

SCIENCE
PROBLEMS.UZ

ISSN 2181-1342

Actual problems of social and humanitarian sciences
Актуальные проблемы социальных и гуманитарных наук

Ijtimoiy-gumanitar fanlarning dolzarb muammolari

Son 11 Jild 4

2024

SCIENCEPROBLEMS.UZ

**ИЖТИМОЙ-ГУМАНИТАР ФАНЛАРНИНГ
ДОЛЗАРБ МУАММОЛАРИ**

№ 11 (4) - 2024

**АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНО-
ГУМАНИТАРНЫХ НАУК**

ACTUAL PROBLEMS OF HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES

ТОШКЕНТ-2024

БОШ МУҲАРРИР:

Исанова Феруза Тулқиновна

ТАҲРИР ҲАЙЪАТИ:

07.00.00-ТАРИХ ФАНЛАРИ:

Юлдашев Анвар Эргашевич – тарих фанлари доктори, сиёсий фанлар номзоди, профессор, Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Давлат бошқаруви академияси;

Мавланов Уктам Махмасабирович – тарих фанлари доктори, профессор, Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Давлат бошқаруви академияси;

Хазраткулов Абдор – тарих фанлари доктори, доцент, Ўзбекистон давлат жаҳон тиллари университети.

Турсунов Равшан Нормуратович – тарих фанлари доктори, Ўзбекистон Миллий Университети;

Холикулов Ахмаджон Боймаҳамматович – тарих фанлари доктори, Ўзбекистон Миллий Университети;

Габриэльян Софья Ивановна – тарих фанлари доктори, доцент, Ўзбекистон Миллий Университети.

Саидов Сарвар Атабулло ўғли – катта илмий ходим, Имом Термизий халқаро илмий-тадқиқот маркази, илмий тадқиқотлар бўлими.

08.00.00-ИҚТИСОДИЁТ ФАНЛАРИ:

Карлибаева Рая Хожабаевна – иқтисодиёт фанлари доктори, профессор, Тошкент давлат иқтисодиёт университети;

Насирходжаева Дилафруз Сабитхановна – иқтисодиёт фанлари доктори, профессор, Тошкент давлат иқтисодиёт университети;

Остонокулов Азамат Абдукаримович – иқтисодиёт фанлари доктори, профессор, Тошкент молия институти;

Арабов Нурали Уралович – иқтисодиёт фанлари доктори, профессор, Самарқанд давлат университети;

Худойқулов Садирдин Каримович – иқтисодиёт фанлари доктори, доцент, Тошкент давлат иқтисодиёт университети;

Азизов Шерзод Ўктамович – иқтисодиёт фанлари доктори, доцент, Ўзбекистон Республикаси Божхона институти;

Хожаев Азизхон Саидалоҳонович – иқтисодиёт фанлари доктори, доцент, Фарғона политехника институти

Холов Актам Хатамович – иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD), доцент, Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Давлат бошқаруви академияси;

Шадиева Дилдора Хамидовна – иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD), доцент в.б, Тошкент молия институти;

Шакарров Қулмат Аширович – иқтисодиёт фанлари номзоди, доцент, Тошкент ахборот технологиялари университети

09.00.00-ФАЛСАФА ФАНЛАРИ:

Ҳакимов Назар Ҳакимович – фалсафа фанлари доктори, профессор, Тошкент давлат иқтисодиёт университети;

Яхшиликков Жўрабой – фалсафа фанлари доктори, профессор, Самарқанд давлат университети;

Ғайбуллаев Отабек Мухаммадиевич – фалсафа фанлари доктори, профессор, Самарқанд давлат чет тиллар институти;

Саидова Камола Усканбаевна – фалсафа фанлари доктори, “Tashkent International University of Education” халқаро университети;

Ҳошимхонов Мўмин – фалсафа фанлари доктори, доцент, Жиззах педагогика институти;

Ўроқова Ойсулов Жамолiddиновна – фалсафа фанлари доктори, доцент, Андижон давлат тиббиёт институти, Ижтимоий-гуманитар фанлар кафедраси мудири;

Носирходжаева Гулнора Абдукаххаровна – фалсафа фанлари номзоди, доцент, Тошкент давлат юридик университети;

Турдиев Бехруз Собирович – фалсафа фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD), доцент, Бухоро давлат университети.

