O‘ZBEKISTONDA TURIZM XIZMATLARI BOZORINI RIVOJLANTIRISHDA ONLAYN BRONLASH PLATFROMALARINING ROLI VA ISTIQBOLLARI

Ismatillayeva Sitora Sayfidin qizi
Buxoro Davlat Universiteti
sitorabonu2012@gmail.com

Annotatsiya. *Bugungi raqamli iqtisodiyot sharoitida turizm sanoatida xizmat ko‘rsatish, ularni sotish va iste’molchilarga yetkazib berish jarayonlari borgan sari internet provayderlaridagi platformalar va mobil dasturlar yordamida amalga oshirilmoqda. Bu platforma va dasturlar sayohatchilarga sayohat davomida ularga zarur bo‘luvchi joylashtirish vositalari (mehmonxona, xostel, motel), transport vositalari chiptalari (aviachiptalar, temiryo’l chiptalari), transport ijarasi, sug’urta va boshqa ko‘plab xizmatlarni o‘zlariga qulay joy va masofadan turib izlash, mos parametrli narxlar diapazoni bilan tanishish va ularni taqqoslash, shu bilan birga o‘zlariga mos keluvchi tanlovlarni band qilish imkonini yaratadi. O‘zbekiston sharoitida esa ushbu onlayn platformalarni rivojlashtirish mamlakatning madaniy merosi, ziyorat turizm, gastronomik turizm va boshqa turistik yo‘nalishlarni xalqaro bozorda hech qanday vositachilarsiz targ’ib etishni taqozo etadi. Onlayn bronlash tizimlarini joriylanishi natijasida mahalliy joylashtirish vositalari, turoperatorlar va boshqa kichik biznes subyektlariga mamlakatimizga tashrif buyuruvchi turistlarga ham o‘z xizmatlarini taklif qilish imkonini beradi.*

Kirish so‘zlar: *raqamli turizm, onlayn bronlash tizimlari, mobil ilovalar, turizm xizmatlari*

Аннотация: *В современной цифровой экономике процессы предоставления, продажи и оказания услуг в сфере туризма всё чаще осуществляются через платформы, поддерживаемые интернет-провайдерами, а также посредством мобильных приложений. Такие платформы и приложения позволяют путешественникам находить и бронировать необходимые туристические услуги: проживание (в отелях, хостелах, мотелях), билеты на транспорт (авиа- или железнодорожные), аренду автомобилей, страховку и многое другое. Пользователи могут выполнять поиск из любого удобного места, просматривать варианты в*

зависимости от заданных ими критериев, сравнивать предложения и выбирать то, что наилучшим образом соответствует их потребностям. Для Узбекистана развитие подобных онлайн-платформ имеет ключевое значение: они позволяют продвигать на международном рынке национальное культурное наследие, паломнический и гастрономический туризм, а также другие туристические направления — и всё это без участия посредников. Кроме того, внедрение систем онлайн-бронирования дает возможность местным объектам размещения, туроператорам и другим представителям малого бизнеса предлагать свои услуги напрямую туристам, посещающим страну.

Ключевые слова: *цифровой туризм, системы онлайн-бронирования, мобильные приложения, туристические услуги*

Abstract. *In today's digital economy, the processes of providing, selling, and delivering services within the tourism industry are increasingly being facilitated through online platforms and mobile applications. These platforms and applications enable travelers to search for essential travel services—such as accommodation (hotels, hostels, motels), transport tickets (air and rail), vehicle rentals, insurance, and more—from any convenient location. Users can review and compare options based on specific price ranges and parameters, as well as book the services that best suit their needs. In the context of Uzbekistan, the development of such online platforms is essential for promoting the country's cultural heritage, pilgrimage tourism, gastronomic tourism, and other tourism segments on the international market—without the need for intermediaries. Furthermore, the implementation of online booking systems allows local accommodation providers, tour operators, and other small businesses to offer their services directly to tourists visiting the country.*

