality Appraisal on the Internet: A Market for Lemons?/ Tourism Economics// June 2010. 345-360. <https://www.researchgate.net/publication/230642706>

4. Pa'draig Cunningham Barry Smyth, Guangyu Wu, Derek Greene. Does TripAdvisor Makes Hotels Better?/ Technical Report UCD-CSI-2010-06 December 2010

5. Sarvinoz, S. (2021). The importance of marketing activities in placement tools. Центр научных публикаций (buxdu. uz), 8(8).

6. Isokova, G. S., & kizi Salimova, S. F. (2022). The Influence of Online Reviews on Promotion Accommodation Services. American Journal of Social and Humanitarian Research, 3(6), 367-373.

7. Sarvinoz, S., & Kadirova, S. (2021). Важность веб-сайтов и систем онлайн бронирования в продвижении услуг средств размещений. центр научных публикаций (buxdu. uz), 8(8).

8. Sayfullayeva, M. S. (2022). Directions for the Practice of Sustainable Tourism for Ecotourism Destinations in Uzbekistan. American Journal of Economics and Business Management, 5(12), 98-109.

9. Кадилова, Ш. Х., & Хайруллаева, Н. Н. (2017). Интеграция стратегии на сервисных предприятиях (пример гостиниц бухары" малика"). In Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в россии (pp. 462-469).

10. <https://www.stratosjets.com/blog/online-travel-statistics/>

11. [www.PATA.org](http://www.PATA.org).

12. <https://www.phocuswire.com/phocuswright-ota-market-excitement>

<sup>1</sup> А.Р. Мазурчик Системы интернет-бронирования отелей: взаимовыгодное партнерство как базис для привлечения клиентов (на примере Booking.com) с.255-257.

Ibragimov Nutfillo Salimovich, Yuldashev Kamol Sharifovich. O'zbekistonda mustaqil turizmni rivojlantirishda raqamli iqtisodiyot vositalaridan foydalanish yo'llari .....	352
Aхmatova Moxигул Эргаш кизи. Анализ транспортных услуг и мобильности к достопримечательностям Бухарской области .....	354
Po'lotova Dilnoza Tolibjon qizi, Axrorova Nilufar Uktamovna. Turizm mamlakat iqtisodiyotining asosiy yo'nalishi sifatida .....	356
Sayidova Gulasal Samad qizi, Axrorova Nilufar Uktamovna. Ekologik turizm o'zbekiston iqtisodiyotining asosiy yo'nalishlaridan biri sifatida .....	357
Bozorova Gulasal Okmurodovna, Akhrorova Nilufar Uktamovna. Prospects for the development of rural and agro tourism in Uzbekistan .....	358
Хамзаева Дилфуза Самаровна, Направления сезонизации турпродукта в регионах .....	360
Salimova S.F. Joylashtirish vositalari tizimini rivojlantirishda onlayn turistik agentliklarning o'rni .....	363
Умидбек Комилжонович Бобожонов. Ўзбекистонда аутсорсинг хизматларининг таснифий хусусиятлари.....	365
Sharopova Nafosat Radjabovna. Biznesni muvafaqqiyatli yuritishda marketing tadqiqotlarining roli ....	368
Yulduz Khayitova. Developing tendencies of religious tourism in the world.....	369
Alimova Shaxnoza Oktyamovna, Moxichehra SHodiyeva Shokir qizi. O'zbekistonda avtomobillarni ijaraga berish xizmatlaridan foydalanishning afzalliklari .....	370
Turobov Sherzod Alisherovich. Kambag'allikni qisqartirishda uy xo'jaliklari tadbirkorligining o'rni ...	372
Шомиев Голиб Ўктамович. Тенденции развития рынка медицинских услуг в узбекистане: аналитический обзор.....	374
Назаров Назиржон Нарзиллоевич. Худудларни барқарор ривожлантиришда инсон капиталининг роли .....	376
Хасанова Нафиса Шавкатовна. Инсон ресурсларини бошқариш - ривожланиш гарови.....	377
Shamurotov Sabirjon Bazarbayevich, Mintaqada suv resurslaridan samarali foydalanishga ta'sir qiluvchi omillarni tasniflash.....	378
Ўрокова Дилфуза Бахриддиновна. Мамлакат иқтисодиётида туризм индустрияси улушини кўпайтириш муаммолари.....	380
Агзамов С. И., Курпаяниди К. И. Современные проблемы телекоммуникационного сектора Республики Узбекистан .....	382
Aynaqulov Husniddin Abduxamidovich. Klaster doirasida ishlab chiqarish kooperatsiyasini tashkil etish va yuritishning iqtisodiy konstitutsiyasi .....	384
Saidova Firuza Kamolovna, O'zbekiston moliya bozorida evrobondlarning amaliy zaruriyati va iqtisodiyotga ta'siri.....	385
Shodiyev Bekzod. Qishloq xo'jaligi kooperatsiyasi rivojlanishining ilmiy-nazariy asoslari .....	388
S.M.Raximova. O'zbekistonda tibbiy xizmatlar bozorini rivojlanishining asosiy tendensiyalari .....	390
Ruziyeva Gulinoz Fatillovovna. O'zbekistonda hunarmandchilik klasteri milliy hunarmandchilikni rivojlantirish modeli sifatida.....	392
Олланазаров Б.Д., Файзуллаев Н.Б., Абдуллаев Х. Минтақа иқтисодиёти рақобатбардошлигини оширишда туристик кластерларни шакллантириш ва ривожлантиришнинг ўзига хос жиҳатлари	395
Исомов Бекмурат Сайфиддинович. Роль инвестиционной политики в решении экономических проблем .....	397
Radjabov Odil Olimovich. Promotional measurements of Uzbekistan in abroad for sustainable tourism development .....	399
Н.Б. Файзуллаев, Х. Абдуллаев, У.Б.Исламов. Худудларнинг инвестицион салоҳиятидан самарали фойдаланиш ва инвестицион жозибadorлигини оширишнинг ўзига хос жиҳатлари .....	401
Rahmanova Dildora. Iqtisodiyotda korrupsiya muammosi va ijtimoiy oqibatlarini masalalari .....	403
Sag`dullayev Hamidulla, Buyuk ipak yo'li xalqlari madaniyatiga zamonaviy innovatsiyalar joriy etish yo'llari.....	404
Mardonova Dilrabo Shirinboyevna. Mehmonxona biznesida xizmat ko'rsatish samaradorligini oshirish bo'yicha xorijiy mamlakatlarning ilg'or tajribalari tahlili .....	405
Sharipova Khadicha Rustamovna, Fayzulloev Bakhriddin Sayfulloevich, Kurbonov Azamdjon Jalilovich. Applications of the benchmarking concept to improve the quality of hotel services .....	409
Azamat Sulaymonov. Rivojlanayotgan iqtisodiyotlar oldida turgan strukturaviy muammolar.....	412
Д.Д.Алимова. Воздействие потенциального ресурса на сферу услуг .....	414
Zokirova Manzura Ilxomovna. Turizmدا kadrlar qo'nimsizligining asosiy sabablari.....	416
Allonazarov Ollonazar Norbek o'g'li. Mintaqada mehmonxona xizmatlarini rivojlanish omillari tahlili	417