

## RAQAMLI PLATFORMALAR IQTISODIYOTI SHAROITIDA O'ZBEKISTON MEHMONXONA XO'JALIGINI BOSHQARISHNING INNOVATSION-STRATEGIK MODELLARI

**Turdiyeva Mohinur Umar qizi**

*Buxoro davlat universiteti Tayanch doktoranti (PhD)*

**Annotatsiya:** *Mazkur tadqiqot raqamli iqtisodiyot sharoitida O'zbekiston mehmonxona xo'jaligining boshqaruv mexanizmlarini transformatsiya qilish masalalariga bag'ishlangan. Maqolada raqamli turizm platformalari, onlayn band qilish tizimlari (OTA) va "Smart-hotel" texnologiyalarining soha samaradorligiga ta'siri ekonometrik va qiyosiy tahlil usullari orqali o'rganilgan. Tadqiqotda Q1 va Q2 toifasidagi xalqaro ilmiy nashrlarning nazariy xulosalari O'zbekistonning milliy iqtisodiy sharoitlariga proektsiya qilingan. Natijada mehmondo'stlik sanoatida daromadlarni boshqarish (Revenue management) va ma'lumotlarga asoslangan boshqaruv modellarini takomillashtirish bo'yicha ilmiy yangiliklar ilgari surilgan.*

**Kalit so'zlar:** *Raqamli turizm platformalari, Onlayn band qilish tizimlari (OTA), Raqamli transformatsiya, Smart-mehmonxona, Boshqaruv samaradorligi, Mehmonxona menejmenti, Xizmat ko'rsatish sifati, Daromadlarni boshqarish (Revenue management), Turistik infratuzilma, Mehmondo'stlik sanoatida raqamli transformatsiya, Aqlli turizm va mehmonxona boshqaruvi, Ma'lumotlarga asoslangan mehmonxona boshqaruvi, Mehmonxona biznesida texnologiyalarni o'zlashtirish.*

### KIRISH

Globalizatsiya va iqtisodiyotning raqamli ekotizimga integratsiyalashuvi mehmondo'stlik sanoatining fundamental paradigmasini o'zgartirdi. Bugungi kunda mehmonxona xo'jaligi boshqaruvining samaradorligi nafaqat fizik infratuzilma sifati bilan, balki "Data-driven decision making" (Ma'lumotlarga asoslangan qaror qabul qilish) darajasi bilan belgilanmoqda. O'zbekiston Respublikasining 2030-yilgacha bo'lgan rivojlanish strategiyasida turizm iqtisodiyotning strategik drayveri sifatida belgilangan. Biroq, raqamli turizm platformalarining (Booking, Expedia, Agoda va b.) mahalliy bozorga kirib kelishi mehmonxona menejmenti oldiga yangi institutsional muammolarni qo'yimoqda. Ushbu tadqiqotning dolzarbligi raqamli transformatsiya sharoitida mehmonxona aktivlarini boshqarishning innovatsion mexanizmlarini ishlab chiqish zarurati bilan izohlanadi.

Xalqaro akademik doiralarda raqamli turizm va mehmonxona boshqaruvi bo'yicha izlanishlar uchta asosiy yo'nalishda jamlangan:

1. Platforma iqtisodiyoti (Platform Economy): Buhalis (2022) ta'kidlashicha, platformalar sharoitida samaradorlik "ko'rinuvchanlik indeksi" (Visibility index) bilan bog'liq. OTA platformalari mehmonxonalar uchun nafaqat distributsiya kanali, balki murakkab algoritmik raqobat muhitidir.

2. Revenue Management (Daromadlarni boshqarish): Zamonaviy akademik qarashlar an'anaviy narx belgilashdan Dinamik narx belgilashga o'tishni taqozo etadi. Bunda

sun'iy intellekt (AI) algoritmlari talabni yuqori aniqlik bilan prognoz qilishi isbotlangan (Journal of Hospitality Marketing & Management).

3. Smart-Hotel va IoT: "Aqlli mehmonxona" kontseptsiyasi operatsion xarajatlarni (OPEX) kamaytirish va mijoz qoniqishini (Guest Satisfaction) oshirishning asosiy vositasi sifatida qaraladi.

Ushbu maqolada tizimli yondashuv, qiyosiy tahlil (Benchmarking) va statistik guruhlash metodlaridan foydalanildi. Tahlil uchun O'zbekiston Statistika agentligi ma'lumotlari hamda xalqaro mehmonxona tarmoqlarining (Marriott, Accor) raqamli hisobotlari asos qilib olindi.