10.00.00-ФИЛОЛОГИЯ ФАНЛАРИ:

Ахмедов Ойбек Сапорбаевич – филология фанлари доктори, профессор, Ўзбекистон давлат жаҳон тиллари университети;

Кўчимов Шухрат Норқизиллович – филология фанлари доктори, доцент, Тошкент давлат юридик университети;

Ҳасанов Шавкат Аҳадович – филология фанлари доктори, профессор, Самарқанд давлат университети;

Бахронова Дилрабо Келдиёровна – филология фанлари доктори, профессор, Ўзбекистон давлат жаҳон тиллари университети;

Мирсанов Ғайбулло Қулмуродович – филология фанлари доктори, профессор, Самарқанд давлат чет тиллар институти;

Салахутдинова Мушарраф Исамутдиновна – филология фанлари номзоди, доцент, Самарқанд давлат университети;

Кучкаров Раҳман Урманович – филология фанлари номзоди, доцент в/б, Тошкент давлат юридик университети;

Юнусов Мансур Абдуллаевич – филология фанлари номзоди, Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Давлат бошқаруви академияси;

Саидов Улугбек Арипович – филология фанлари номзоди, доцент, Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Давлат бошқаруви академияси.

12.00.00-ЮРИДИК ФАНЛАР:

Аҳмедшаева Мавлюда Ахатовна – юридик фанлар доктори, профессор, Тошкент давлат юридик университети;

Мухитдинова Фирюза Абдурашидовна – юридик фанлар доктори, профессор, Тошкент давлат юридик университети;

Эсанова Замира Нормуротовна – юридик фанлар доктори, профессор, Ўзбекистон Республикасида хизмат кўрсатган юрист, Тошкент давлат юридик университети;

Ҳамроқулов Баҳодир Мамашарифович – юридик фанлар доктори, профессор в.б., Жаҳон иқтисодиёти ва дипломатия университети;

Зулфиқоров Шерзод Хуррамович – юридик фанлар доктори, профессор, Ўзбекистон Республикаси Жамоат ҳавфсизлиги университети;

Хайитов Хушвақт Сапарбаевич – юридик фанлар доктори, профессор, Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Давлат бошқаруви академияси;

Асадов Шавкат Ғайбуллаевич – юридик фанлар доктори, доцент, Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Давлат бошқаруви академияси;

Эргашев Икром Абдурасулович – юридик фанлари доктори, профессор, Тошкент давлат юридик университети;

Утемуратов Махмут Ажимуратович – юридик фанлар номзоди, профессор, Тошкент давлат юридик университети;

Сайдуллаев Шахзод Алиханович – юридик фанлар номзоди, профессор, Тошкент давлат юридик университети;

Ҳакимов Комил Бахтиярович – юридик фанлар доктори, доцент, Тошкент давлат юридик университети;

Юсупов Сардорбек Баходирович – юридик фанлар доктори, доцент, Тошкент давлат юридик университети;

Амиров Зафар Актамович – юридик фанлар бўйича фалсафа доктори (PhD), Ўзбекистон Республикаси Судьялар олий кенгаши ҳузуридаги Судьялар олий мактаби;

Жўраев Шерзод Юлдашевич – юридик фанлар номзоди, доцент, Тошкент давлат юридик университети;

Бабаджанов Атабек Давронбекович – юридик фанлар номзоди, доцент, Тошкент давлат юридик университети;

Раҳматов Элёр Жумабоевич – юридик фанлар номзоди, Тошкент давлат юридик университети;