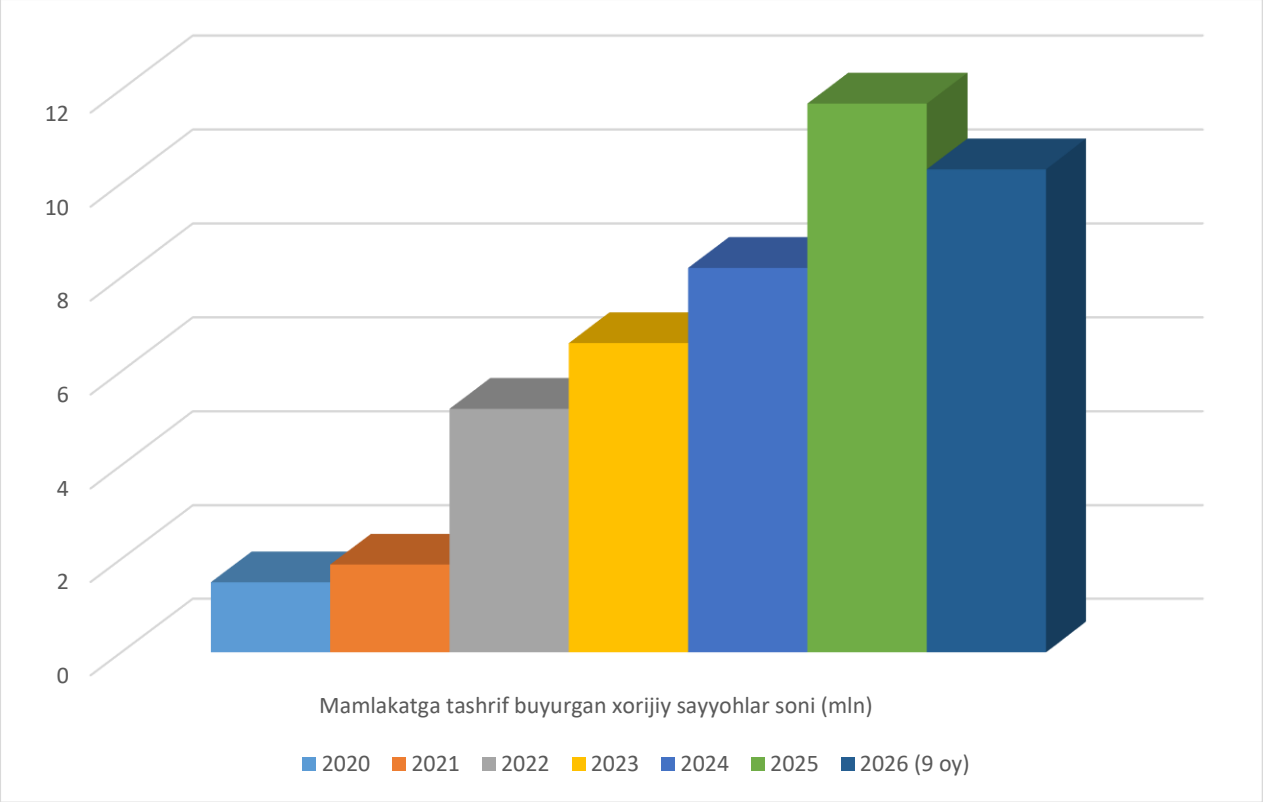
Key words: *digital tourism, online booking system, mobile application, tourism services*

Turizm sanoatidagi xizmatlarni internet orqali sotish iste'molchilarga ham sotuvchilarga ham anchagina manfaatli, shu bilan birga mavjud imkoniyatlarning kengayishiga muhim omil hamdir. Onlayn bronlash tizimlari sayohatchilarning o‘z safarlarini mustaqil rejalashtirish va uni inviduallashtirishga bo‘lgan ehtiyojini ham ortishiga turtki bo‘ladi. Yana bir tomondan olib qaraganda turizm infratuzilmalari (joylashtirish obyektlari, turoperatorlar, aviakompaniyalar) o‘rtasidagi raqamli raqobatning kuchayishiga ham zamin yaratadi. Onlayn bronlash tizimlari va ularning mobil dasturlari esa kichik va o‘rta turizm

korxonalariga xalqaro bozorlarga chiqishning imkonini vujudga keltiradi. Shuni ta'kidlab o'tish joizki, bu tizimlar orqali turizm xizmatlari bozorida ma'lumotlar, narxlar va bronlarni boshqarish samaradorligini oshirish zarurati ham shakllanadi.

