

**BUXORO SHAHRI TURISTIK HUDUDLARINING XIZMAT SIFATINI
NETNOGRAFIK TAHLIL QILISH (LABI HOVUZ VA BUXORO ARKI MISOLIDA)****Alimova Shaxnoza Oktyamovna****Ilmiy rahbar: BuxDU, PhD****Sayitova Dildora Sadridin qizi****Talaba: Buxdu 4-bosqich talabasi,**

Annotatsiya: Mazkur taqdiqotda zamonaviy turizm sohasida sifat tadqiqot usullaridan biri bo'lgan netnografiya metodining qo'llanilishi o'rganilgan. Tadqiqot Buxoro shahri misolida olib borilib, asosiy e'tibor Labi Hovuz majmuasi va Buxoro Arki hududlariga qaratilgan. Tadqiqotda TripAdvisor va Google Maps platformalaridagi sayyohlar sharhlari asosida xizmat sifati, sayyohlar qoniqish darajasi hamda mavjud muammolar tahlil qilingan. Tadqiqot jarayonida deduktiv va induktiv kodlash usullari qo'llanilib, turistik destinatsiyalardagi asosiy muammolar, jumladan narx siyosatidagi nomutanosiblik, servis sifati pastligi hamda infratuzilmaviy kamchiliklar aniqlangan. Nazariy qismda netnografiya metodologiyasining shakllanishi, rivojlanishi va uning an'anaviy etnografiya usulidan farqli jihatlari ilmiy manbalar asosida yoritib berilgan. Amaliy qismda esa sayyohlar fikrlari asosida turizm obyektlarining raqamli obro'si (e-reputation) baholangan. Tadqiqot natijalariga asosanib, Buxoro shahrining turistik jozibadorligini oshirish, xizmat sifatini yaxshilash hamda sayyohlar bilan samarali muloqot o'rnatish bo'yicha amaliy tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Kalit so'zlar: Netnografiya, raqamli etnografiya, Buxoro turizmi, servis sifati, TripAdvisor tahlili, sayyohlar qoniqishi.

Kirish

Zamonaviy global iqtisodiyot sharoitida turizm sohasi nafaqat xizmat ko'rsatishning muhim yo'nalishi, balki raqamli texnologiyalar bilan chambarchas bog'langan murakkab tizim sifatida rivojlanmoqda. Ayniqsa, internet va ijtimoiy tarmoqlarning keng tarqalishi natijasida sayyohlarning xulq-atvori, qaror qabul qilish jarayoni va tajriba almashish shakllari tubdan o'zgardi. Bugungi kunda sayyoh nafaqat iste'molchi, balki katta hajmdagi axborotni yaratuvchi va tarqatuvchi faol subyektaga aylandi.

Shu nuqtai nazardan, turizm sohasida yangi tadqiqot usullariga ehtiyoj ortib bormoqda. Ana shunday zamonaviy yondashuvlardan biri - netnografiya hisoblanadi. Ushbu metod ilk bor 1997-yilda amerikalik olim Robert Kozinets¹ tomonidan ilmiy muomalaga kiritilgan. An'anaviy etnografiyada tadqiqotchi² bevosita muhit ichida kuzatuv olib borsa, netnografiyada esa tadqiqot jarayoni virtual makonda amalga oshiriladi. Bu esa sayyohlarning real, filtrlanmagan va samimiy fikrlarini o'rganish imkonini beradi. Xususan, TripAdvisor, Google Maps va boshqa platformalardagi sharhlar turistik obyektlar faoliyatini baholashda muhim manba bo'lib xizmat qiladi.

¹ Kozinets, R. (2019), Netnography: The Essential Guide to Qualitative Social Media Research, Sage.

² Kozinets, R.V.(2023), "Immersive netnography: a novel method for service experience research in virtual reality, augmented reality and metaverse context", Journal of Service Management, Vol.34No. 1, pp. 100-125, doi: <https://doi.org/10.1108/josm-12-2021-0481>.

Bugungi kunda xalqaro tadqiqotlarga ko'ra, sayyohlarning³ aksariyati safar oldidan aynan onlayn sharhlar va reytinglarga tayanadi. Shu sababli, turistik destinatsiyalarning raqamli obro'si (e-reputation) ularning muvaffaqiyatida hal qiluvchi omilga aylanmoqda. Buxoro shahri kabi boy tarixiy va madaniy merosga ega hududlarda esa bu masala yanada dolzarb ahamiyat kasb etadi.

Mazkur kurs ishining maqsadi - netnografiya usuli asosida Buxoro shahridagi asosiy turistik obyektlar (Labi Hovuz majmuasi va Buxoro Arki) bo'yicha sayyohlar sharhlarini tahlil qilish hamda xizmat sifati, qoniqish darajasi va mavjud muammolarni aniqlashdan iborat.

