



АКТУАР МОЛИЯ ВА БУХГАЛТЕРИЯ ҲИСОБИ ИЛМИЙ ЖУРНАЛИ

Vol. 4 Issue 01 | pp. 194-199 | ISSN: 2181-1865

Available online <https://finance.tsue.uz/index.php/afa>

TURIZM SOHASIDA B2B BOZORINI RIVOJLANTIRISH XUSUSIYATLARI



Ismoilov Shohjahon O'tkir o'g'li

Urganch davlat universiteti

Ijtimoiy-iqtisodiy fanlar fakulteti

221-Iqtisodiyot (rus) guruhi talabasi

E-mail: shohjahon_i@mail.ru

Annotatsiya. Ushbu maqolada turizm sohasida B2B bozorini ahamiyati, o'rni, mavjud imkoniyatlari, B2B bozorining tarkibiy xususiyatlari va uni rivojlantirish yo'nalishlari yoritilgan.

Kalit so'zlar. Turizm, B2B bozori, mahsulot, xizmat, biznes, model, korxonalar, tijorat, biznes, bronlashtirish, sayohat, turistik agentlik, turoperator, portal.

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ B2B РЫНКА В СФЕРЕ ТУРИЗМА

Исмоилов Шохжаҳон Ўткир ўғли

Ургенчский государственный университет

Аннотация. В данной статье описаны значение, роль, имеющиеся возможности, структурные особенности рынка B2B и направления его развития в сфере туризма.

Ключевые слова. Туризм, рынок B2B, продукт, услуга, бизнес, модель, предприятие, коммерция, бизнес, бронирование, путешествие, туристическое агентство, тuroperator, портал.

CHARACTERISTICS OF B2B MARKET DEVELOPMENT IN THE FIELD OF TOURISM

Ismoilov Shohjahon O'tkir o'g'li

Urganch State University

Abstract. This article describes the importance, role, available opportunities, structural features of the B2B market and directions of its development in the field of tourism.

Key words. Tourism, B2B market, product, service, business, model, enterprise, commerce, business, booking, travel, travel agency, tour operator, portal.

1. Kirish

Bugungi kunga kelib, jahon mamlakatlarida turizm foyda olish manbaiga aylandi. Bunga yaqqol misol bo'lib Birlashgan Arab Amirliklari, Fransiya va Ispaniya ushbu ko'rsatkich bo'yicha eng yuqori o'rinni egallovchi davlatlar hisoblanadi. Grand View Research ma'lumotlariga ko'ra, 2027-yilga kelib, global B2B elektron tijorati 20,9 trln. dollarga yetishi prognoz qilinmoqda, bu esa 2020-yilga nisbatan uning yillik o'sish sur'ati 17,5 foizni tashkil qiladi [6]. Ushbu elektron tijoratni amalga oshirish istiqboli bevosita turizm sohasi orqali ta'minlanmoqda.

Turizm sohasi O'zbekistonda ham keng rivojlanib bormoqda. Xususan, mamlakatimizda turistlarni jalb qilish uchun yangi zamonaviy va jahon standartiga javob beradigan osmono'par binolar, dam olish maskanlari va yana ko'plab loyihalar ustida ish olib borilmoqda. Bu borada O'zbekiston Respublikasi Prezidentining turizmni rivojlantirish to'g'risidagi bir qator qonun, farmon va qarorlari qabul qilindi. Xususan, respublika iqtisodiyotida turizmni strategik darajaga ko'tarish, ichki turizm xizmatlarini diversifikatsiya qilish va hajmini keskin ko'paytirish, fuqarolarni mamlakatimizning turizm salohiyati bilan tanishtirish uchun zarur shart-sharoitlar yaratish, taqdim etilayotgan turizm xizmatlari sifatini yaxshilash va jahon bozorlarida raqobatbardoshligini oshirish, turizm sohasida faoliyat yuritayotgan tadbirkorlik subyektlari uchun qo'shimcha imkoniyatlar yaratish, zamonaviy xizmatlar infratuzilmasini jadal rivojlantirish, shuningdek, aholini ish bilan ta'minlash va ularning daromad manbaini kengaytirish maqsadida PQ-232-son Qarori qabul qilindi [1]. Qarorga muvofiq **2022-yil 1-iyundan boshlab "O'zbekiston bo'ylab sayohat qil!"** dasturi doirasida jamoa shartnomalariga ish beruvchilar tomonidan xodimlar uchun yiliga bir marotaba mahalliy sayohatga chiqish imkonini yaratish qoidalari kiritiladi, sayohat xarajatlarining bir qismi ish beruvchilarning budjetdan tashqari jamg'armalari mablag'lari va qonunchilikda taqiqlanmagan boshqa manbalar hisobidan qoplab beriladi. **"O'zbekiston bo'ylab sayohat qil!"** dasturi doirasida ichki turizmni rivojlantirish quyidagi yo'nalishlarda olib boriladi:

- **yoshlar, ayniqsa, ta'lim muassasalari o'quvchi-talabalari uchun** turizmning tarixiy bilim beruvchi, madaniy-ko'ngilochar, ekstremal, ekologik, etno- va plyaj turizmi turlari bo'yicha;

- **mehnat, mahallalar jamoalari uchun turizmning ishbilarmonlik, ekstremal, ekologik, agro- va etno- gastronomik turlari** bo'yicha;

- **xotin-qizlar uchun** turizmning ziyorat, ma'rifiy, ijtimoiy, madaniy-ko'ngilochar, ekologik va etnoturizm turlari bo'yicha;

- **faxriylar, nuroniylar va pensionerlar uchun** turizmning ziyorat, tibbiyot va sog'lomlashtirish turizmi turlari bo'yicha.

Darhaqiqat, turizmni rivojlantirish, o'z navbatida tadbirkorlik shakli sifatida xilma xil turizm turlaridan foydalanishni taqozo qiladi. Unda turistik xizmatlarni sotish munosabatlari amalga oshirilib, B2B bozorida amalga oshiriladi.

2. Mavzuga oid adabiyotlar tahlili

Turizmni rivojlantirishda B2B bozoridan samarali foydalanish bevosita shu soha faoliyatiga bog'liq masala hisoblanadi. Bugungi kunda turizm jahon yalpi mahsulotining 10 foizini tashkil etuvchi, eng muhim eksport tarmog'i, yirik investitsiya sohasi bo'lib, millionlab turli kasb va malakadagi ishchilarni jalb etuvchi kuchli global sanoatdir [2].

Turizm - doimiy yashash joyidan tashqarida kundalik faoliyat bilan bog'liq bo'lmagan har qanday maqsadda sayohat qilish uchun transport xizmatlari, tovarlar, turar joy va boshqa zarur vositalarni to'liq yoki qisman ta'minlaydigan faoliyat va tashkilotlarning o'zaro bog'langan birlashmasidir [3]. Turizm sohasi bir qator xususiyatlarga ega bo'ladi. Turizm o'zining asosiy xususiyatlariga ko'ra iqtisodiy faoliyatning boshqa shakllaridan tubdan farq qilmaydi. Shu bois, turizm zamonaviy marketingning barcha qoidalari to'liq qo'llaniladi [4]. An'anaviy tovarlar bozorlaridan farqli o'laroq, turistik bozor tovarlarning sotuvchilardan xaridorlarga o'tishini o'z ichiga olmay, xaridorlarning o'zlari turistik mahsulot, ya'ni ma'lum bir vaqtda bron qilingan turistik xizmatlarni olish uchun o'zlari belgilangan joyga ko'chib o'tadilar [5]. Turistik bozor marketing faoliyati shaklida turistik mahsulotni sotishga ixtisoslashadi.

B2B inglizcha "biznesdan biznesga" so'zlarining qisqartmasi sifatida oxirgi va oddiy iste'molchi uchun emas, balki bir xil korxonalar uchun, ya'ni boshqa biznes uchun ishlaydigan bozor sektori bo'lib hisoblanadi. B2B savdosi sheriklar bilan ishlaydigan ishbilarmonlar qismi va oddiy vositachi sifatida ishlayotganlar tomonidan amalga oshiriladi. Bu ishbilarmonlik turizmi sohasiga tegishli hisoblanib, tijorat siyosatini shakllantirishda muhim o'rinni egallaydi. Douglas Karr tadqiqotlarida B2B hududida brendga bo'lgan talabni tezlashtirish uchun xaridor ehtiyojlarini chuqur tushunish va har bir bosqichda o'zaro ta'sirlarni ta'minlash lozim bo'ladi. Ushbu kontentinni ohangi, ravshanligi va dolzarbligini brendni qabul qilinish va talabni samarali yaratishga ta'sir ko'rsatadi [7]. Isaiah Gimson esa o'z ilmiy ishida B2B tushunchasini korporativ sotuvlar uchun ishlatiladigan atama sifatida izohlaydi [8]. Rossiyalik A.M.Kolesnikov esa o'zining turizm xizmatlar bozorining rivojlanishiga ta'sir qiluvchi iqtisodiy omillarni alohida o'rganib, ulardan talab va taklif omillarini alohida yoritib bergan [9].

