

ma'lumotlarni to'plab IoT sensorlarini amalga oshirish va ushbu ma'lumotdan sayyohlarni kamroq gavjum joylarga yo'naltirish uchun foydalanilmoqda.

Xavfsizlik masalalari eng muhim jihatlaridan biri hisoblanadi chunki xavfsiz mamlakatlarga asosan turistlar eng ko'p tashrif buyurimoqda. Sayohatchilar va ularning ma'lumotlari xavfsizligi va xavfsizligini ta'minlash uchun biometrik xavfsizlikdan foydalanish mumkin aeroportlar, mehmonxonalar va diqqatga sazovor joylarda xavfsiz va samarali identifikatsiya qilish uchun yuzni aniqlash va barmoq izlarini skanerlashdan foydalanilmoqda hozirgi kunda Qo'shma shtatlarda. Kuzatuv tizimlari masalan shubhali harakatlarni real vaqtda kuzatish va aniqlash uchun ilg'or

Xulosa qilib aytganda, yangi texnologiyalar turizm sohasida innovatsiyalar, o'sish va barqarorlik uchun istiqbolli imkoniyatlarni taqdim etsa-da, ular diqqat bilan ko'rib chiqish va strategik rejalashtirishni talab qiladigan turli xil qiyinchiliklar va xavflarni keltirib chiqaradi. Turizm manfaatdor tomonlari kuchli tomonlardan foydalanish, zaif tomonlarni hal qilish, imkoniyatlardan foydalanish va tahdidlarni yumshatish orqali texnologik o'zgarishlarning dinamik manzarasida harakat qilishlari va turizm kelajagini shakllantirishda raqamli transformatsiyaning barcha imkoniyatlarini ochishlari mumkin. Biroq, ko'pgina afzalliklarga qaramay, yangi texnologiyalarning turizm biznesiga ta'siri o'zining salbiy tomonlariga ham ega bo'lishi mumkin. Texnologiyadan nazoratsiz foydalanish xavfsizlikka oid muammolarni, shaxsiy hayotning buzilishi va texnologiyaga qaramlikka olib kelishi mumkin. Bundan tashqari, sanoatdagi ko'plab kichik va o'rta kompaniyalar uchun yangi texnologiyalarni joriy etish murakkab va qimmatli jarayon bo'lishi mumkin.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Ali Berkay Avci, Gamze Akyol (2023) The role of digital technologies in enhancing heritage tourism
2. Doctor Chaturaporn Sihabutr (2012) Technology and international specialisation in tourism. 121-122 pp.
3. Gulomkodiroya, M. S. Qizi. (2024). A STUDY ON VARIOUS E-RECRUITMENT TOOLS AND ITS EFFECTIVENESS FOR RECRUITMENT. QO'QON UNIVERSITETI XABARNOMASI, 10(10), 32-34. <https://doi.org/10.54613/ku.v10i10.902>
4. Gulomkodiroya Mamura Saydumarxon qizi. (2024). A STUDY ON SAFETY MEASURES IMPLEMENTED BY LE ROMA GARDENIA RESORT (VRS INFRA) DURING THE COVID-19 PANDEMIC. Galaxy International Interdisciplinary Research Journal, 12(2), 78-84. Retrieved from <https://giirj.com/index.php/giirj/article/view/6446>

BUXORO MINTAQASIDA ONLAYN TUROPERATOR BIZNES MODELLARINI ISHLAB CHIQISH ASOSIDA TURIZMNI BARQAROR RIVOJLANTIRISH

Kadirova Shafolat Xabibulloyevna,
Buxoro davlat universiteti, o'qituvchi,
shafokatkadirova@gmail.com

Annotatsiya: Mazkur maqolada Buxoro mintaqasi misolida onlayn turoperator biznes modellarini shakllantirish va ular orqali turizmni barqaror rivojlantirish masalalari ilmiy asosda tahlil qilinadi. Jahon turizm bozorida internet texnologiyalari va raqamli platformalar ahamiyati tobora ortib borayotgani bois, Buxoro mintaqasi ham sayyohlik xizmatlarini innovatsion asosda modernizatsiya qilish zarurati bilan duch keldi. Ushbu maqolada mahalliy turoperatorlar uchun biznes modellarning yangi avlodi – onlayn platformalarni ilmiy asosda ishlab chiqish va amaliyotda joriy etish orqali mintaqada turizmni barqaror rivojlantirish imkoniyatlari ko'rib chiqiladi. Shu bilan birga, onlayn turoperatorlik faoliyatida axborot-kommunikatsiya

texnologiyalarining imkoniyatlari, turoperatorlar o'rtasida hamkorlik mexanizmi, maqsadli bozorlar bilan ishlash strategiyasi va barqarorlik mezonlari bayon qilinadi.