Tadqiqotning vazifalari quyidagilardan iborat: netnografiya metodining nazariy asoslarini o'rganish; onlayn platformalardagi sayyohlar sharhlarini tahlil qilish; xizmat sifati va sayyohlar qoniqishiga ta'sir etuvchi omillarni aniqlash; aniqlangan muammolar asosida amaliy tavsiyalar ishlab chiqish.

Tadqiqot obyekti - Buxoro shahrining turistik destinatsiyalari hisoblanadi. Tadqiqot predmeti esa ushbu destinatsiyalarda sayyohlar tomonidan bildirilgan fikrlar, ularning qoniqish darajasi va xizmat sifati hisoblanadi. Mazkur tadqiqotning ilmiy yangiligi shundaki, unda an'anaviy usullardan farqli ravishda netnografiya metodi orqali real vaqt rejimida shakllangan sayyohlar fikrlari tahlil qilinadi. Bu esa turizm sohasidagi muammolarni yanada aniq va chuqurroq aniqlash imkonini beradi. Tadqiqot natijalari turizmni rivojlantirish, xizmat sifatini oshirish va sayyohlar bilan samarali muloqot o'rnatishda amaliy ahamiyat kasb etadi.

Adabiyotlar tahlili

So'nggi yillarda turizm sohasida raqamli texnologiyalarning jadal rivojlanishi tadqiqot metodologiyalariga ham sezilarli ta'sir ko'rsatdi. Xususan, iste'molchilarning onlayn xulq-atvorini o'rganishga qaratilgan yangi yondashuvlar shakllandi. Shunday metodlardan biri netnografiya bo'lib, u internet muhitidagi ijtimoiy va madaniy jarayonlarni chuqur tahlil qilish imkonini beradi.

Netnografiya atamasi ilk bor amerikalik olim Robert Kozinets⁴ tomonidan ilmiy muomalaga kiritilgan bo'lib, u ushbu metodni onlayn hamjamiyatlarni o'rganishga moslashtirilgan etnografiya shakli sifatida izohlaydi. Kozinetsning ta'kidlashicha, netnografiya an'anaviy etnografiyaga nisbatan tezkor, moslashuvchan va kam xarajatli bo'lib, ayniqsa raqamli platformalarda shakllanayotgan foydalanuvchi tajribasini tahlil qilishda samarali hisoblanadi. Ilmiy adabiyotlarda netnografiya metodining afzalliklari bilan bir qatorda uning cheklovlari ham qayd etilgan. Xususan, ayrim tadqiqotchilar ushbu metodda ma'lumotlarning subyektivligi va kontekstning to'liq aks etmasligi kabi kamchiliklarni ta'kidlaydilar. Biroq, shunga qaramay, netnografiya zamonaviy turizm tadqiqotlarida keng qo'llanilayotgan samarali yondashuvlardan biri sifatida e'tirof etilmoqda. Turizm sohasida netnografiya, ayniqsa, sayyohlar tomonidan yaratilgan kontentni (User Generated Content-UGC) tahlil qilishda muhim ahamiyat kasb etadi. Sayyohlarning TripAdvisor, Google Maps kabi platformalardagi sharhlari xizmat sifati, infratuzilma darajasi va umumiy qoniqish holatini aniqlashda asosiy manbalardan biri hisoblanadi. Shu orqali turistik destinatsiyalarning raqamli obro'si (e-reputation) shakllanadi. Zamonaviy tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, sayyohlarning katta qismi safar oldidan aynan onlayn sharhlar va reytinglarga tayanadi. Bu esa turizm subyektlari uchun raqamli muhitdagi fikr-mulohazalarni doimiy monitoring qilish zaruratini yuzaga keltiradi. Netnografiya ushbu jarayonni ilmiy asosda o'rganish

³ Citaristi I. Jahon turizm tashkiloti — UNWTO // Xalqaro tashkilotlarning Yevropa katalogi 2022. – Routledge, 2022. – 404-407-betlar.

⁴ Kozinets RV Netnografiyasi: qayta ta'riflangan. – Sage, 2015.

Journal: <https://ifsmrc.org/index.php/aijrm>

imkonini berib, xizmat sifatini oshirish va marketing strategiyalarini takomillashtirishda muhim vosita bo'lib xizmat qiladi.

Shu nuqtai nazardan, netnografiya metodining turizm sohasidagi qo'llanilishi nafaqat nazariy, balki amaliy jihatdan ham katta ahamiyatga ega. Ayniqsa, tarixiy va madaniy merosga boy bo'lgan Buxoro kabi turistik hududlarda sayyohlar fikrini chuqur o'rganish va tahlil qilish orqali mavjud muammolarni aniqlash hamda samarali yechimlar ishlab chiqish mumkin.