13.00.00-ПЕДАГОГИКА ФАНЛАРИ:

Ҳашимова Дильдархон Уринбоевна – педагогика фанлари доктори, профессор, Тошкент давлат юридик университети;

Ибрагимова Гулнора Хавазматовна – педагогика фанлари доктори, профессор, Тошкент давлат иқтисодиёт университети;

Закирова Феруза Махмудовна – педагогика фанлари доктори, Тошкент ахборот технологиялари университети ҳузуридаги педагогик кадрларни қайта тайёрлаш ва уларнинг малакасини ошириш тармоқ маркази;

Каюмова Насиба Ашуровна – педагогика фанлари доктори, профессор, Қарши давлат университети;

Тайланова Шохид Зайниевна – педагогика фанлари доктори, доцент;

Жуманиёзова Муҳайё Тожиевна – педагогика фанлари доктори, доцент, Ўзбекистон давлат жаҳон тиллари университети;

Ибрахимов Санжар Урунбаевич – педагогика фанлари доктори, Иқтисодиёт ва педагогика университети;

Жавлиева Шахноза Баходировна – педагогика фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD), Самарқанд давлат университети;

Бобомуротова Латофат Элмуродовна – педагогика фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD), Самарқанд давлат университети.

19.00.00-ПСИХОЛОГИЯ ФАНЛАРИ:

Каримова Василя Маманосировна – психология фанлари доктори, профессор, Низомий номидаги Тошкент давлат педагогика университети;

Ҳайитов Ойбек Эшбоевич – Жисмоний тарбия ва спорт бўйича мутахассисларни қайта тайёрлаш ва малакасини ошириш институти, психология фанлари доктори, профессор

Умарова Навбаҳор Шокировна – психология фанлари доктори, доцент, Низомий номидаги Тошкент давлат педагогика университети, Амалий психологияси кафедраси мудири;

Атабаева Наргис Батировна – психология фанлари доктори, доцент, Низомий номидаги Тошкент давлат педагогика университети;

Шамшетова Анжим Караматдиновна – психология фанлари доктори, доцент, Ўзбекистон давлат жаҳон тиллари университети;

Қодиров Обид Сафарович – психология фанлари доктори (PhD), Самарканд вилоят ИИБ Тиббиёт бўлими психологик хизмат бошлиғи.

22.00.00-СОЦИОЛОГИЯ ФАНЛАРИ:

Латипова Нодира Мухтаржановна – социология фанлари доктори, профессор, Ўзбекистон миллий университети кафедра мудири;

Сеитов Азамат Пулатович – социология фанлари доктори, профессор, Ўзбекистон миллий университети;

Содиқова Шоҳида Мархабобовна – социология фанлари доктори, профессор, Ўзбекистон халқаро ислом академияси.

23.00.00-СИЁСИЙ ФАНЛАР

Назаров Насриддин Атакулович – сиёсий фанлар доктори, фалсафа фанлари доктори, профессор, Тошкент архитектура қурилиш институти;

Бўтаев Усмонжон Хайруллаевич – сиёсий фанлар доктори, доцент, Ўзбекистон миллий университети кафедра мудири.

ОАК Рўйхати

Мазкур журнал Вазирлар Маҳкамаси ҳузуридаги Олий аттестация комиссияси Раёсатининг 2022 йил 30 ноябрдаги 327/5-сон қарори билан тарих, иқтисодиёт, фалсафа, филология, юридик ва педагогика фанлари бўйича илмий даражалар бўйича диссертациялар асосий натижаларини чоп этиш тавсия этилган илмий нашрлар рўйхатига киритилган.

Ижтимоий-гуманитар фанларнинг долзарб муаммолари” электрон журнали 2020 йил 6 август куни 1368-сонли гувоҳнома билан давлат рўйхатига олинган.

