ONLAYN TURISTIK BOZORNING MOHIYATI VA HOZIRGI TENDENSIYASI

Nasriddinov Shohrux Zayni o‘g‘li
Buxoro davlat universiteti, turizm (faoliyat turlari bo‘yicha) mutaxassisligining 2-bosqich magistranti

Annotatsiya: So‘nggi o‘ttiz yillikda xizmatlarning xalqaro savdosi tovar savdosining o‘sishidan yuqori bo‘ldi. Xalqaro miqyosda sotiladigan xizmatlar ulushi Xizmatlar doirasida turizm katta hajmga ega. Raqamli vositalarning paydo bo‘lishi turizmga sezilarli ta’sir ko‘rsatdi. Dunyo bo‘ylab sayohatchilar soni ortib bormoqda ularning sayohatlari onlayn sayohat agentliklariga, raqamli foydalanuvchi tomonidan yaratilgan kontentga va boshqalarga tayanadi. Onlayn turistik bozor yaqin o‘n yillikda an’anaviy turistik bozorga nisbatan kengayib borishi statistic ma’lumotlar tahliliga qarab bashorat qilinmoqda.

Kalit so‘zlar: onlayn turizm bozori, onlayn sayohat, internet, onlayn turizm bozor xizmatlari.

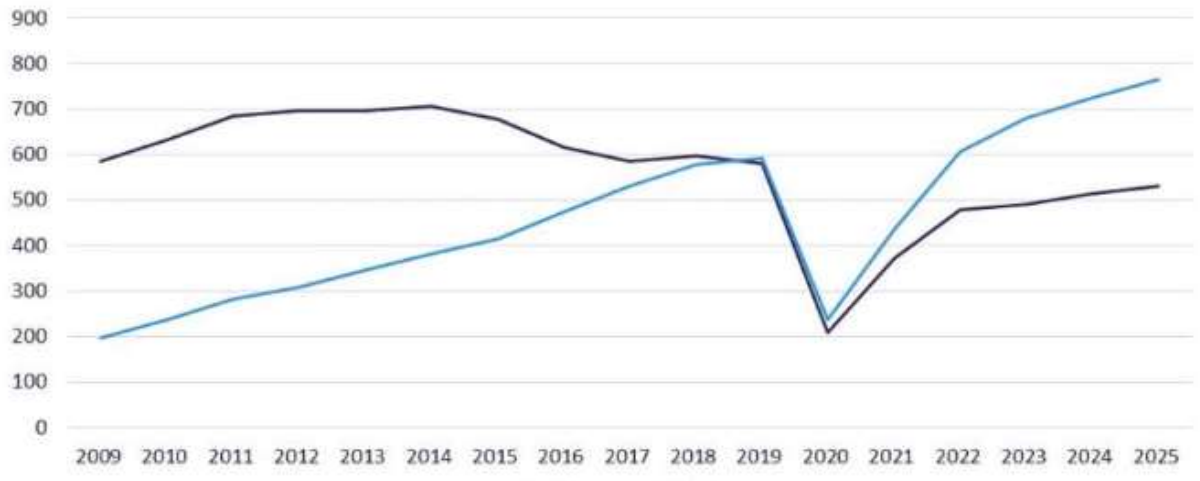
Bugungi kunda onlayn turizm bozori global miqyosda o‘sib bormoqda, bu Internetga kirishning ortishi, rivojlanayotgan turizm bozorlaridagi odamlarning xarid qobiliyatining oshishi va World Wide Webda turli xil sayohat variantlarini solishtirish qulayligi bilan bog‘liq. Onlayn turizm bozori sayohat mahsulotlarini tarqatishning yangi shakli sifatida belgilangan, bu yerda yetkazib beruvchi, xizmat ko‘rsatuvchi provayder mahsulot va xizmatlarni asosan Internet orqali bir guruh mijozlarga jismoniy joylashuvidan qat’iy nazar taklif qiladi[1]. Onlayn turizm bozori sayyoh, turoperator yoki sayyohlik agentini qulay almashinuvlar uchun elektron vosita bilan jihozlaydi. Bugungi kunda dunyo bo‘ylab foydalanuvchilar guruhlari turistik mahsulotlar va xizmatlardan foydalanish to‘g‘risida qaror qabul qilishni qo‘llab-quvvatlovchi onlayn texnologiyalarni qo‘llash ommalashib bormoqda.

Shubhasiz, onlayn turizm bozori to‘g‘ridan-to‘g‘ri bron qilish, elektron to‘lovlar, Biznesdan biznesga (B2B) va Biznesdan iste’molchiga (B2C) mahsulot sotuvchilari, sayohat agentlari, sotuvchilar va mijozlar o‘rtasida savdo ishlashga imkon beruvchi platforma sifatida paydo bo‘lgan. Uning kompyuterlashtirilgandagi hissasi 70-yillarning bron qilish tizimi (CRS), 80-yillarning Global tarqatish tizimlari (GDS) va hozirgi kundagi eng moslashuvchan internet va internet tizimlari juda muhim hisoblanadi.