Metodologiya

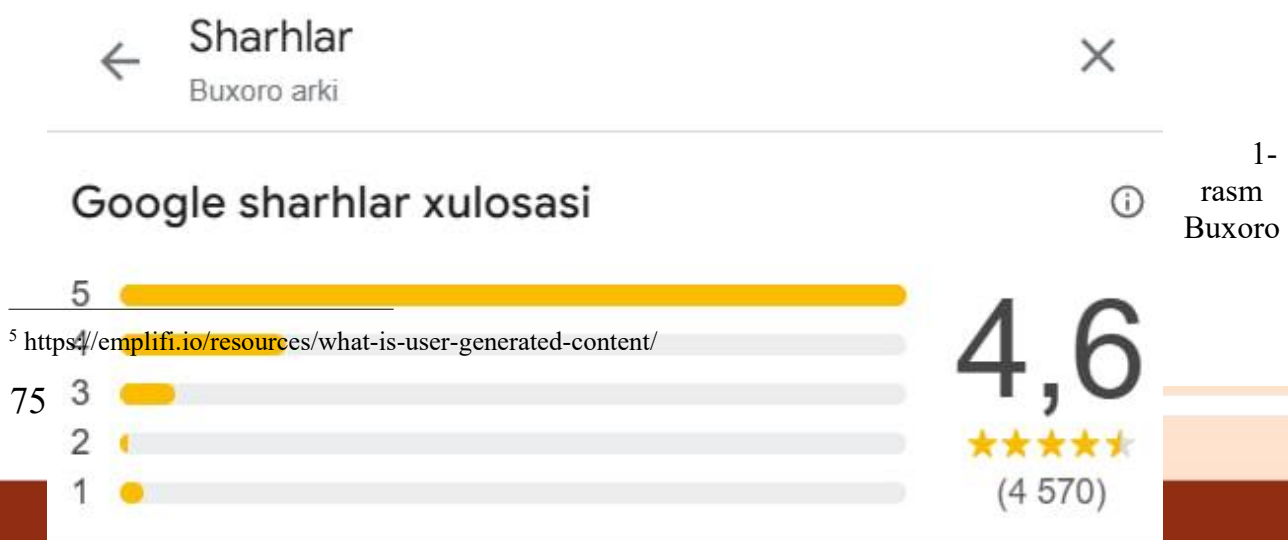
Mazkur tadqiqotda zamonaviy turizm sohasida keng qo'llanilayotgan sifat tadqiqot usullaridan biri — netnografiya metodi asosiy yondashuv sifatida tanlandi. Netnografiya internet muhitidagi foydalanuvchilar tomonidan yaratilgan kontentni (User Generated Content - UGC⁵) tahlil qilish orqali sayyohlar tajribasi, ularning fikr-mulohazalari va hissiy munosabatlarini o'rganish imkonini beradi. Ushbu metod an'anaviy so'rovnomalarga nisbatan real va samimiy ma'lumotlarni olishda yuqori samaradorlikka ega.

Tadqiqotning obyekti sifatida Buxoro shahrining asosiy turistik obyektlari - Labi Hovuz majmuasi hamda Buxoro Arki tanlab olindi. Tadqiqot predmeti esa mazkur hududlarga tashrif buyurgan sayyohlarning onlayn platformalardagi sharhlari, ularning qoniqish darajasi va xizmat sifatiga bergan baholaridan iborat. Ma'lumotlar bazasi sifatida jahon miqyosida keng foydalaniladigan TripAdvisor va Google Maps platformalaridagi sayyohlar sharhlari tanlab olindi. Tadqiqot jarayonida maqsadli tanlash (purposive sampling) usulidan foydalanildi, chunki mazkur ish miqdoriy emas, balki sifat tahliliga yo'naltirilgan. Tanlanma sifatida Labi Hovuz majmuasi va Buxoro Arki bo'yicha eng mazmunli hamda muammolarni ochib beruvchi jami 27 ta sharh saralab olindi. Tanlangan ma'lumotlar ilmiy asosda tahlil qilinishi uchun mavzuli kodlash (thematic coding) usuli qo'llanildi. Ushbu jarayon ikki bosqichda amalga oshirildi. Birinchi bosqich deduktiv kodlash bo'lib, bunda oldindan belgilangan nazariy kategoriyalar asosida (narx siyosati, xizmat sifati, infratuzilma, axborot yetishmovchiligi) ma'lumotlar tizimlashtirildi. Ikkinchi bosqich - induktiv kodlash bo'lib, bunda bevosita sayyohlar sharhlaridan kelib chiqib yangi kategoriyalar va muammolar aniqlab olindi (masalan, "yashirin xarajatlar", "tranzaksion xiyonat", "iqlimiy noqulaylik").

Mazkur yondashuv tadqiqot natijalarining ishonchligini oshirishga xizmat qiladi, chunki u nafaqat mavjud nazariy asoslarni tekshiradi, balki yangi ilmiy xulosalarni shakllantirish imkonini ham beradi. Netnografiya metodining qo'llanilishi orqali turistik destinatsiyalarning real holatini sayyohlar nigohi orqali baholash va mavjud muammolarni aniqlash imkoniyati yaratildi.