Kalit so'zlar: Buxoro, onlayn turoperator, barqaror turizm, raqamli platformalar, IT-infratuzilma, biznes modeli, Canvas, xalqaro integratsiya, madaniy meros, innovatsion xizmatlar, ekoturizm, ziyorat turizmi, klasterlash, marketing strategiyasi, ish o'rinlari, barqaror rivojlanish.

Kirish: Turizm jahon iqtisodiy tarmoqlari ichida eng tez o'sib borayotgan sohalardan biri hisoblanadi. Jahon sayyohlik tashkiloti ma'lumotlariga ko'ra, so'nggi yillarda turizm sohasi global yalpi ichki mahsulotda salmoqli o'rin egallamoqda va ko'plab mamlakatlarda ish o'rinlari yaratilishi hamda hududlar infratuzilmasini yaxshilashda muhim drayver sifatida ko'rilmogda[11]. Ayniqsa, Markaziy Osiyo mamlakatlari o'rtasida Y'zbekiston turizm salohiyati uchun boy tarixiy-madaniy merosga, tabiiy resurslarga ega. Buxoro esa ushbu merosning yorqin namunalaridan biri sifatida e'tiborni tortadi.

Buxoro dunyoning ko'plab sayyohlari uchun tarixiy ahamiyati baland, madaniy yodgorliklarga boy, nodir an'analarga ega jozibador hududlardan biridir. Lekin XXI asrda sayyohlik xizmatlari ko'rsatishda raqamli texnologiyalar va onlayn platformalar keng joriy etila boshlagani tufayli, an'anaviy turoperatorlik faoliyati ham tarixda qolishi, yangi biznes modellar esa muhim ahamiyat kasb etishi kerak. Shu bois, Buxoro mintaqasida onlayn turoperatorlik biznes modellarini ilmiy asosda ishlab chiqish va amaliyotga joriy etish, turizmni barqaror rivojlantirishda ustuvor vazifaga aylanadi.

Buxoro viloyatida turizmni rivojlantirishda hukumat dasturlari, investorlar e'tiborini jalb qilish, ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish infratuzilmasini yaxshilash, tarixiy obidalarni tiklash choralari bilan birga, yangi onlayn platforma va raqamli yekotizimlar nizomi joriy etish asosiy masalaga aylanib bormogda[9]. Bu holatda, mamlakatimiz rahbariyati tomonidan turizm sohasida raqamlashtirish va zamonaviy axborot texnologiyalarini keng jalb etish bo'yicha bir necha qarorlar qabul qilindi. Bunda onlayn turoperatorlar o'zining qulay interfeysi, tezkor ma'lumot almashinuvi, gibril marketing kanallari va xizmat ko'rsatish sifatini oshirishda muhim rol o'ynaydi.

Mazkur tadqiqotda adabiyotlar sharhi, tizimli yondashuv, qiyosiy tahlil, Canvas biznes modeli, ekspert suhbatlari va statistik ma'lumotlar tahlilidan keng foydalanildi. Ushbu uslublar onlayn turoperatorlik, raqamli iqtisodiyot, barqaror turizm masalalaridagi ilg'or tajribalarni sistematik tarzda o'rganish va Buxoro mintaqasining iqtisodiy-huquqiy hamda ijtimoiy xususiyatlariga mos ravishda moslashtirish imkonini berdi. Natijada, IT-infratuzilma, mijozlar segmenti, huquqiy baza, marketing strategiyalari, xodimlar malakasi, hamkorlar bilan o'zaro aloqalar kabi omillar o'rtasidagi o'zaro bog'liqlik chuqur baholanib, nazariy hamda amaliy tavsiyalar ishlab chiqildi. Shu tariqa tadqiqot doirasida shakllangan xulosa va tavsiyalar onlayn turoperatorlik modelini Buxoro mintaqasida muvaffaqiyatli joriy etishga xizmat qilishi kutilmogda.

Asosiy qism: Turizmni barqaror rivojlantirish tushunchasi oxirgi 2-3 o'n yillikda keng ommalashdi. S. Gyoransson barqaror turizmni eng avvalo mahalliy jamoa manfaatlarini hisobga olgan holda, ekologik muvozanat va iqtisodiy samaradorlikni ta'minlaydigan tizim sifatida izohlaydi[3]. U ta'kidlaganidek, turizmdan asosiy maqsad nafaqat iqtisodiy foyda olish, balki undan ham ko'ra muhimroq jihat – madaniy merosni asrash, tabiiy resurslarni kelgusi avlodlar uchun tejamkorlik bilan ishlatishdir.

A. Makdonald ta'kidlashicha, barqaror turizmga texnologiyalardan (shu jumladan, onlayn platformalardan) foydalanish, sayyohlarni saralash va ular uchun maxsus xizmatlar paketi yaratish uzluksiz ravishda sifat va samaradorlikni oshirish imkonini beradi. Bunda «smart turist» tushunchasi yuzaga keladi, ya'ni sayyohlar onlayn manbalar orqali o'zlariga mos marshrutlar va xizmatlarni qamrab oladi[5].