3. Tadqiqot metodologiyasi

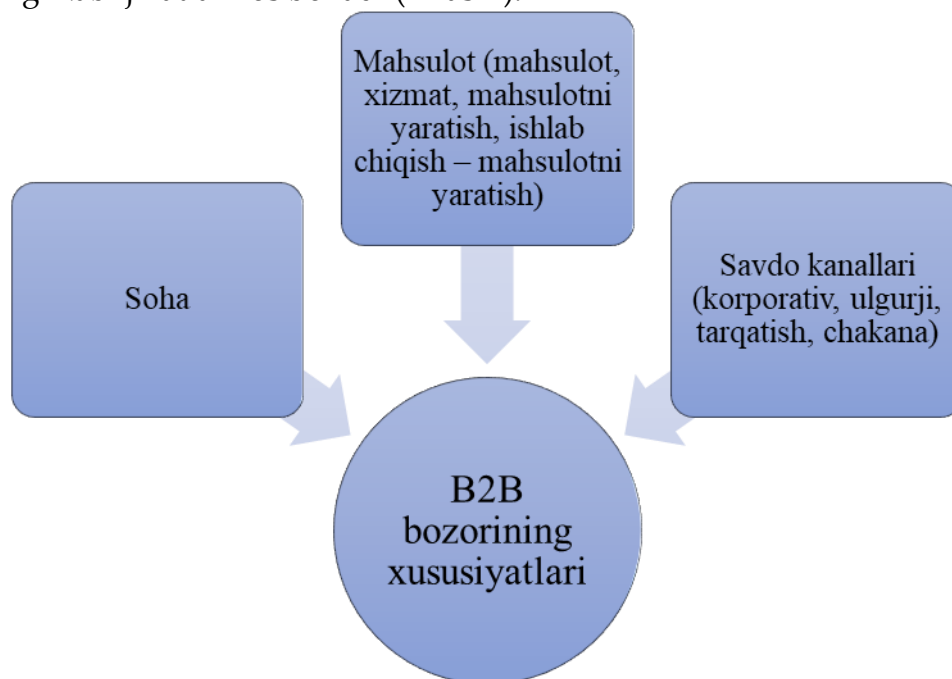
Ushbu maqolada tadqiqotning tahlil, sintez, iqtisodiy usul, mantiqiy tahlil, induktiv, deduktiv va abstrakt fikrlash kabi usullardan foydalanilgan.

4. Tahlil va natijalar

B2B elektron tijorat turi hisoblanib, korxonalar o'rtasida mahsulot, xizmatlar yoki ma'lumotlar almashinuvidir. B2B bitimi ulgurji va onlayn chakana xizmatlarini ko'rsatuvchi korxonalar o'rtasida amalga oshiriladi. Biroq, ko'pgina B2B bozori biznes model shaklida korxonalar foyda ko'rib, muzokara olib borish vakolatlariga ega bo'ladi. Turizm sanoatida B2B bozori mahalliy B2B bozoriga qaraganda onlayn sayohat portaliga ega bo'lishi bilan ajralib turadi. B2B bozori aslida biznesdan biznesga turistik mahsulotni sotish yoki yetkazish tizimini anglatadi. Turizm sohasidagi B2B bozori boshqa sohalar bilan o'zaro bog'liqlikda ish olib boradi. Jumladan, elektron tijorat sohasida ulgurji sotuvchidan boshlab ijarachigacha bo'lgan munosabatlar B2B bozorining asosini tashkil etadi. Bu esa turistik biznes munosabatlari va hamkorlik aloqalarining mustahkam bo'lishini anglatadi.

Turizm sanoatida daromad olish uchun ko'pgina modellar mavjud. B2B bozori ham model shaklida butundunyo bo'ylab trillion dollarlik sanoatning kichik qismi hisoblanadi. Turistik xizmatlar maqbul biznesini boshlashda sertifikatlar olish uchun mablag' sarflash muhim emas. B2B hisobiga ega bo'lish orqali sayohat xizmatlarini sotishni amalga oshirish mumkin bo'ladi [10].

Turizm sohasini rivojlantirishda B2B bozori o'z mohiyatidan kelib chiqib, turistik mahsulotni yaratish va sotish munosabatlariga asoslanadi. Bu orqali unga yagona yirik va zamonaviy sohaligi, mahsulotni yaratishning turli bosqichliliga va savdo kanallarining turli yo'nalishliligi kabi jihatlar xos bo'ladi (1-rasm).