Tahlil va natijalar

Mazkur tadqiqot doirasida Buxoro shahrining asosiy turistik obyektlari - Labi Hovuz majmuasi hamda Buxoro Arki bo'yicha sayyohlar tomonidan bildirilgan onlayn sharhlar netnografiya metodi asosida tahlil qilindi. Tanlab olingan 27 ta reprezentativ sharh mavzuli kodlash usuli orqali tizimlashtirilib, asosiy muammolar va ijobiy jihatlar aniqlab olindi.



Arkining Googledagi sharxlari

Buxoro Arki: Ushbu obidada sharhlar miqdori ancha yuqori bo'lib, jami 4570 ta foydalanuvchi fikri qayd etilgan. Minglab sharhlar ichidan aynan 20 ta asosiy sharh (Labi Hovuz bo'yicha 7 ta va Ark bo'yicha 20 ta) chuqur tahlil uchun saralab olindi va kodlandi.

1-Jadval Buxoro Arkining Google platformasidagi turistlar sharhlar (kodlangan)

	Yil / Toifa	Sharhning qisqacha mazmuni	Kategoriya (Deduktiv kod)	Aniqlangan muammo/yutuq (Induktiv kod)	Hi ssiyot
	2024 (Yakkaxon)	Kassir 50ming berilsa ham yana 20ming so'rab aldadi.	Etika va Nazorat	"Tranzaksiya viy xiyonat"	O' ta salbiy
	2024 (Muzey)	45 daqiqa sarflab, hech narsa o'rganmadim.	Talimiy funksiya	"Ta'limdagi past ko'rsatkichlar"	Sa lbiy
	2025 (Chet ellik)	10ming va 60ming so'm farqi. Bu "firibgarlik"ka o'xshaydi.	Iqtisodiy siyosat	Narxlar tengsizligi	Sa lbiy
	2025 (Chet ellik)	Ichkarida ma'lumot yo'q, faqat do'konlar.	Muzeyshun oslik	Haddan tashqari tijoratlashtirish	Sa lbiy
	2026 (Sayyoh)	Tashrifga arziydi, lekin "ko'rish kerak" emas.	Brend imidji	Qiymat taklifi farqi	Ne ytral
	2026 (Sayyoh)	Muzeylar bor, lekin hammasi bir xil, zerikarli.	Muzeyshun oslik	"Monotonlikni namoyish eting"	Ne ytral
	2026 (Juftlik)	Navbat va narxdan norozi bo'lib kirmadik.	Servis va Narx	Tanlov narxi	Sa lbiy
	2026 (Sayyoh)	Tashqariga go'zal, ichkarida tartib yo'q.	Vizual / Infratuzilma	"Ikonik idrok"	Ne ytral
	2026 (Ziyoratchi)	Quruvchilar mehnatiga hurmat va hamdardlik.	Gumanitar turizm	"Tarixiy hamdardlik"	Ijo biy
0	2026 (Sayyoh)	Ikki marta bordim, ikkalasida ham issiq urdi.	Infratuzilma	Iqlim issiqligi	Sa lbiy
1	2026 (Sayyoh)	Xivadan ko'ra qiziqarliroq, arxeologiya bor.	Raqobatbar doshlik	"Manzillararo musobaqa"	Ijo biy
2	2026 (Guruh)	Faqat tezda yoki tezroq borish kerak (issiq).	Vaqt menejmenti	Vaqtinchalik boshqaruv	Ne ytral
3	2026 (Talaba)	Arxeologik qismlari va masjidi	Arxeologiya	Haqiqiy kashfiyot	Ijo biy