Onlayn turoperatorlar, avvalo, raqamli iqtisodiyotda muhim o'rin egallaydigan «servis platformalar» hisoblanadi. Kotler va Armstrong marketing nazariyasida onlayn platformalarni «ikki tomonlama bozorlar» deb ko'rib chiqib, turoperatorlar holatida «sayyohlar – xizmat

ko'rsatuvchilar» o'rtasida vakolatli bog'lovchi sifatida taniqlidir. Shu jumladan, Buxoro kabi tarixiy shaharlarning sayyohlik mahsulotini global bozorda tanitishda onlayn turoperatorlar platformaviy yondashuvni taklif etadi[4].

Turoperatorlik biznes modellarining eng muhim ko'rsatkichlaridan biri – bu mijozlarga tezkorlik va qulaylik yaratish, tur paketlarni yaxshilash, onlayn bronlash imkoniyati, to'lovlar xavfsizligi va individualizatsiya darajasi. Tomas Kuk tarixiy misolida turoperatorlik asrlar davomida yuksalgan bo'lsa-da, raqamli transformatsiyaga kechikkan kompaniyalar bozordan chiqib ketishi mumkinligi hayotda ko'rindi[2]. Zamonaviy biznes modellarda mijozlarga tezkor xizmat ko'rsatish, qayta aloqa mexanizmi, mobil ilova orqali marshrutlar, elektron chiptalar, audiogid, virtual turlar taklif qilish kabi sharoitlar eng muhim raqobat ustunligi sifatida e'tirof etiladi.

Yaroshenko onlayn turoperatorlikni mintaqaviy turizm rivojlanishiga katta turtki beruvchi omil deb ta'kidlaydi. Uning fikricha, Rossiyada har qanday viloyatda ham onlayn platformalar yo'qligi prichina bo'lib, sayyohlik mahsuloti mahalliy darajada qolib ketadi va global bozorlarda yetakchi o'rin egallash mushkullashadi[12].

B. Osmanoglu Turkiya modelida onlayn turoperatorlar ichki va tashqi turistlar oqimini birdek quvvatlovchi gibrid tizim sifatida ko'rinishini aytadi. Unda ichki sayyohlik xizmatlarini (mehmonxona bronlash, transport, ekskursiyalar) eksport bilan bir vaqtda qo'llab-quvvatlash maqsadida yagona platforma joriy etilgan. Bu platforma orqali mahalliy taomlar festivali, madaniy an'analar, tarixiy meros, yo'l ko'rsatkichlari, ko'ngilochar maskanlar to'g'risida to'liq ma'lumotlar taqdim etiladi. Natijada Turkiya hududlari o'rtasida ham, xorijiy bozorlar bilan ham onlayn aloqa mustahkamlanadi[6].

Fransiyada onlayn turoperatorlar mamlakat brendini qo'llab-quvvatlash, mintaqa brendini rivojlantirish va mahalliy hududlar o'rtasida resurs almashinuvini yaxshilashni maqsad qiladi[1]. Germaniyada innovatsion aylanma mablag'lar ko'pligi, mexmonxona biznesi jana transport infrastrukturasini juda rivojlangani sabab onlayn platformalarni yaratish uchun zarur sharoitlar shakllangan[8].

Barcha o'rganilgan manbalardan ko'rish mumkinki, onlayn turoperatorlik – bu an'anaviy turoperatorlikni to'lik inkor qilmaydi, balki uning raqamli shakli bo'lib, tezkorlik, qulaylik, ko'plab xizmatlarni bir joyda yig'ish, texnologiyalar bilan integratsiya qilish imkoniyatini beradi. Shu bois, Buxoro kabi tarixiy shaharlar uchun onlayn turoperatorlar mag'zida o'ziga xos milliy madaniyat, xizmat ko'rsatish standartlari va muhandislik infratuzilmasini hisobga olgan holda ishlab chiqilishi eng maqsadga muvofiqdir.

Buxoro – tarixiy, madaniy va me'moriy yodgorliklari bilan dunyoning turli chekkalaridagi sayyohlarni jalb etib keluvchi qaldirg'och shaharlardan biri. Shahar 2500 yildan ortiq tarixga ega bo'lib, shu davr mobaynida turli uyg'un arxitektura, qadimiy bozorlar, madaniy hamda diniy maskanlarga boyligi bilan ajralib turadi. Buxoro shahridagi masalan, Labi Hovuz majmuasi, Kalon Minor, Masjidi Kalon, Chor Minor, Mir Arab madrasasi, Ark qo'rg'oni, Bolo Hovuz masjidi kabi bir qator tarixiy obidalar UNESCO tomonidan muhofaza qilinadigan jahon merosi ro'yxatida ham mavjud.