Муассис: “SCIENCEPROBLEMS TEAM” масъулияти чекланган жамияти

Таҳририят манзили:

100070. Тошкент шаҳри, Яккасарой тумани, Кичик Бешёғоч кўчаси, 70/10-уй. Электрон манзил:

scienceproblems.uz@gmail.com

Боғланиш учун телефонлар:

(99) 602-09-84 (telegram).

MUNDARIJA

07.00.00 – TARIX FANLARI

<i>Лутфиллаев Ҳамидилло Муродиллаевич</i> “ЖАВОҲИР АТ-ТАФСИР ЛИ ТУҲФАТ АЛ-АМИР” АСАРИНИНГ МАЗМУНИ ВА ТАРКИБИЙ ҚИСМЛАРИ ҲАҚИДА	12-17
<i>Эгамбергенов Ҳайтбой Ҳамидулло ўғли</i> ТОШ ДАВРИ АҲОЛИ МИГРАЦИЯЛАРИ (ЎРТА ОСИЁНИНГ ЖАНУБИЙ, ЖАНУБИЙ-ҒАРБИЙ ВА ҚУЙИ АМУДАРЁ ҲУДУДЛАРИ МИҚЁСИДА)	18-25
<i>Esonov Ziyodbek Yuldashevich</i> ҚО’ҚОН ХОНЛАРИ СУЛОЛАСИНИНГ ГЕНЕОЛОГИК ТАҲЛИЛИ	26-31
<i>Mamatqulov Bekzod</i> О’ЗБЕКИСТОНДА XX-АСРНИНГ 20-40-ЙИЛЛАРИДА СANOAT TARMOQLARINING RIVOJLANISHI VA KADRLAR TARKIBINI SHAKLLANTIRISH JARAYONLARI	32-38
<i>Asadova Ra’no Baymanovna</i> О’ЗБЕК- HIND MUNOSABATLARINING YANGI BOSQICHGA KO’TARILISHI: HAMKORLIK ISTIQBOLLARI	39-42
<i>Saidova Raxima</i> О’ЗБЕКИСТОН ВА ИТАЛИЯ MUNOSABATLARINING ME’YORIY-HUQUQIY MANBALARI	43-48
<i>Ortiqov Yosin Abdulboqiyevich, Ergasheva Ra’no Muzaffarbek qizi</i> AFROSIYOB ARXEOLIGIK YODGORLIGINING O’RGANILISH TARIXI	49-55
<i>Iriskulov Bekzod Jaxongirovich</i> TURKISTON GENERAL-GUBERNATORLIGI BYUDJETINING SARFLANISHIGA DOIR AYRIM MULOHAZALAR	56-60
<i>Mirsoatova Sayyora Turg’unovna</i> QOYATOSH SURATLARIDA IBTIDOIY DAVR IQTISODIY HAYOTINING AKS ETISHI	61-66
<i>Лухмонов Шахзод Сайфиддин ўғли</i> ВЛИЯНИЕ ДЕНЕЖНОЙ ЭМИССИИ В 1918-1920 ГОДАХ НА СОЦИАЛЬНО- ЭКОНОМИЧЕСКУЮ ЖИЗНЬ НАРОДОВ ТАССР	67-71
<i>Axmedov Bekzod</i> SOVET HOKIMIYATI TOMONIDAN O’ZBEKISTONDA QORAKO’LCHILIKNI RIVOJLANTIRISH TADBIRLARI.....	72-75
<i>Mamatov Jasurbek Qodirqul o’g’li</i> NAMANGAN VILOYATI ZIYORATGOHLARINING AHOLINING IJTIMOIIY HAYOTIDAGI O’RNI (UYCHI TUMANI DEVONA BUVA ZIYORATGOHI MISOLIDA)	76-80
<i>Saidaxmatov Sharifbek Toshpo’latovich</i> SURXONDARYO VILOYATI SANOATINI RIVOJLANTIRISH STRATEGIYASINING ASOSIY YO’NALISHLARI	81-88