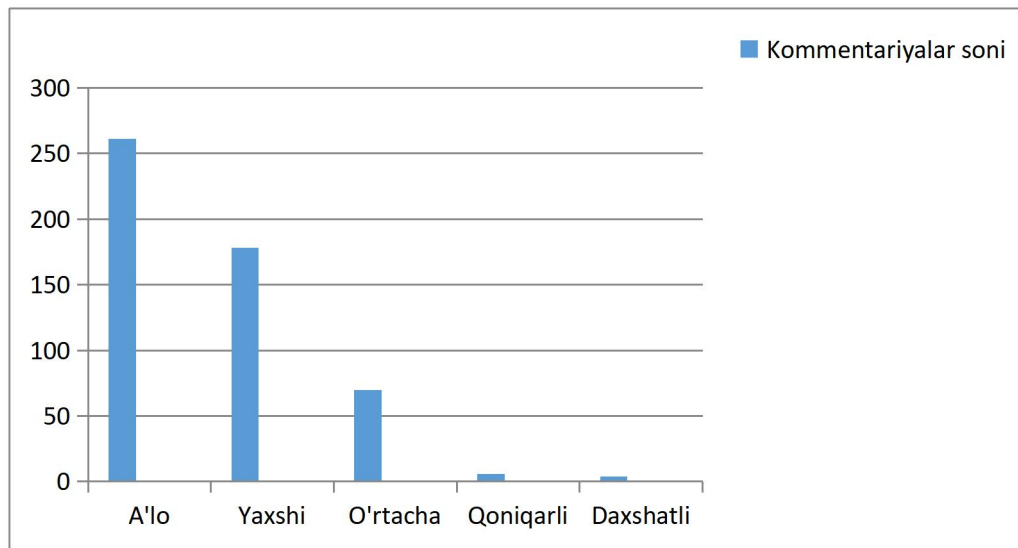
		juda chiroyli.			
4	2024 (Sayyoh)	10ming va 40ming “Bir to‘da toshlar” uchun qimmat.	Iqtisodiy etikasi	“Idrok etilgan qiymatsizlik”	Sa lbiy
5	2024 (Sayyoh)	Narxi uchun ko‘rishga arziydigan narsa yo‘q.	Narx va sifat	Pulga arziydigan past narx	Sa lbiy
6	2026 (Sayyoh)	Xojatxona uchun qo‘shimcha pul olinishi yomon.	Xizmat sifati	Yashirin xarajatlar	O' ta salbiy
7	2025 (Sayyoh)	Kirish kerakmi yoki yo‘qmi, qaror qila olmadim.	Marketing	“Ikki tomonlama tajriba”	Ne ytral
8	2026 (Guruh)	Muzey joylashuvi va strukturasi juda yomon.	Muzeyshun oslik	Strukturaviy tartibsizlik	Sa lbiy
9	2025 (Chet ellik)	120 ming qimmat. Toj kiyish joyi suvenirga to‘la.	Madaniy meros	“Vizual ifloslanish”	Sa lbiy
0	2025 (Mahalliy)	Buxoro tarixi haqida ma‘lumot olish zo‘r joy.	Ta‘lim / Meros	Ta‘lim manbai	Ijo biy

Tahlil natijalari shuni ko‘rsatadiki, Buxoro Arki bo‘yicha sayyohlar fikrlarida eng ko‘p uchraydigan muammolar iqtisodiy va tashkiliy omillar bilan bog‘liq. Xususan, narx siyosatining shaffof emasligi, turli toifadagi sayyohlar uchun turlicha narx belgilanishi hamda qo‘shimcha xizmatlar uchun alohida haq undirilishi sayyohlar tomonidan salbiy baholangan. Ushbu holat ilmiy adabiyotlarda “yashirin xarajatlar” (Hidden Costs) va “tranzaksion ishonchsizlik” sifatida talqin qilinadi.

Bundan tashqari, xizmat ko‘rsatish sifati va tashkiliy jarayonlarda ham kamchiliklar mavjudligi aniqlangan. Jumladan, ayrim hollarda kassa tizimidagi tartibsizliklar, axborot yetishmovchiligi hamda eksponatlarning mantiqiy tartibda joylashtirilmaganligi sayyohlarning umumiy qoniqish darajasiga salbiy ta‘sir ko‘rsatmoqda. Muzeyshunoslik nuqtai nazaridan qaralganda, bu holat obyektning ta‘limiy funksiyasini pasaytiradi.

Tahlil jarayonida yana bir muhim omil sifatida infratuzilma va iqlim sharoitlari ham ajratib ko‘rsatildi. Buxoro shahrining issiq iqlimi, ayniqsa yoz mavsumida, sayyohlar uchun jismoniy noqulaylik tug‘diradi. Soyali hududlarning yetishmasligi va dam olish zonalarining kamligi sayyohlarning obyekt hududida qolish vaqtini qisqartiradi hamda umumiy tajribaga salbiy ta‘sir ko‘rsatadi.

Shu bilan birga, ijobiy jihatlar ham qayd etildi. Xususan, Buxoro Arkining tarixiy ahamiyati, arxeologik qimmati va me‘moriy ko‘rinishi sayyohlar tomonidan yuqori baholangan. Bu esa obyektning estetik jozibadorligi va madaniy qiymati yekanligini ko‘rsatadi.



2-rasm Labi Hovuz majmuasining Trip Advisordagi sharhlari

Labi Hovuz majmuasi: Tadqiqot davrida TripAdvisor platformasida mazkur obyekt haqida jami 519 ta sharh mavjud bo'lib, ulardan eng dolzarb va servis sifatidagi kamchiliklarni ochib beruvchi reprezentativ namunalar ajratib olindi.