Viloyat ma'muriy markazidan tashqari, Romitan, Jondor, Gijduvon, Shofirkon, Vobkent, Kogon kabi tumanlar hududida ham ko'plab tarixiy obidalar, nodir bino va majmualar, hunarmandchilik markazlari joylashgan. Aynan shu hududlar turistlar uchun turli tashrif marshrutlarini shakllantirishda katta imkoniyatlar beradi. Mahalliy tasavvuf merosi, xalq an'analari, gastronomik turizm, dam olish obyektlari, ekoturizm obyektlari – bularning barchasi turizmni yanada rivojlantirishi mumkin.

Onlayn turoperatorlar uchun Buxoro mintaqasining o'ziga xos jihatlari:

1. Buxoroning boy tarixiy merosi onlayn platformalar uchun quda qiziqarli kontent manbai bo'lib xizmat qiladi. Turli tarjimalarda tayyorlangan saytlar, audiogidlar, 3D-turlar yaratish imkoni bor.

2. Buxoro Xalqaro aeroporti, "Buxoro–Toshkent" temir yo'l aloqasi, avtomobil yo'llari – bular onlayn turoperatorlar uchun sayohat paketlarini oson shakllantirish imkonini beradi. Turistlar uchun integratsiyalashgan jadvallar va bronlash tizimini yo'lga qo'yish mumkin.

3. Buxoro shahar markazida joylashgan mehmonxona, xostel, madaniy markazlar, restoranlar, tarixiy bozorlar va amaliy san'at ustaxonalari – bularni bir tizimda ma'lumot beruvchi onlayn platforma sayyohlar uchun juda qulay.

4. Keyingi yillarda mobil operatorlar tomonidan internet sifati yaxshilanishi, Wi-Fi zonalar paydo bo'lishi sababli, Buxoro turizm bozorida onlayn bronlash, elektron to'lov sistemalari, QR-kod gidlar, elektron xarita kabi imkoniyatlar bir necha barobar oshdi.

5. "Ipak yo'li" maqomidagi tarixiy shaharlar, Buxoro brendini ilgari surish turizmida kuchli brending vositasi bo'lib, onlayn platformalarda katta auditoriyani jalb etishi kutilmoqda.

Demak, Buxoro mintaqasi onlayn turoperatorlar uchun nafaqat an'anaviy xizmat ko'rsatish, balki innovatsion raqamli texnologiyalar bilan uyg'unlashgan xizmatlarni joriy qilishda keng imkoniyatlar taqdim etadi.

Biznes model – bu korxonaning qiymat yaratish, tarqatish va zaxiralardan daromad ko'rish jarayonlarini tushuntiruvchi konseptual namuna[7]. Onlayn turoperatorlikda biznes model asosida mijozlar segmenti, qiymat takliflari, kanallar, mijozlar bilan munosabat, daromad manbaalari, asosiy resurslar, asosiy faoliyat, hamkorlar va xarajat tuzilmasi modullari shakllanadi.

Onlayn turoperatorlar esa sayyohlar va xizmat ko'rsatuvchilar (mehmonxona, transport, gidlar, restoranlar, madaniy ob'ektlar) o'rtasida bog'lovchi markaz vazifasini o'taydi. Ular nafaqat agent sifatida, balki ittilof yoki platformaviy biznes modelda ishtirok etib, muhim ma'lumot potoklarini boshqaradi, bronlashni amalga oshiradi, to'lovini ta'minlaydi, reytinglar shakllantiradi.

Quyida 1-jadvalda onlayn turoperator uchun tuzilgan Canvas biznes modelining asosiy bo'limlari keltirilgan. Mazkur jadvalda berilgan ma'lumotlar turizm xizmatlari bozorida qanday qiymat taklif qilinishi, xizmatlar qanday kanallar orqali ko'rsatilishi, daromad manbaalari, asosiy resurslar va xodimlar potentsiali, hamkorlar bilan munosabatlar hamda umumiy xarajat tuzilmasiga oid yo'nalishlarni aniq ifodalaydi. Bu model onlayn turoperatorning raqobatbardosh bo'lishi, mijozlar ehtiyojlarini tezkor va sifatli qondirishi hamda barqaror daromad olishiga xizmat qiladi.

1-jadval.

Onlayn turoperator biznes modeli.