Onlayn bronlash platformasi- turistik xizmatlarni internet orqali qidirish, taqqoslash, band qilish va bronlash jarayonlarini boshqarishga xizmat qiluvchi raqamli tizimdir. Bugungi kunda bu tizimlarni xizmatlar turiga ko'ra bi rnecha turga bo'lish mumkin. Joylashtirish vositalarini bronlash platformalari, bunda mehmonxonalar va turar joylardagi taklif etiluvchi xizmatlari, ularning xarakteristikasi, narxsi va qo'shimcha ma'lumotlari bilan tanishish imkoni mavjud. Bu tizimlari orasida Booking.com, Expedia va Agoda kabilari dunyoda millionlab sayohatchilarga o'z tanlovlarini qilishda eng maqbul platformalar sanaladi. Aviakassa va transport bronlash platformalari. Bunda aviakompaniyalarning rasmiy saytlari orqali reyslar jadvali bilan tanishish, chiptalarni tanlash va ularni bronlash, shu o'rinda ularni onlayn xaridini ham amalga oshirish mumkin. Skyscanner, Google Flights, Kayak hamda Aviasales singari tizimlar aviachiptalar narxini taqqoslashga ko'maklashadi. Turpaketlar va ekskursiyalarga mo'ljallangan platformalaridan esa turistlar gid xizmatlari, shaharlar va davlatlarga mavzuli ekskursiyalar, transferlar va tayyor holdagi turpaketlarni sotib olishda foydalanishadi. Bevosita bronlash tizimlari esa yuqoridagilardan farqli ravishda mehmonxona yoki turoperatorlarning shaxsiy web sahifalari, mobil ilovasi yokida mahalliy platfromalari orqali bronlashni tashkil etadi. Ular mijozlar bilan bevosita aloqani o'rnatib, vositachilarga bo'lgan bog'likni kamaytirgan holda faoliyat yuritadi.

O'zbekistonda onlayn bronlash platformalarining ahamiyatini asoslash uchun avvalo, mamlakatdagi turizm bozorining o'sish dinamikasini ko'rib chiqish zarur. Rasmiy statistic ma'lumotlarga qaraganda, 2026-yilning yanvar-sentabr oylari davomida O'zbekistonga jami 10 306 786 nafar xorijiy sayyoh turizm maqsadidan tashrif buyurgan. Bu ko'rsatkich o'tgan yilning mos davriga nisbatan 20,4 foizga ko'p bo'lib, turistik xizmatlar eskporti 5,5 milliard AQSh dollariga yetgan.



Manba: O‘zbekiston Respublikasi Milliy Statistika qo‘mitasi.

Ushbu ko‘rsatkichlar turistik xizmatlarga bo‘lgan talab kundan kunga ortib borayotganini ko‘rsatadi.Ammo shuni ham inobatga olish zarurki, turistlar sonining o‘sishi onlayn bronlash hajmi ham aynan shu su’atda oshib borayotganini anglatmaydi. Mamlakatimizda yaqin yillarda milliy turizm xizmatlarini yagona raqamli muhitda birlashtirishga qaratilgan tashabbuslar amalga oshirilishi boshlandi. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2024-yil 24-dekabrdagi “Turizm sohasini raqamlashtirish va turistik xizmatlarni yagona platformaga birlashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi qarori asosida Ekologiya, atrof-muhitni muhofaza qilish va iqlim o‘zgarishi vazirligi hamda Raqamli texnologiyalar vazirligi hamkorligida “sayohat.uz” — Milliy turizm yagona platformasi ishlab chiqildi. Bu platforma foydalanuvchilarga mahalliy joylashtirish vositalarini onlayn band qilish va baholash, mamlakatimizdagi turoperator, turagent va gid xizmatlaridan foydalanish, taksi va avtatransport ijarasi xizmatlariga ulanish, O‘zbekistondagi avia, temir yo’l, avtobus, muzey va madaniy obyektlarning chiptalarini xarid qilish va bu xaridlarni milliy va xalqaro to‘lov tizimlari orqali amalga oshirish imkoniyatini taqdim etdi. Yana bir quvonarli tomonida shundaki, ushbu platforma orqali statistic ma’lumotlarni real vaqt rejimida onlayn kuzatib borish mumkin. Ushbu platforma 2025-yilning 1-sentabridan sinov tariqasida ishga tushirilgan edi. Platformadagi ma’lumotlar esa 14 ta xorijiy tilga tarjima qilinib, “Uztrans” tizimi, shuningdek “O‘zbekiston

temir yo‘llari”, “Uzbekistan Airways” va boshqa turistik infratuzilmalarning tizimlari bilan integratsiya qilinishi rejalashtirilgan.