1-Jadval Labi Hovuz Majmuasining Trip Advisordagi turistlar sharhlari kodlangan

Yil / Toifa	Sharhning qisqacha mazmuni	Katego-riya (Deduktiv kod)	Aniqlangan muammo/yutuq (Induktiv kod)	Hissiyot (Hissiy)
2012 (Yakkaxon)	Sotuvchi qo'polli, 13 minglik chips, gigiyena pastligi.	Savdo va Etika	"Turistik tuzoq"	Salbiy
2018 (Noma'lum)	Joylashuv zo'r, lekin taomlar sifatsiz, servis tizimi yo'q.	Servis va Ovqatlanish	"Tizimli nosozlik" (Tizimli xato)	Salbiy
2019 (Juftliklar)	Markaz go'zal, lekin haddan tashqari gavjum, tinchlik yo'q.	Infratuzilma	"Overtourism" (Gavjumlik)	Neytral
2023 (Guruh)	Oshda zira ko'p, go'sht yoqmadi, salat kutgandek emas.	Gastronomiya	"Madaniy ta'm to'sig'i" (Ta'm to'sig'i)	Salbiy
2024 (Do'stlar)	Atmosfera zo'r, ofitsiant Abdumalikdan sifatli xizmat.	Mehmondostlik	"Shaxsiylashtirilgan xizmat"	Ijobiy
2025 (Biznes)	Biennale installatsiyalari, jonli va madaniy muhit.	MICE / San'at	"Madaniy tiklanish" (Madaniy jonlanish)	Ijobiy
2026 (Juftliklar)	Oqqushlar, hamyonbop narxlar, soyal va shinam joy.	Ekologiya va Narx	"Yaxlit qoniqish" (Yaxlit qoniqish)	Ijobiy

Labi Hovuz majmuasi bo'yicha tahlil natijalari esa biroq farqli manzarani namoyon etdi. Ushbu hudud sayyohlar tomonidan ko'proq ijtimoiy va gastronomik markaz sifatida qabul

Journal: <https://ifsmrc.org/index.php/aijrm>

qilinmoqda. Majmuaning atmosferasi, joylashuvi va umumiy muhit ijobiy baholangan bo'lsa-da, xizmat sifati bilan bog'liq muammolar mavjudligi aniqlangan.

Xususan, ayrim savdo va ovqatlanish nuqtalarida narxlarning asossiz yuqoriligi, xizmat ko'rsatish madaniyatining past darajasi hamda turistlarga nisbatan noxolis munosabat holatlari kuzatilgan. Bu esa ilmiy jihatdan "service quality gap", ya'ni kutilayotgan xizmat sifati bilan real xizmat o'rtasidagi tafovut mavjudligini ko'rsatadi. Bundan tashqari, hududning haddan tashqari gavjumligi (overtourism) ham sayyohlar tomonidan muammo sifatida qayd etilgan. Shovqin, tartibsizlik va ortiqcha odam zichligi majmuaning dam olish maskani sifatidagi jozibadorligini pasaytiradi.

Umuman olganda, olingan natijalar shuni ko'rsatadiki, Buxoro shahrining turistik obyektlari yuqori tarixiy va madaniy salohiyatga ega bo'lishiga qaramay, xizmat sifati, narx siyosati va infratuzilma bilan bog'liq muammolar mavjud. Ushbu nomutanosiblik "marketing dissonansi" sifatida namoyon bo'lib, ya'ni sayyohlarning kutgan natijalari bilan real tajriba o'rtasida tafovut yuzaga kelmoqda.