Canvas bo'limi	Mazmuni
Mijozlar segmentlari	- Buxoro tarixiy majmualari, muzey va qadimiy obidalarini ko'rishni istagan turistlar; - Ziyoratchilar, ya'ni ma'naviy-marifiy, diniy maskanlarga tashrif buyuruvchilar; - Ishbilarmonlik turizmi bo'yicha - konferensiya, biznes uchrashuv va ko'rgazmalarga keladiganlar; - Maxsus guruhlar (yakka tartibda sayohat qiluvchilar, hamrox bilan sayohat qiluvchilar); - Ta'lim turizmi yoki ilmiy-ekskursiya maqsadida keladiganlar; - Turli yoshdagi oila a'zolari bilan Buxoroga sayohat qiluvchilar.
Qiymat takliflari	- Buxoro tarixiy majmualariga individual yoki guruhli safarlar, diqqatga sazovor maskanlar, qadimiy bozorlar, ustaxonalar; - Madaniy festival, xalq taomlari, hunarmandchilik o'choqlari - an'anaviy bayramlar, festival va ustaxona safari; - Interaktiv xizmatlar, ya'ni mobil ilova, marshrutlar interaktiv xaritasi, audiogid va QR-kod excursiyalar;

	- Qo'shimcha imkoniyatlar - mehmonxona, transport chiptalari, gid-tarjimon, shou-dasturlar, transfer, sug'urta va h.k.
Kanallar	- Onlayn platformalar, misol uchun Veb-sayt, mobil ilova, ijtimoiy tarmoqlar (Instagram, Facebook, Telegram, TikTok, Twitter); - Onlayn reklamalar - Google Ads, Yandex Direct orqali maqsadli auditoriyani qamrab olish; - Hamkorlar - aviakompaniya, temir yo'l, mehmonxona tarmoqlari bilan o'zaro integratsiya; - Offlayn va onlayn ko'rgazmalar - turistik yarmarkalarda oflayn taqdimot bo'limlari, matbuot anjumanlari.
Mijozlar bilan munosabat	- 24/7 call-markaz va onlayn chat - mijozlarga tezkor javob berish, rezervatsiya, ma'lumot almashinuvi; - Avtomatlashtirilgan eslatmalar - e-pochta yoki SMS orqali xabardor qilish, eslatish; - Mijozlar fikrlarini tahlil qilish, xizmat sifatini doimiy baholash va yaxshilash.
Daromad manbaalari	- Tur paketlar sotish - kompleks paket (mehmonxona, transport, ekskursiya, gid) yoki alohida xizmatlar; - Komissiyalar, ya'ni mehmonxona, restoran, muzey, transport korxonalaridan ma'lum foiz olib turish; - Reklama - onlayn platformada banner, maxsus takliflarni joylashtirish; - Eksklyuziv xizmatlar, tezkor xizmat ko'rsatish, maxfiylik, yuqori darajali turpaketlar.
Asosiy resurslar	- Raqamli platforma - IT-infratuzilma (sayt, mobil ilova, serverlar, ma'lumotlar bazasi, xavfsizlik); - Mutaxassislar - gidlar, sayyohlik bo'yicha maslahatchilar, IT mutaxassislar, dizaynerlar, marketing mutaxassislari; - Ma'lumotlar bazasi, foto va video materiallar, 3D-turlar, virtual sayohatlar; - Hamkorlik shartnomalari - mehmonxona, restoran, transport va boshqalar bilan hamkorlik bitimlari.
Asosiy faoliyat	- Mijozlar bilan ishlash - onlayn bronlashni tashkil etish, buyurtmalarni ko'rib chiqish, ko'maklashish; - Tur va marshrutlar yaratish - mahalliy xususiyatlarga ko'ra maxsus turpaketlar ishlab chiqish, marketing; - IT tizimini rivojlantirish - mobil ilova, veb-saytni yaxshilash, xavfsizlik, tezkorlikni oshirish; - Hamkorlar bilan muzokaralar - shartnomalar tuzish, o'zaro komissiya foizlari va mas'uliyatni aniqlash.
Hamkorlar	- Mehmonxona, transport, restoranlar, suvenir do'konlari - tur paketlar uchun qulaylik va interfeysni yaratish; - Davlat idoralari, turizm qo'mitalari, madaniy muassasalar - ruxsatnomalar, dasturlar, festival va ko'rgazmalarda hamkorlik; - Onlayn to'lov tizimlari - PayPal, Visa, MasterCard, Uzcard, Click, Payme, Apelsin; - Loyihaviy hamkorlar - investitsiya jamg'armalari, bandlik agentligi va boshqalar.
Xarajat tuzilmasi	- IT-platforma loyihasi - dasturiy ta'minot, server, domenga oid xarajatlar, texnik yordam; - Marketing va reklama - raqamli reklamalar, SEO, SMM, turli ko'rgazma-

	yarmarkalarda qatnashishl - Xodimlar maoshi - mutaxassislar, qo'shimcha malaka oshirish, treninglar; - Ofis xarajatlariga ijara haqi, mebel, uskuna va kommunal xizmatlar.
--	--

Yuqoridagi 1-jadvalda berilgan ma'lumotlar orqali onlayn turoperator faoliyatida eng muhim jihatlar aniq ko'rinadi. Xususan, mijozlar segmenti va qiymat takliflari, turli kanallar orqali reklamaga e'tibor qaratish, tur paketlarni sotishdan olinadigan daromad manbaalari, IT-resurslar va hamkorlar bilan munosabatlardan kelib chiqadigan xarajatlar tuzilmasi – barchasi Canvas modelida izchil tizimlashtirilgan. Aynan shu elementlarning har biri Buxoro mintaqasi sharoitida chuqur tahlil qilinishi va moslashtirilishi lozim.