Ибрагимов Рахмон Зиёдуллаевич

ТОШКЕНТ ВОҲАСИ ПАЛЕОМЕТАЛЛ ДАВРИ ЖАМИЯТИ ТАРАҚҚИЁТИДА ТАБИЙ
РЕСУРСЛАРНИНГ АҲАМИЯТИ 89-93

Akrorov Botir Bakhodirovich

ДОГОВОРНО-ПРАВОВАЯ БАЗА СОТРУДНИЧЕСТВА РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН И ИРАНА
В ГОДЫ НЕЗАВИСИМОСТИ 94-99

08.00.00 – IQTISODIYOT FANLARI

Tursunov Bekmuxammad Omonovich

IQTISODIYOTDAGI TARKIBIY O'ZGARISHLAR SHAROITIDA SANOAT KORXONALARI
RAQOBATBARDOSHLIGINI TA'MINLASH MEKANIZMI TAKOMILLASHTIRISH 100-108

Muxitdinova Kamola Alisherovna

«OLMALIQ KON-METALLURGIYA KOMBINATI» AJDA ISHLAB CHIQARILADIGAN
MAHSULOTLARNING SANOAT KORXONALARIDA QO'LLANISHI 109-115

Madraximov Qaxramon Egamberganovich

INNOVATSION FAOLIYATNI RIVOJLANTIRISH ORQALI IQTISODIY BARQARORLIKKA
ERISHISH YO'LLARI: XORAZM VILOYATI MISOLIDA..... 116-125