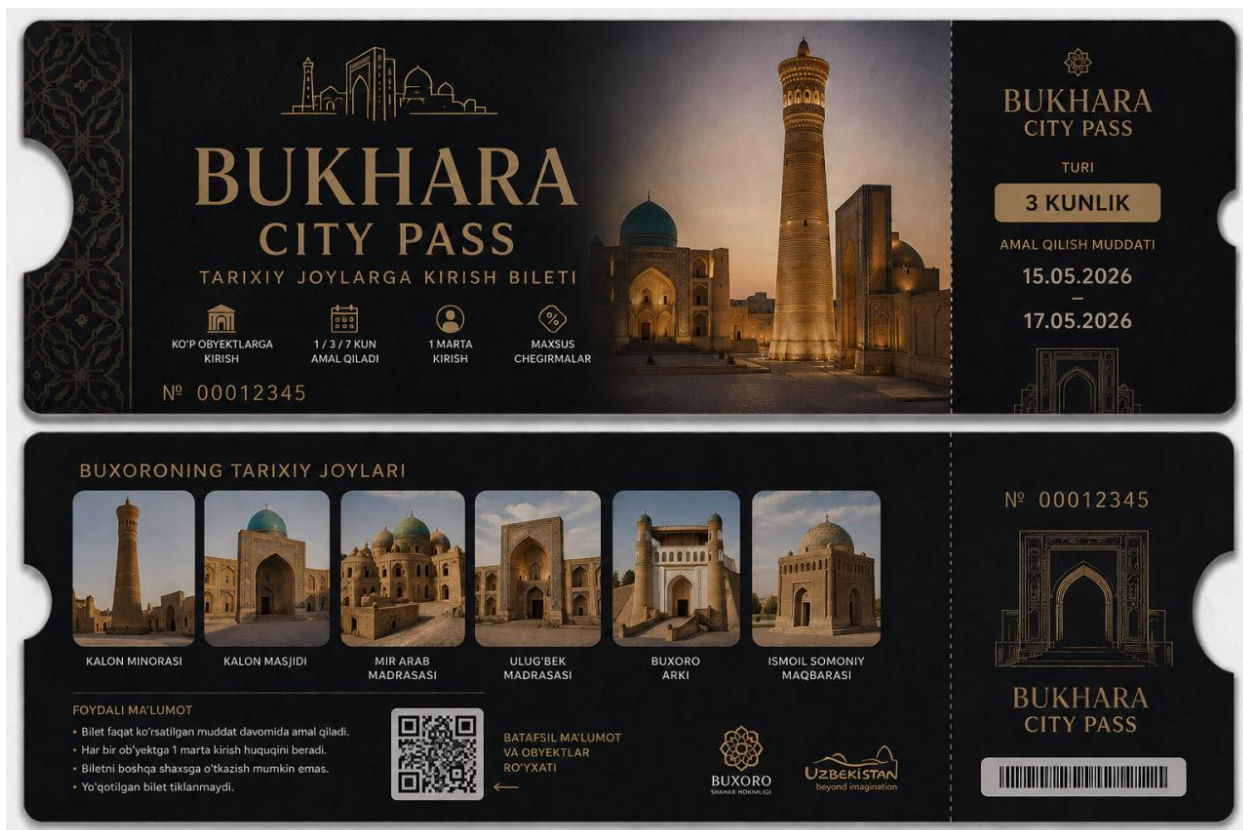
Muhokama

O'tkazilgan netnografik tadqiqot natijalari Buxoro shahrining turistik obyektlarida mavjud muammolarni sayyohlar nigohi orqali aniqlash imkonini berdi. Olingan natijalar ilmiy adabiyotlarda keltirilgan nazariy qarashlar bilan muayyan darajada mos keladi. Xususan, xizmat sifati va sayyohlar qoniqishi o'rtasidagi bog'liqlik ushbu tadqiqotda ham o'z tasdig'ini topdi.

Tahlil natijalariga ko'ra, Buxoro Arki va Labi Hovuz majmualarida kuzatilgan asosiy muammola - narx siyosatining shaffof emasligi, xizmat ko'rsatish madaniyatining yetarli darajada shakllanmaganligi hamda infratuzilmaviy cheklovlar - boshqa turistik destinatsiyalarda olib borilgan tadqiqotlar natijalari bilan hamohangdir. Bu esa mazkur muammolar tizimli xarakterga ega ekanligini ko'rsatadi. Shuningdek, tadqiqot natijalarida aniqlangan "service quality gap" holati, ya'ni kutilayotgan xizmat sifati bilan real tajriba o'rtasidagi tafovut, zamonaviy turizm nazariyalarida muhim o'rin tutadi. Ushbu tafovutning mavjudligi sayyohlarning umumiy qoniqish darajasini pasaytiradi va destinatsiyaning raqamli obro'siga salbiy ta'sir ko'rsatadi. Netnografiya metodining qo'llanilishi ushbu tadqiqotda o'zining yuqori samaradorligini ko'rsatdi. An'anaviy so'rovnomalardan farqli ravishda, onlayn sharhlar orqali olingan ma'lumotlar sayyohlarning haqiqiy fikr va hissiyotlarini aks ettiradi. Bu esa muammolarni yanada aniqroq aniqlash va ularni chuqurroq tahlil qilish imkonini beradi. Biroq, ushbu metodning ayrim cheklovlari ham mavjud. Xususan, barcha sayyohlar ham o'z fikrlarini onlayn platformalarda qoldirmasligi sababli, tanlanma ma'lumotlar to'liq umumlashtirilgan natijani aks ettirmasligi mumkin. Shuningdek, ayrim sharhlar subyektiv xarakterga ega bo'lib, ularni tahlil qilishda ehtiyotkorlik talab etiladi. Shu nuqtai nazardan, kelgusidagi tadqiqotlarda netnografiya metodini boshqa usullar, jumladan, an'anaviy so'rovnoma yoki intervyular bilan birgalikda qo'llash yanada mukammal natijalarga erishish imkonini beradi.

Takliflar

O'tkazilgan tadqiqot natijalariga asoslanib, Buxoro shahrining turistik obyektlarida xizmat sifatini yaxshilash va sayyohlar qoniqishini oshirish maqsadida quyidagi takliflar ilgari suriladi. Birinchidan, narx siyosatini yanada shaffof qilish zarur. Barcha xizmatlar uchun yagona va aniq narxlar belgilanishi, qo'shimcha to'lovlar haqida oldindan ma'lumot berilishi sayyohlar ishonchini oshiradi. Shu maqsadda yagona elektron chipta tizimini joriy etish maqsadga muvofiq.