Buxoro viloyatida bir necha turistik firmalar bo'lgan bo'lsa-da, ular asosan an'anaviy turoperatorlik bilan shug'ullanadi. Onlayn bronlash tizimi mavjud to'lqin bilan hamkorlik qiluvchi ayrim firmalar (masalan, Booking.com, Airbnb, Expedia) ko'proq mehmonxona bronlash bo'yicha ishlaydi, biroq regional darajada to'liq onlayn turoperator sifatida faoliyat olib boradigan kompaniyalar soni cheklangan.

Viloyatda keyingi yillarda internet tezligining yaxshilanishi, sayyohlar uchun yangi mobil ilovalar ("My Bukhara" kabi) paydo bo'lishini kuzatish mumkin. Biroq bu ilovalar ko'proq ma'lumot (guideline) taqdim etish bilan cheklanadi, to'liq onlayn bronlash, yo'llanma rasmiylashtirish, to'lovlar, guruhlik turlar tashkil qilish kabi jarayonlarini to'liq qoplashi kam uchraydi[10].

Iqtisodiy tahlildan ko'rinib turibdiki, masofaviy xizmat ko'rsatuvchi, ilg'or texnologiyalarga ega onlayn turoperatorlar tashkil etish yoki tashqi platformalar bilan hamkorlikni kuchaytirish mintaqada sayyohlik oqimini ko'paytirish imkonini beradi. Shu sababli, Umuman olganda, bu yo'nalishni rivojlantirishda asosiy e'tibor raqamli xizmat sifatini yaxshilash, mijozlar dasturlari, kompaniyalar, brend, logistika bilan ta'minlash, xavfsizlik kafolati kabi masalalarga qaratilishi lozim[9].

Onlayn turoperator biznes modelini ishlab chiqishda, eng avvalo, turli mijozlar segmentlariga mos xizmatlarni ko'zda tutish zarur: ichki turizm bo'yicha mahalliy dam olish, o'quv va ma'rifiy safarlar, xorijiy sayyohlar uchun tarixiy, madaniy yoki eko-yo'nalishdagi turlar va ishbilarmonlik turizmini qamrab oladigan biznes uchrashuvlar, ko'rgazma hamda konferensiya paketlarini taklif qilish maqsadga muvofiq. Bunda bir joyda barcha xizmatlarni birlashtirish (mehmonxona, gid, transport, bronlash tizimi) va interaktiv xaritalar orqali sayyohlarga tanlovni yengillashtirish kabi "qiymat taklif" elementlari muhim o'rin tutadi. Raqamli platforma esa mobil ilova, veb-sayt va ijtimoiy tarmoqlar bilan uyg'unlashgan bo'lishi, real-time rejimida bronlash va to'lov imkoniyatlari (PayPal, Visa, MasterCard, UnionPay, UzumPay, Payme, Click, Apelsin) bilan ta'minlashi zarur. Shuningdek, SEO va SMM vositalari yordamida saytni ilgari surish, Google Ads, Yandex kabi platformalarda maqsadli reklamani yo'lga qo'yish va mehmonxona hamda transport korxonalari bilan hamkorlik dasturlarini ishlab chiqish marketingning ustuvor vazifalari bo'lib xizmat qiladi.

Hamkorlikda muvaffaqiyatga erishish uchun mehmonxona, restoran va safar agentliklaridan tortib, mahalliy hokimiyat hamda Turizm qo'mitasigacha ishtirok etadigan "yadroviy platforma" tashkil etish dolzarb. Daromad modelida tur paketlari sotishdagi marja, mehmonxona va boshqa xizmatlardan olinadigan komissiya, VIP-paketlar hamda reklamadan tushadigan mablag'lar ustun ahamiyatga ega. Buxoro sharoitida esa ziyorat turizmini to'g'ri yo'lga qo'yish (tasavvuf, maqbara, masjid va boshqa diniy-insoniy qadriyatlar), amaliy san'at (kulolchilik, gilam, zarbozlik, hunarmandchilik ustaxonalariga tashrif), ta'lim turizmi (ma'rifiy ekskursiyalar, mahalliy institutlar bilan hamkorlik), ekoturizm (Shofirkon, Vobkent, Romitan va boshqa tabiiy hududlarda sog'lomlashtiruvchi, eko-sayohatlar) hamda turizm-hunarmandchilik klasterlarini birlashtirib, "travel & craft" kabi paketlarni taklif qilish foydali bo'ladi.