O’zbekiston Respublikasi Prezidentining 2025-yil 18-noyabrdagi “Ekologiya va turizm sohalarida aholi talablariga tezkor javob bera oladigan boshqaruv tizimini yaratish chora-tadbirlari to’g’risida”gi PF–217-son Farmoniga muvofiq 2026-yil 1-iyuldan boshlab yagona platforma va mobil ilova orqali sayohat yo‘nalishlarini tuzish, transport turlarini integratsiya qilish, chiptalarni onlayn xarid qilish va turistik obyektlarga yagona chipta tizimini joriy etish choralari belgilangan. Qolaversa, ushbu farmonda 2030-yilgacha turizm sohasini rivojlantirish uchun yalpi ichki mahsulotning ulushini 7 foizgacha yetkazish, chet ellik sayohatchilarning soni 20 milliongacha yetkazish , ular orasida to‘lov qobiliyati yuqori bo‘lgan turistlar oqimini ko‘paytirish uchun 4 va 5 yulduzlik mehmonxnalar sonini 2 baravarga oshirish, O‘zbekistonning turistik shaharlari o’rtasidagi transport bog’lanishini yaxshilash, ichki aviaqatnovlar sonini ko’paytirish hamda yo’lga sarflanadigan vaqtni kamida 3 baravarga qisqartirish va eng asosiysi dunyoda keng e’tirof etiluvchi O‘zbekiston turistik brendini yaratish hamda milliy turistik mahsulotlarni ommalashtirish uchun yangi instrumentlarni joriy etish maqsadlari ham alohida belgilab berilgan. Shuningdek prezident farmonlariga ko‘ra 2026-yil yakuniga qadar milliy turizm yagona platformasi doirasida “Xavfsiz shahar” apparat-dasturiy kompleksi bilan integratsiya qilgan holda respublika hududlariga turistlar oqimlari (toifalarga qarab) va ularning xohishlarini tahlil qilish, personallashtirilgan marshrutlar va takliflarni yaratish, shuningdek, narx shakllanishi va resurslar taqsimlanishi kabi imkoniyatlarni nazarda tutuvchi sun’iy intellekt va katta hajmdagi ma’lumotlarni tahlil qilish tizimi joriy etilishi ham ko’zda tutilgan.

Mamlakatimizda turizm solahiyatini xalqaro bozorlarda keng targ‘ib qilish maqsadida dunyoning eng mashhur va ilg‘or onlayn bronlash platformalari-Expedia Group, Amedeus IT Group va Trip.com bilan qo‘shma xalqaro marketing kompaniyasi o‘z faoliyatini boshladi. Bu targ‘ibot kompaniyasi yuqori salohiyatli maqsadli bozorlarni qamrab olishi rejalashtirilgan. Bular sirasiga Buyuk BRitaniya, Yaponiya, Xitoy, AQSh, Tailand, Indoneziya, Daniya, Norvegiya, Shvetsiya va Finlandiya singari davlatlari kiritilishi aytil o‘tilgan. Kompaniyaning faoliyat doirasida O‘zbekistonning sayyohlik salohiyati dunnyoning eng rivojlangan raqamli turizm platformalarida doimiy yoritib boriladi. Shu bilan birga, O‘zebkistonga bag‘ishlangan maxsus sahifalar yaratiladi, tahririy maqolalar chop etiladi va reclama materiallari web saytlar, mobil ilovalar, ijtimoiy tarmoqlar va hamkorlik tarmoqlari orqali keng