Кетманов Авазбек Маликович

КИЧИК БИЗНЕС МОЛИЯВИЙ РЕСУРСЛАРИ САМАРАДОРЛИГИ ОМИЛЛАРИ ВА УЛАРНИНГ
ЎЗИГА ХОС ХУСУСИЯТЛАРИ 126-134

Xolmirzayev Abdulxamid Xapizovich

KAMBAG'ALLIKKA QARSHI KURASHISHNING OMILLARI..... 135-142

Bahriddinov Jahongirbek Ravshanjon ogli

MARKET MECHANISMS, METHODS OF PRICE FORMATION IN THE SYSTEM OF MARKETING
OF GOODS AND SERVICES 143-152

Ilhamova Zarnigor Po'latjon qizi

MINTAQA TURIZMINI RIVOJLANTIRISHDA RAQAMLI MARKETING TIZIMINI
TASNIFI 153-160

Sharipov Komil

MINTAQAVIY KAMBAG'ALLIKNI KAMAYTIRISHDAGI KICHIK BIZNESNING ROLI 161-170

Rajabov Navruzbek Azimjonovich

MAISHIY XIZMAT KO'RSATISH SOHASINI RIVOJLANISHI VA KAMBAG'ALLIKNI
QISQARTIRISHGA TA'SIR ETUVCHI OMILLAR TAHLILI 171-179

Mirzaeva Shirin Nodirovna

SUPPORT AND DEVELOPMENT OF WOMEN'S ENTREPRENEURSHIP IN
UZBEKISTAN..... 180-187

Pardayev Rasulbek Islomovich

TURIZM XIZMATLARI SIFATINI BAHOLASHNING USULLARI VA ULARNING
TAHLILI 188-196

Bahodirov Shohruh Bahodir o'g'li

SANOAT KORXONALARIDA INNOVATSION FAOLIYATNI BOSHQARISH
XUSUSIYATLARI 197-202

<i>Рахимов Бахромжон Ибрахимович</i> ВНЕДРЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ МЕТОДОВ ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОГО ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ВОДНЫХ РЕСУРСОВ	203-209
<i>Zakirova Gulnora Mirzalievna, Madaminov Abdulaziz Anvarjon o'g'li</i> O'ZBEKISTON RESPUBLIKASIDA EKSPORT VA IMPORT SALOHİYATI (NAMANGAN VILOYATI TAHLILIDA).....	210-216
<i>Hasanov Ilkhom Isakovich</i> IMPROVING THE FINANCING MECHANISM OF THE SCIENTIFIC SUPPLY SYSTEM IN THE AGRICULTURE OF UZBEKISTAN.....	217-221
<i>Ibragimova Nilufar Ziyadullayevna</i> CHAKANA SAVDO KORXONALARIDA XIZMATLAR KO'RSATISHNING XUSUSIYATLARI	222-227
<i>Maxmudov Jasurbek Ergashevich</i> INNOVATION IQTISODIYOT SHAROITIDA KICHIK BIZNES SUBYEKTLARINI MOLIYAVIY JIHATDAN QO'LLAB-QUVVATLASH TAHLILI	228-233
<i>Ravshanov Nodirjon Begalievich</i> TA'LIM XIZMATLARI BOZORIDA OLIY TA'LIM MUASSASALARI RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISHNING AHAMIYATI	234-243
09.00.00 – FALSAFA FANLARI	
<i>Murtozayev Shahobiddin Baxriddinovich</i> SHIHOIDDIN SUHRAVARDIY FALSAFIY QARASHLARIGA IJTIMOYIY-SIYOSIY VAZIYATLARNING TA'SIRI	244-248
<i>Qutlimuratov Sardorbek Rustamovich</i> XORAZM JADIDLARI MA'NAVIY MEROSINING YANGI O'ZBEKISTONDA YOSHLARINI VATANPARVARLIK VA BAG'RIKENGLIK RUHIDA TARBIYALASHDAGI AHAMIYATI.....	249-254
<i>Saburov Jaloliddin</i> XVIII-ASR OXIRI VA XIX-ASR BOSHLARIDA BUXORO AMIRLIGIDA ILM-FAN VA MADANIY HAYOT RIVOJI	255-260
<i>Jabborov Ikromjon Jumaniyozovich</i> NAJMIDDIN KUBRO TA'LIMOTIDA "KOMIL INSON " TARBIYASI VA UNING AXLOQIY VA MA'NAVIY YUKSALISHGA OID G'OYALARNING O'ZIGA XOS XUSUSIYATLARI	261-265
<i>Saidkulov Nuriddin Akramkulovich</i> FORMATION OF PERSPECTIVES REGARDING SOCIETY'S STABILITY	266-271
<i>Adilov Zafar Yunusovich</i> MAHMUD AZ-ZAMAHSHARIY QARASHLARIDA SUV VA SHIFOBAXSH MEVALAR MASALASI	272-277
<i>Yuldashev Farrux Abdurakhmanovich</i> ON THE QUESTION OF THE UNIQUE ROLE OF THE PRINCIPLES OF HUMANITY AND PATRIOTISM IN THE DEVELOPMENT AND STRENGTHENING OF THE FUTURE OF THE YOUNG GENERATION	278-282
<i>Ganiyev Baxodirjon Sodiqjonovich</i> TADBIRKORLIK MADANIYATINING SENSUALISTIK VA AKSIOLOGIK XUSUSIYATLARINING IJTIMOIY-FALSAFIY TAHLILI	283-287