Amaliyotga joriy etish mezonlari sifatida esa, birinchidan, xavfsiz va barqaror IT-infratuzilmani (server, domen, SSL-sertifikat, to'lov shlyuzlari) shakllantirish; ikkinchidan, onlayn turoperator sifatida rasmiy litsenziya olish, huquqiy kafolatlar va chet el to'lovlari bilan ishlash bo'yicha ruxsatnomalarga ega bo'lish; uchinchidan, raqamli xavfsizlik, foydalanuvchi ma'lumotlarini himoya qilish va huquqiy nizolarning oldini olish choralari belgilash; to'rtinchidan, xodimlar (IT mutaxassis, turizm bo'yicha ekspertlar, chet tillarida so'zlasha oladigan gidlar) malakasini oshirish; beshinchidan, xorijiy tillardagi sifatli kontent, bir necha tilda ishlovchi onlayn platforma va xalqaro ko'rgazmalarda ishtirok etish kabilarni qamrab oluvchi marketing rejasini yaratish talab etiladi. Shu tariqa, Buxoroning boy tarixiy-madaniy merosi va zamonaviy raqamli yechimlar uyg'unligi orqali onlayn turoperatorlik rivojiga zamin yaratiladi.

Barqaror rivojlanishni ta'minlashda ikkita asosiy yo'nalish bor: ekologik va ijtimoiy barqarorlik, iqtisodiy barqarorlik. Onlayn turoperator biznes modellarini ishlab chiqishda bu ikkala jihat ham hisobga olinishi kerak[3].

1. Tashriflar yo'nalishlarini maqbullashtirish, tabiiy muhitni muhofaza qilish, chiqindilar, suv sarfi, transport uglerod izini kamaytirish, "hayotiy turizm" tamoyillarini joriy etish;

2. Mahalliy aholi turizmdan manfaatdorligi, daromadlari ortadi, kasb-hunar o'rganadi, madaniy an'analar taraqqiy etadi;

3. Daromadlar o'sishi, eksport salohiyati kuchayishi, ish o'rinlari yaratilishi, mintaqaning soliq bazasi kengayishi.

Onlayn turoperatorlar tizimi orqali sayyohlar oqimining oshishi mahalliy iqtisodda turizmdan tushadigan daromadlar bazasini kengaytiradi, chunki tashriflar ko'paygach, mehmonxona, restoran, gid qizmetlari va suvenirler sotuvi ortib, mahalliy biznes yanada rivojlanadi. Shu bilan birga, safar muddatini uzaytirish mehmonlar tomonidan ko'proq sarf-xarajatlar bajarilishini ta'minlaydi, bu mablag'lar esa mahalliy bozorda qolib, multiplikativ samarani oshiradi. Natijada, Buxoro kabi tarixiy hududlar hunarmandchiligi, san'at va salomatlik turizmi infrastrukturasi "eksport qilinayotgan" xizmat sifatida ko'riladi, bu esa mintaqada ish o'rinlari ko'payishi, aholi daromadlari o'sishi va iqtisodiy mustahkamlikka yordam beradi.

Shnayder va Myuller yozishicha, Germaniyada onlayn turoperatorlar orqali turistlar oqimida 15–20% o'sish kuzatilgan[8]. Bunda mahalliy mehmonxona, restoranlar, turli xizmat ko'rsatuvchilar yalpi tushumlari oshgan. Buxoro mintaqasi uchun ham shunga o'xshash tirajda ko'rsatkich qayd etilishi mumkin.

Onlayn turoperatorlik modeli joriy etilishi natijasida iqtisodiy, ijtimoiy va ekologik jihatdan birdek samaralarga erishish mumkin: bir tomondan ish o'rinlari, ayniqsa ayollar bandligi ortishi, mahalliy aholining chet tillarini o'rganishi, hamkorlikda oilaviy bizneslar rivojlanishi, ikkinchi tomondan raqamli texnologiyalar orqali qog'oz sarfini kamaytirish, "yashil" transport va rekreatsion ko'taruvchanlikni hisobga olish, tarixiy obidalarni muhofaza qilish imkoniyati oshadi; shu bilan birga «Bukhara Online Tourism» kabi yagona integratsiyalashgan platforma yaratilishi, dastlab grant yoki investorlar hisobiga IT infratuzilma bilan bog'liq xarajatlarni qoplash, mahalliy hokimiyat va Turizm qo'mitasi bilan hamkorlikda bir necha tilda kontent tayyorlash, TripAdvisor, Booking, Airbnb singari xalqaro maydonlar bilan integratsiya qilish, maxsus guruhlar uchun paketlar ishlab chiqish hamda Google Maps, Yandex.Maps kabi ilovalarda joylashuv tochkalarini joriy etish hisobiga raqamli marketingni rivojlantirish tavsiya etiladi.