So‘nggi o‘n yil ichida ko‘pgina sanoat tarmoqlari tobora ko‘proq raqamlashtirilmoqda. Onlayn sayohat sanoati, birinchi navbatda, sayohat elektron tijorat saytlari va sharh saytlaridan iborat. Sayohat e-tijorat veb-saytlari reyslar, turar

joy va avtomobil ijarasi kabi sayohat mahsulotlarini sotishga ixtisoslashgan. Ularni to‘g‘ridan-to‘g‘ri sayyohlik kompaniyasining veb-sayti yoki onlayn sayohat agentligi orqali sotib olish mkoniyatiga ega. Ayni paytda, Tripadvisor kabi sayohatlarni ko‘rib chiqish veb-saytlari sayohatchilarga mehmonxonalar, restoranlar va boshqa mehmondo‘stlik tajribalari haqida o‘z fikrlarini onlayn joylashtirish imkonini berib kelmoqda. Ushbu kompaniyalar ko‘pincha o‘z saytlarida reklama orqali daromad keltiradilar[3].

Hozirda butun dunyo bo‘ylab onlayn sayohat bozori hajmi 462 mln dollarni tashkil etmoqda [4]. (1-rasm). Sayohat sanoati 2021-2027 yillar oralig‘ida yillik murakkab o‘sish sur’ati 10,58% ga o‘sishi prognoz qilinmoqda — o‘shanda u 1463,98 milliard dollarni tashkil qilishi kutilmoqda[5]. COVID-19 sayyohlik va sayyohlik sanoati kompaniyalariga raqamli strategiyalarga, shu jumladan global onlayn sayohat bozoriga tez sarmoya kiritish zaruratini tezlashtirdi[6].



---------- ananaviy turizm bozori

----------onlayn turizm bozori

1-rasm. An’anaviy va onlayn turistik bozor o‘sish tendensiyalari[6].

Onlayn sayohat - bu parvoz chiptalari, avtoulovlarni ijaraga olish va paketlar kabi sayohatlarni tartibga solish bo‘yicha ixtisoslashgan veb-sayt orqali onlayn bron qilingan sayohat turi hisoblanadi. Yevropada onlayn sayohat bozori mintaqada onlayn sayohatlarning kirib borishi va ishbilarmon sayohatchilarning afzalligi oshishi tufayli kuchli o‘sishni kuzatishi kutilmoqda. Onlayn buyurtmalar umumiy bozorga qaraganda tezroq rivojlanmoqda, onlayn o‘sishning aksariyati yetkazib beruvchilarlarning mobil platformalaridan kelib chiqadi. Ijtimoiy media platformalari so‘nggi yillarda onlayn sayohat kompaniyalari uchun mashhur marketing imkoniyati sifatida paydo bo‘lgan. Iste’molchilarning ijtimoiy tarmoqlardan keng miqyosda foydalanishini hisobga olgan holda, ularning afzalliklari va qiziqishlari osongina kuzatib boriladi, bu sayyohlik kompaniyalariga sayohat tajribasini tanlashi mumkin bo‘lgan va sayohat paketlarini

sotib olishga qodir bo‘lganlarga yo‘naltirishga yordam beradi. Bu omillar onlayn sayyohlik kompaniyalariga mijozlarning istaklari va xatti-harakatlari haqida juda keng qamrovli tushuncha beradi.

Bugungi kunda onlayn turizm bozorida kuzatish mumkin bo‘lgan asosiy tendentsiyalarni quyidagicha ta’riflash mumkin[7].

- Axborot texnologiyalarining rivojlanishi ayniqsa, Internetning paydo bo‘lishi - bundan keyin ham onlayn turizm bozori ko‘lamini jahon bozorlariga kengaytiradi;

- Onlayn turizm bozori 2023 yilda 756 milliard dollarga o‘sishi kutilmoqda 8% ga. Umuman olganda, onlayn sayohatlarni bron qilish bozori ulushi 1,2 trillion dollarlik sayohatning 63 foizini tashkil qiladi sanoat har yili hosil qiladi[2].

- O‘sish jahon turizm bozorida raqobatbardoshlik turizm operatorlarini ko‘proq reklama, resurslar, bilim va sifatda qoniqarli o‘sishga erishish uchun sarmoya kiritishga undaydi.

Bugungi kunda turizmda axborot ta’minotini rivojlantirishning dolzarb va istiqbolli yo‘nalishi hisoblanadi. Ular axborot va hisoblash tizimlarining individual foydalanuvchilari o‘rtasida ma’lumotlar almashinuvini, tarqatilgan ma’lumotlarni almashish, resurslar, turli xil ixtisoslashtirilgan axborot fondlaridan ma’lumotnoma, hujjatli va boshqa ma’lumotlarni olish imkoniyatini ta’minlaydi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Parkes, D. C., & Singh, S. (2003). An MDP-based approach to online mechanism design. *Advances in neural information processing systems*, *16*.

2. Singh, Simarprit 2003 www.compareinfobase.com, paper presented in Seminar on Role of IT in Tourism Promotion, Lucknow

3. https://www.statista.com/topics/2704/online-travel-market/#editorsPicks

4.https://www.statista.com/topics/2704/online-travel-market/#dossierContents__outerWrapper

5.https://www.travelperk.com/blog/online-travel-booking-statistics/#:~:text=The%20online%20travel%20industry%20generated,hit%20%241463.98%20billion%20(GBTA).

6. https://www.hospitalitynet.org/news/4109094.html

7. https://www.mordorintelligence.com/industry-reports/online-travel-market-in-europe