1-rasm. Turizmda B2B bozorining xususiyatlari va asosiy unsurlari

Shuningdek, B2B bozorida sayohat portali onlayn bron qilish mexanizmi sifatida sayohat agentliklari va turoperatorlar uchun real vaqt rejimida onlayn bronlashtirish mexanizmi va platformasi imkoniyatiga ega bo'lishni taqozo qiladi. Ushbu bozor ko'p darajali bron qilish mexanizmi va unda mahsulot tarqatishni qo'llab-quvvatlaydi. Bu esa agentlarga butundunyo bo'ylab ko'plab sayohat xizmatlarini ko'rsatuvchi subyektlar bilan o'zaro aloqada bo'lish imkonini beradi. Shuningdek, u hamkorlarga o'zlarining agentlik tarmoqlarini yaratishga imkon berib, ko'proq savdo o'sish jarayonini rag'batlantiradi.

Turizm industriyasida B2B bozori sayohatni bron qilish tizimi turistik agentliklarga bronlari, hisobotlari va yetkazib beruvchi bilan aloqalarni boshqarishga yordam beradi. Bu esa turistik biznes jarayoni bosqichlarini qo'llab-quvvatlaydigan moslashuvchan va modulli boshqaruv dasturlari bilan birga zamonaviy turistik kompaniyalar uchun mukammal onlayn bron qilish platformasi bo'lib ham hisoblanadi. B2B turistik portalini yaratish turistik kompaniyalar va agentliklari uchun foydali yo'nalish bo'lib xizmat qiladi. U kompaniyalar o'rtasida yangi biznes aloqalarini shakllantirishga imkon berib, mijozlarga xizmatlarni yetkazib berishni osonlashtiradi. Ushbu jihat maqsadli asoslangan mobil ilovalar yaratishni o'z ichiga oladi. Turistik korxonalar tomonidan B2B bozori samarali tashkil qilinib, shu orqali B2B sayohat portalining rivojlanishi ta'minlanadi. B2B bozorida sayohat portali, ya'ni turistik agentliklarda eng yaxshi B2B sayohat portaliga ega bo'lish orqali yetkazib beruvchi huquqlari ta'minlanadi. Shu bois, turistik agentlar butundunyo bo'ylab agentlik tarmog'i orqali sayohat mahsulotlarini sotishlari va daromad oshirishlari mumkin bo'ladi. Bu yerda B2B bozori modul sifatida kichik yoki o'rta turistik agentlikni rivojlantiruvchi omil bo'lib hisoblanadi.

B2B bozorida turistik GDS tizimlarini integratsiyalash xalqaro xizmat ko'rsatuvchi subyektlarga yaxshiroq sayohat paketlarini izlab topish imkonini beradi. Bu mijozlarni turli mamlakatlardagi sayohat hamkorlari bilan bog'laydi va turli sayohat variantlarini taqdim etish imkonini beradi. Biroq, mehmondo'stlik tashkilotlari B2B turistik platformalardan foydalangan holda xizmat ko'rsatish sohasini kengaytiradilar. Bu borada "B2B Booking" platformasi turistik agentliklarining veb-saytlarida mahsulotlarni bron qilish imkonini yaratib, ularning o'z mijozlari nomidan sayohat xizmatlarini ko'rib chiqish imkonini beradi. Shu orqali agentlar barcha bronlashtirish tartib-qoidalari va boshqaruv paneli orqali onlayn bronlashtirish uchun real vaqt rejimida veb-saytlarga kirish huquqiga ega bo'ladilar. Turistik agentlar B2B bozoridagi faoliyatlaridan foyda ko'radilar va ular agentlardan sayohat mahsulotlarini arzon narxlarda bron qilishlari mumkin bo'ladi.

B2B sayohat portali turistik operatorlarga mahsulotlarni brend qilishga yordam beradi. Hamda kichik va o'rta korxonalariga arzon narxlarda ommaviy sayohat xizmatlarini olish imkonini beradi. U moslashuvchan shaklda mavjud tizimlar bilan o'zaro integratsiyalashgan bo'lishi lozim. B2B bozoridagi platforma turistik agentliklar va turoperatorlarga mehmonxonalar, aviakompaniyalar va boshqa xizmatlarni bron qilishda yaxshi tanlov bo'lib xizmat qiladi. Bu esa eng yaxshi narxlarni taqdim etish orqali mijozlarga samarali xizmat ko'rsatish imkonini beradi. Bu turistik biznesga mijozlar ehtiyojini qondirish va daromadni oshirish imkonini beradi [11]. Shu bilan turizmni rivojlantirishda B2B bozori samarali foydalanish imkoniyatlari yaratiladi.