3

-rasm Buxoro Tarixiy joylari uchun “Bukhara City Pass” biletining namunaviy ko‘rinishi

Ikkinchidan, xizmat ko‘rsatish madaniyatini oshirish muhim hisoblanadi. Xodimlar uchun muntazam treninglar tashkil etish, ayniqsa xorijiy tillarni o‘rgatish va mijozlar bilan muomala madaniyatini rivojlantirish xizmat sifatini yaxshilashga yordam beradi. Uchinchidan, infratuzilmani rivojlantirishga e‘tibor qaratish lozim. Xususan, dam olish joylari, soyalı hududlar va sanitariya sharoitlarini yaxshilash sayyohlar uchun qulay muhit yaratadi. Issiq ob-havo sharoitini hisobga olib, qo‘shimcha salqinlashtiruvchi vositalarni joriy etish ham foydali bo‘ladi. To‘rtinchidan, turistik obyektlarda axborot ta‘minotini kuchaytirish zarur. Ko‘p tilli ma‘lumotlar, yo‘riqnomalar va belgilar o‘rnatilishi sayyohlarning obyektni yaxshiroq tushunishiga yordam beradi. Beshinchidan, raqamli platformalarda sayyohlar fikrlarini muntazam kuzatib borish va ularga javob berish tizimini yo‘lga qo‘yish lozim. Bu destinatsiyaning raqamli obro‘cini yaxshilashga xizmat qiladi.

Xulosa

Mazkur tadqiqotda zamonaviy turizm sohasida muhim ahamiyat kasb etayotgan netnografiya metodining imkoniyatlari Buxoro shahri misolida o‘rganildi. Tadqiqot jarayonida Labi Hovuz majmuasi hamda Buxoro Arki bo‘yicha sayyohlar tomonidan bildirilgan onlayn sharhlar tahlil qilindi.

Olingan natijalar shuni ko‘rsatdiki, mazkur turistik obyektlar yuqori tarixiy va madaniy salohiyatga ega bo‘lishiga qaramay, xizmat sifati, narx siyosati va infratuzilma bilan bog‘liq muammolar mavjud. Ayniqsa, narxlarning shaffof emasligi, xizmat ko‘rsatish madaniyatining yetarli darajada rivojlanmaganligi hamda iqlim sharoitlariga mos infratuzilmaning yetishmasligi sayyohlar qoniqishiga salbiy ta‘sir ko‘rsatmoqda. Shu bilan birga, obyektlarning tarixiy ahamiyati, me‘moriy ko‘rinishi va umumiy muhitining jozibadorligi sayyohlar tomonidan ijobiy baholangan. Bu esa Buxoro shahrining turizm salohiyati yuqori ekanligini yana bir bor tasdiqlaydi. Tadqiqot davomida netnografiya metodining samaradorligi amaliy jihatdan asoslab berildi. Ushbu metod

Journal: <https://ifsmrc.org/index.php/aijrm>

orqali sayyohlarning real fikr va hissiyotlarini o'rganish, mavjud muammolarni aniqlash hamda ularni bartaraf etish bo'yicha aniq xulosalar chiqarish imkoniyati yaratildi.

Xulosa qilib aytganda, Buxoro shahrining turizm sohasida raqobatbardoshligini oshirish uchun xizmat sifati, narx siyosati va infratuzilmani takomillashtirish zarur. Mazkur ishda ilgari surilgan takliflar ushbu yo'nalishda amaliy ahamiyatga ega bo'lib, turizmni yanada rivojlantirishga xizmat qiladi.

Adabiyotlar ro'yxati

1. Robert Kozinets. Netnography: Doing Ethnographic Research Online. London: Sage Publications, 2010
2. Robert Kozinets. Netnography: The Essential Guide to Qualitative Social Media Research. London: Sage Publications, 2019.
3. Kozinets RV Ekran ortidagi maydon: Onlayn hamjamiyatlarda marketing tadqiqotlari uchun netnografiyadan foydalanish //Marketing tadqiqotlari jurnali. – 2002. – T. 39. – № 1. – 61-72-betlar
4. Tavakoli R., Wijesinghe SNR Turizm va veb va netnografiyaning evolyutsiyasi: Tizimli sharh //Turizmni boshqarish istiqbollari. – 2019. – T. 29. – P. 48-55.
5. UNWTO. International Tourism Highlights. Madrid, 2023.
6. UNWTO. Tourism and Digital Transformation Report. 2022.
7. Google Maps platformasidagi foydalanuvchi sharhlari (2024–2026).
8. TripAdvisor platformasidagi sayyohlar fikrlari (2024–2026).
9. Kotler Marketing Management. Philip Kotler. Marketing Management. Pearson Education, 2016.
10. Tourism studies bo'yicha zamonaviy ilmiy maqolalar va internet manbalari.
11. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining turizmni rivojlantirishga oid farmon va qarorlari.
12. Buxoro viloyati turizm boshqarmasi rasmiy ma'lumotlari va statistik hisobotlari.