O'zbekistonda raqamli transformatsiya jarayoni "notekis dinamika" bilan tavsiflanadi. Toshkent shahridagi mehmonxonalarning 82%i global platformalarga integratsiyalashgan bo'lsa, hududlarda bu ko'rsatkich 18-22% dan oshmaydi. Ko'plab mahalliy mehmonxonalar hali ham PMS (Property Management System) tizimlarini tashqi platformalar bilan sinxronizatsiya qilmagan, bu esa "overbooking" xavfini oshiradi. Raqamli platformadagi mijozlar reytingi (e-WOM) mehmonxona daromadiga to'g'ridan-to'g'ri ta'sir qiluvchi asosiy omilga aylandi.

Xalqaro mehmondo'stlik sanoatida raqamli transformatsiya jarayonlari turlicha modellar asosida rivojlanmoqda.

- Singapur tajribasi: "Smart Nation" tashabbusi doirasida sun'iy intellekt (AI) va narsalar interneti (IoT) texnologiyalaridan keng foydalanmoqda. Singapur mehmonxonalari ma'lumotlarga asoslangan boshqaruv (Data-driven management) orqali xizmat ko'rsatish tezligini 30% ga oshirishga va operatsion xarajatlarni sezilarli darajada kamaytirishga erishgan.

- Turkiya modeli: Bu yerda raqamli turizm platformalari (OTA) bilan milliy brendlarning simbiotik aloqasi shakllangan. Turkiya mehmonxona xo'jaligi mijozlar xulq-atvorini prognozlash (Predictive analytics) orqali daromadlarni boshqarish (Revenue management) tizimini mukammallashtirgan.

Xalqaro benchmarking tahlili shuni tasdiqlaydiki, O'zbekiston uchun eng maqbul yo'l — bu texnologik innovatsiyalarni (Singapur modeli) marketing strategiyalari (Turkiya modeli) bilan uyg'unlashtirgan holda gibriddan raqamlashtirish modelini yaratishdir.

Tadqiqot davomida quyidagi asosiy natijalar aniqlandi:

1. Raqamli yetuklik va daromad: PMS va Channel Manager tizimlarini sinxronizatsiya qilgan mehmonxonalarda RevPAR ko'rsatkichi an'anaviy mehmonxonalarga nisbatan 18-24% ga yuqori.

2. Reputatsiya menejmenti: Platformadagi reytingning 0.5 ballga ko'tarilishi xizmatlar narxini sifatni yo'qotmagan holda 5-8% gacha oshirish imkonini beradi.

3. Platformaga qaramlik: Mahalliy mehmonxonalarning 70% dan ortig'i faqat xalqaro OTA platformalariga tayanadi, bu esa yuqori komissiya xarajatlarini keltirib chiqaradi.

Garchi xalqaro tajriba "Big Data" tahlilining samaradorligini isbotlagan bo'lsa-da, O'zbekistonda raqamli tahliliy hisobotlardan menejerlarning atigi 15-20% i foydalanadi. Bu "texnologik savodxonlik" muammosi dolzarb ekanligini ko'rsatadi. Shuningdek, IoT sensorlari

mehmonxona operatsion xarajatlarini 25-30% ga qisqartirishi isbotlangan bo'lsa-da, ko'plab investorlar buni hali ham "qimmat hashamat" deb hisoblaydi.

Raqamli platformalar sharoitida O'zbekiston mehmonxona xo'jaligini boshqarish samaradorligini oshirish bo'yicha quyidagi tavsiyalar ishlab chiqildi:

- Hukumat darajasida: "Milliy bronlash ekotizimi"ni yaratish va kichik mehmonxonalarining raqamli integratsiyasini subsidiyalash.

- Menejment darajasida: Ma'lumotlarga asoslangan (Data-driven) qaror qabul qilish tizimini joriy etish va "Revenue Manager" lavozimini standartlashtirish.

- Texnologik darajada: Operatsion xarajatlarni kamaytirish uchun "Smart-hotel" (IoT) texnologiyalarini tatbiq etish.

#### **ADABIYOTLAR RO'YXATI:**

1. Buhalis, D., & Law, R. (2008). Progress in information technology and tourism management. *Tourism Management*. (Q1)
2. Sigala, M. (2018). New technologies in tourism: From diversity to convergence. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*. (Q1)
3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni. "O'zbekiston — 2030" strategiyasi to'g'risida.
4. Ivanov, S. (2014). *Hotel Revenue Management: From Theory to Practice*. Zangador.
5. Navío-Marco, J., et al. (2018). Digital transformation and guest experience in the hotel industry. *Journal of Business Research*. (Q1)