audiyoriyaga yetkaziladi. Rejaga ko‘ra, ushbu targ‘ibot ishlari doirasida 180 milliondan ortiq reklama namoyishlari amalga oshiriladi. Bu esa O‘zbekistonning turizm brendini xalqaro maydonda yanada mustahkamlash, mamlakatning tarixiy-madaniy merosi, zamonaviy infratuzilmasi va sayyohlik imkoniyatlarini millionlab xorijiy foydalanuvchilarga tanishtirish imkonini beradi. Ushbu targ‘ibot kampaniyasi ommaviy auditoriyadan tashqari, xalqaro sayohatlarga katta mablag‘ sarflaydigan, sifatli turistik xizmatlar va noyob sayohat yo‘nalishlarini izlovchi yuqori daromadli sayyohlar segmentini qamrab olishga qaratilgan. Bu esa O‘zbekistonga tashrif buyuruvchi turistlar soni bilan bir qatorda, ularning mamlakat iqtisodiyotiga qo‘shayotgan iqtisodiy hissasini ham oshirish imkonini beradi.

O‘zbekistonda onlayn bronlash platfromalariga bog‘liq bo‘lgan muammolar yo‘q ham emas. Platfromalarning rivojlanishi fonida turistik korxonalar va iste’molchilarga qiyinchilik tug‘diruvchi ayrim tashkiliy, texnik va iqtisodiy muammolar ham ko‘zga ko‘rinib qoladi. Iqtisodiy hamkorlik va taraqqiyot tashkiloti ham aynan shu muammolarga bag‘ishlangan hisobotni ham taqdim etgan.

1-jadval

Muammo	Turizm bozoriga ta’siri	Taklif etiladigan yechim
Xalqaro platformalarga qaramlik	Komissiya xarajatlari va vositachilikka bog‘liqlik	Bevosita bronlash kanallarini rivojlantirish
Mahalliy korxonalarning raqamli ko‘nikmalari cheklanganligi	Platformalardan to‘liq foydalanmaslik	O‘quv kurslari va maslahat xizmatlari
Turistik xizmatlar ma’lumotlarining tarqoqligi	Narx va mavjudlik haqida noaniqlik	Yagona axborot almashinuvi standartlari
To‘lov va bronlash jarayonlaridagi texnik muammolar	Buyurtmalar yo‘qolishi yoki tasdiqlanishining kechikish	Integratsiyalashgan to‘lov va bronlash tizimlari
Mijozlar ma’lumotlari xavfsizligi	Ishonchning pasayishi va ma’lumotlar sizib chiqishi xavfi	Axborot xavfsizligi va maxfiylik choralarini kuchaytirish
Hududlar o‘rtasidagi raqamli tafovut	Chekka hududlardagi turistik xizmatlarning kamroq ko‘rinishi	Hududiy turizm subyektlarini platformalarga ulash

Manba: OECD Tourism Trends and Policies

O‘zbekistonda raqamli turizmni rivojlantirishda yuqoridagi jadvalda keltirilgan muammolarni empiric tadqiqotlar orqali tekshirish hamda tahlillar asosida yangi stereotiplar ishlab chiqish ayni muddao. Shu bilan birga Onlyan

bronlash platformalarini rivojlantirish uchun mehmonxona, transport, ekskursiya va turistik obyektlar xizmatlarini bitta raqamli muhitda birlashtirish lozim. Bu turistlar uchun juda ham qulay bo‘ladi. Ayni shu yo‘nalish esa Vazirlar Mhakamasining tegishlu qarorlarida ham raqamlashtirish tashabbuslari bilan uzviy bog‘langan.Sun’iy intellektdan foydalanishda esa turistlarning qiziqishlari, safar budjeti va sayohat muddatiga mos tavsiyalar berish, chatbotlar orqali savollarga javob qaytarish hamda marshrutlarni avtomatik shakllantirish imkoniyatlari mavjud. Kichik turizm korxonalarini raqamlashtirish orqali esa bugungi kunda O‘zebkistonda ommalashgan oilaviy mehmon uylari, mahalliy malakasi gidlar va kichik turoperatorlarni onlayn bronlash tizimlariga ulash xizmatlar taklifini ancha kengayishiga imkon yaratdi. Bunda soda interfeys, maqbul narxdaagi dasturiy vositalar va malakali xodimlarning o‘zi ham yetrali. Xalqaro turizm borzorlarga kirish uchun raqamli marketingni rivojlantirish. Bunda ommalashgan bronlash tizimlari bilan hamkorlik qilish, ko‘p tilli xizmatlarni joriy etish va mahalliy to‘lov imkoniytalarini rivojlantirish zarur. Bular esa o‘z navbatida turistlarni oqimini jalb etishga xizmat qilishi mumkin.