Xulosa: Buxoro mintaqasi O'zbekistonda tarixiy, madaniy merosi bilan ajralib turuvchi asosiy sayyohlik markazlardan biri hisoblanadi. Biroq zamonaviy sharoitda sayyohlik xizmatlarini faqat an'anaviy usullar bilan rivojlantirish imkoniyatlarni cheklaydi. Jahon miqyosida onlayn turoperatorlik ulushi ortayotgani, raqamli texnologiyalar turistlar uchun tezkor, shaffof va qulay xizmatlar yaratish imkonini berishi – bu sohada raqobatni kuchaytirdi. Shunday ekan, Buxoro mintaqasi ham raqamli iqtisodiyot shart-sharoitlariga moslanishi, innovatsion biznes modellarni joriy etishi lozim.

Onlayn turoperator biznes modellarini ilmiy asosda ishlab chiqishda yetakchi xorij ilmiy manbalardan ko'rilgan tajribalar shuni ko'rsatadiki, tarixiy-madaniy merosga boy hududlar platforma asosida tizimli ravishda birlashganida natijalar yaxshiroq bo'ladi. Bu platformalar sayyohlarga hudud haqida keng qamrovli ma'lumot, tezkor bronlash, elektron chipta, to'lov imkoniyatlari, audiogidlar, interaktiv xarita va bevosita marshrutlar taqdim etishi bilan ajralib turadi. Natijada sayyohlar oqimi oshadi, mahalliy iqtisodiyotda yangi ish o'rinlari vujudga keladi, madaniy meros sara tarzda targ'ib etiladi. Ijtimoiy, ekologik va iqtisodiy barqarorlikka erishish yo'lida ham raqamlashtirish muhim vosita bo'ladi.

Olib borilgan izlanishlardan xulosa qilish mumkinki, Buxoro mintaqasida onlayn turoperator biznes modellarini joriy etish orqali turizmni barqaror rivojlantirish uchun muhtoj bo'lgan asosiy shartlar – mukammal IT-infratuzilma, mutaxassislar malakasi, huquqiy va me'yoriy baza, davlat idoralari, xususiy sektor hamda mahalliy aholi hamkorligi, qolaversa, tashqi bozorlar bilan yaqindan hamkorlik (xorijiy platformalar bilan integratsiya) talab etiladi. Shu yo'nalishda amalga oshiriladigan keng ko'lamli chora-tadbirlar 2030 yilga borib mintaqada turizm eksport hajmi va ish o'rinlari sonini bir necha barobar oshirishi, barqaror rivojlanish indikatorlarini yaxshilashi kutiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Boulanger, P. (2018). *Le tourisme numérique en France: Innovations et défis*. Paris: Éditions du CNRS.
2. Cook, T. (2019). *Reflections on Tour Operating in the Digital Age*. London: Harrington Press.
3. Göransson, S. (2018). *Hållbar turism: Teori och praktik*. Stockholm: Norstedts Akademiska Förlag.
4. Kotler, P., & Armstrong, G. (2021). *Principles of Marketing* (18th ed.). New Jersey: Pearson Education.
5. McDonald, A. (2020). *Sustainable Tourism and Smart Tourist Concepts in the UK*. Oxford: Oxford University Press.
6. Osmanoğlu, B. (2017). *Türkiye'de Online Tur Operatörlerinin Gelişimi ve Dijital Pazarlama*. Ankara: Turizm Geliştirme Merkezi Yayınları.
7. Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons.
8. Schneider, K., & Müller, T. (2019). *Digitalisierung und Tourismus: Neue Geschäftsmodelle in Deutschland*. Berlin: Springer Gabler.
9. State Committee of Tourism of Uzbekistan. (2022). *Tourism Development Report: Bukhara Region 2022–2025*. Tashkent: Uzbektourism.
10. Turizm Vaqti. (2022). *Bukhara Tourism and Local Apps: Contemporary Perspectives*. Tashkent: Turizm Vaqti.
11. UNWTO. (2021). *World Tourism Barometer*. Retrieved from <https://www.unwto.org/>
12. Yaroshenko, V. (2021). *Rozvitie onlayn-turizma v Rossii: tendentsii i perspektivy*. Moskva: Izdatelstvo ekonomiki.

EKOLOGIK TURIZMNI TASHKIL ETISHNING KONSEPSIYASI, O'ZIGA XOS XUSUSIYATLARI VA IQTISODIY JIHATLARI

Muratov Aziz Akbarovich,

Qo'qon universiteti, "Xalqaro turizm va iqtisodiyot" kafedrası, o'qituvchisi, e-mail:

azizmuratov24@gmail.com.

Annotatsiya: Ushbu tadqiqot doirasida biz kelajakda ekologik turizmni tashkil etishning asosiy jihatlari ko'rib chiqamiz. Zero, ekologik inqirozlar davrida turizmning ushbu turi butun dunyoning ijtimoiy, iqtisodiy va ekologik rivojlanishi uchun tobora muhim ahamiyat kasb etmoqda. Tadqiqotimizda ekologik turizmni tashkil etish va rivojlantirish bo'yicha amalga oshirilayotgan ishlar ko'lamini, uning o'sishi uchun qulay shart-sharoitlar yaratish uchun moddiy-