5. Xulosa va takliflar

Ko'pgina davlatlarda turizm iqtisodiy barqarorlikni ta'minlashga hissa qo'shmoqda. O'zbekistonda ham so'nggi yillarda turizm sohasiga e'tibor berilib, natijada respublikamiz bo'ylab turistik sayohatlarni jadallashtirish ishlari olib borilmoqda va ular loyiha shaklida investitsiyalar jalb qilinmoqda. Ushbu vazifalar turizm B2B bozorini rivojlantirish orqali ta'minlanmoqda. B2B bozori korxonalar tomonidan tovarlar va xizmatlarni sotadigan bozor segmenti bo'lib qaraladi. Turizmni rivojlanishida B2B bozori alohida o'rin tutadi. Shu orqali respublikamiz bo'ylab turistik agentlar turistlarga turli qulayliklar yaratib beradi va sifatli xizmatlarni ko'rsatadi. Bu esa xizmat ko'rsatish orqali turistlarning qiziqishlarini oshiradi. Ushbu holatda turizmni rivojlantirishda B2B bozoriga ko'pgina omillar ta'sir qiladi.

B2B bozori iqtisodiy soha sifatida bir qator xususiyatlarga ega bo'ladi. Unga ko'ra ushbu bozorda kuchsiz raqobatning mavjud bo'ladi. B2B bozorida faoliyat yuritayotgan korxonalar xizmatlarga buyurtmalarni bajarishda oqilona harakat qiladilar. Mahsulotni xarid qiluvchi korxonalar esa o'zlari sotib olgan tovarlar yoki xizmatlar haqida mukammal bilim ega bo'lishlari talab qilinadi.

Yuqoridagilardan kelib chiqib, turizm sohasida B2B bozorini rivojlantirish uchun quyidagi yo'nalishlardagi chora-tadbirlarni amalga oshirish lozim, deb hisoblaymiz:

- turistik korxonalar tomonidan ko'rsatilayotgan xizmat turlarini kengaytirish, ularning sifat darajasini yaxshilash va takomillashtirish orqali foyda olish va jahon standartiga asoslangan holda narx belgilash;

- turagentlar sonini ko'paytirish va ularning turistik korxonalar bilan shartnoma asosida ish olib borishlari jarayonlarini tezlashtirish;

- chet ellik hamkorlar bilan o'zaro ish yuritish orqali ulardagi xodimlarning ish tajribasini o'rganish;
- turistik tashkilotlar uchun ko'proq miqdordagi sarmoya ajratish va yangi ish o'rinlarini yaratish;
- turistik korxonalar xizmatlarini mijozlarning talab va taklifini inobatga olgan holda ko'paytirish va yanada kengaytirish.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 30-apreldagi "Ichki turizm xizmatlarini diversifikatsiya qilishga oid qo'shimcha chora-tadbirlar to'g'risida"gi PQ-232-son Qarori. Manba: <https://lex.uz/uz/docs/-5991928>
2. Трофимов Е.Н. и др. Основы туризма: учебник. / коллектив авторов; под ред. Е.А.Писаревского. - М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. - 38 с.
3. Walters S. R. Travel Industry World Yearbook. The Big Picture, 1985.
4. Шахнович Е.С., Козлова А.Б. Маркетинг в туризме. Учебно-методический комплекс. – Витебск, 2012. - с. 17.
5. Чудновский А.Д., Королев Н.В., Гаврилова Е.А., Жукова М.А., Зайцева Н.А. Менеджмент туризма. Учебник. - М.: Федеральное агентство по туризму, 2014. - с. 60.
6. <https://www.techtarget.com/searchcio/definition/B2B>
7. <https://uz.martech.zone/b2b-content-marketing-challenges/?amp>
8. <https://uz.periodicalfinance.com/10585610-what-is-b2b>
9. <https://www.researchgate.net/scientific-contributions/AM-Kolesnikov-2133869634>
10. <https://phptravels.com/blog/what-is-b2b-in-travel-industry-and-how-it-works/>
11. <https://www.flightslogic.com/what-is-b2b-in-travel-industry-and-how-it-works.php>

Copyright: © 2024 by the authors. This work is licensed under a Creative Commons Attribution-4.0 International License (CC - BY 4.0)