Xulosa o‘rnida barchasini umumlashtirgan holda quyidagilar mamlakatimizda turizm bozori xizmatlarini rivojlantirishda kattagina hissa qo‘shadi deb o‘ylayman. Yagona bronlash ekotizimini shakllantirish. Milliy turizm platformasida mehmonxonalar, transport, ekskursiyalar va turistik obyektlar haqidagi ma’lumotlarni o‘zaro integratsiya qilish. Mahalliy biznesni qo‘llab-quvvatlash. Kichik turizm korxonalariga onlayn bronlash tizimlarini joriy etish uchun texnik maslahat, o‘qitish va raqamli vositalardan foydalanish imkoniyatlarini kengaytirish. Xalqaro va bevosita savdo kanallarini uyg‘unlashtirish. Xalqaro platformalar orqali yangi mijozlarni jalb qilish bilan birga, korxonaning o‘z sayti va mobil ilovasi orqali bronlash imkoniyatini rivojlantirish. Platformalar samaradorligini baholash. Bronlar soni, konversiya darajasi, bekor qilingan buyurtmalar ulushi, mijozni jalb qilish xarajati va vositachilik komissiyalarini muntazam tahlil qilish. Ma’lumotlar xavfsizligini ta’minlash. Mijozlar ma’lumotlarini himoya qilish, bronlash tasdiqlarining ishonchliligini oshirish va to‘lov jarayonlarini xavfsiz tashkil etish. Hududiy turizmni raqamlashtirish. Samarqand, Buxoro va Xiva kabi mashhur yo‘nalishlar bilan bir qatorda kamroq tanilgan hududlardagi turistik xizmatlarni ham raqamli platformalarda targ‘ib qilish.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. O‘zbekiston Respublikas Prezidentining “O’zbekiston Respublikasi Turizm qo’mitasi faoliyatini tashkil etish va turizm sohasini jadal rivojlantirish chora-tadbirlari to’g’risida”gi 2025-yil 20-noyabrdagi qarori. URL:https://www.president.uz/oz/lists/view/8692?utm_source=chatgpt.com

2. O’zbekiston Respublikasi Prezidentining “Ekologiya va turizm sohalarida aholi talablariga tezkor javob bera oladigan boshqaruv tizimini yaratish chora-tadbirlari to’g’risida”gi 2025-yil 18-noyabrdagi PF–217-son Farmoni. URL: https://lex.uz/uz/docs/-7847353

3. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining “Turizm sohasini raqamlashtirish va turistik xizmatlarni yagona platformaga integratsiya qilish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi 2024-yil 7-dekabrdagi 820-son qarori. URL: https://lex.uz/docs/7253950

4. O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi. O‘zbekistonga kelgan xorijiy turistlar soni, 2012–2025-yillar URL: https://siat.stat.uz/data/1038/?lang=en

5. O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasi. 2026-yilning 9 oyida O‘zbekistonga tashriflar soni. URL: https://stat.uz/uz/matbuot-markazi/qo-mita-yangiliklar/70619-9-ojda-zbekistonga-10-3-mln-nafar-turist-tashrif-buyurdi-2

6. OECD. OECD Tourism Trends and Policies 2020. URL: https://www.oecd.org/en/publications/oecd-tourism-and-policies-2020_6b47b985-en.html

7. Ismatillayeva S.S. “Jahonda bronlash tizimlarining rivojlanish bosqchilari evolutsiyasi”.“Innovations in technology and science education” ilmiy jurnali, volume 4, issue 30, 165-170- betlar

8. Ismatillayeva S.S. “Global darajada faoliyat yuritadigan bronlash tizimlarining ilg’or xorij tajribalari”. “Muhandislik va iqtisodiyot” Respublika OAK jurnali, 2025-yil dekabr 12-son, 396-402- betlar

9. Ismatillayeva S.S. “Onlayn bronlash tizimlari: turlari, xususiyatlari va ajralib turuvchi belgilari” “Yashil iqtisodiyot va taraqqiyot” Respublika OAK jurnali, 2026-yil yanvar 1-son, 1314-1319-betlar