11.00.00 – FILOLOGIYA FANLARI*Baxronova Dilrabo*

PROTOTURKIYLARNING AMERIKA QIT'ASIGA KO'CHISHI: LEKSIK PARALLELLIZM VA ETIMOLOGIK-SEMANTIK TADQIQ 288-295

Daliyeva Madina

DETERMINANTS OF COGNITIVE MODELING OF POLYSEMY OF LINGUISTIC TERMS IN ENGLISH, UZBEK, AND RUSSIAN LANGUAGES 296-300

Paluanova Khalifa

STRATEGIES FOR ENHANCING PRAGMATIC COMPETENCE IN SECOND LANGUAGE ACQUISITION (SLA) THROUGH EFFECTIVE APPROACHES 301-306

Равшанов Махмуд

СЕМАНТИКА ГЛАГОЛОВ В «ДИВАНИ ЛУГАТ-ИТ ТУРК» МАХМУДА КАШГАРСКОГО 307-311

Bekbergenova Gulaim Aijarıkovna

SEMANTIC CLASSIFICATION OF ENGLISH AND KARAKALPAK ANTHROPOCENTRIC PROVERBS 312-318

Normamatov Farrux Komiljon o'g'li

MURAKKAB USLUBDAGI ASARLAR XUSUSIYATLARI VA UNDA FORMALIZM YONDASHUVI 319-322

Gulamova Dilobar Imamkulovna

ADABIYOT DARSLIKLARDA EVFEMIZMLARNING QO'LLANILISHI VA TAHLILI 323-326

Xolmuxamedov Baxtiyor

TERS LUG'ATLARNING ASOSIY XUSUSIYATI VA ULARNI TUZISH METODIKASI 327-334

Chorieva Iroda Kurbonboevna

KASALLIK NOMLARI VA BELGILARI KELTIRILGAN INGLIZ VA O'ZBEK MAQOLLARINING LINGVOMADANIY XUSUSIYATLARI 335-339

Ganiyeva Orzigul Xayriddinovna

XX ASR AMERIKA REALISTIK QISSACHILIGIDA POETIK KONSTRUKSIYA: SHAKL VA MAZMUN MASALASI 340-345

Расулова Камола

ПОНЯТИЕ ТРАНСФОРМАЦИИ. ВИДЫ АВТОРСКИХ ПРЕОБРАЗОВАНИЙ ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИХ ЕДИНИЦ 346-353

Омонов Турғунбой

“СУҒУРТА” ТЕРМИНИНИНГ ЛИНГВИСТИК ТАЪРИФИ 354-358

Хакбердиева Сайёра Фармоновна

ЛИНГВИСТИЧЕСКАЯ ОБЪЕКТИВИЗАЦИЯ ФРЕЙМА «МАТЬ» И «ОТЕЦ» В РУССКОМ И УЗБЕКСКОМ ЯЗЫКАХ 359-364

Xolmirzayev Baxtiyor Mirzamahmudovich

IJTIMOIY-SIYOSIY ASAR TARJIMASINING O'ZIGA XOS XUSUSIYATLARI 365-370

Gubaydullin Artur Faridovich

CHALLENGES OF TRANSLATION IN TERRY PRATCHETT'S "GOOD OMENS" 371-376

Abdullaeva Sevara Makhsudaliyevna

EMOTIVE INTENSIFIERS OF ENGLISH AND RUSSIAN LANGUAGES 377-381

Baymuradova Gulbaxar Chari Qizi

SURXONDARYO VILOYATI FITOTOPONIMLARINING STRUKTURGRAMMATIK

TAHLILI 382-385

Yuldasheva Nigora Baxodirovna

INGLIZ VA O'ZBEK PAREMIYALARINI O'RGANISHNING AKSIOLOGIK JIHATLARI 386-390

Quljanova To'lg'anoy Shodiyor qizi

ABDUVALI QUTBIDDIN SHE'RIYATIDA POETIK OBRAZLAR TAHLILI 391-396

12.00.00 – YURIDIK FANLAR

Рузметов Хайрулла

ФУҚАРОЛАРНИНГ ЎЗИНИ ЎЗИ БОШҚАРИШ ОРГАНЛАРИ МАНСАБДОР ШАХСЛАРИНИНГ
КОНСТИТУЦИЯВИЙ-ҲУҚУҚИЙ ЖАВОБГАРЛИГИ 397-402

Ачилова Лилия Илхомовна

ТУРИСТИК ХИЗМАТЛАР КЎРСАТИШ БЎЙИЧА ФУҚАРОЛИК-ҲУҚУҚИЙ
МУНОСАБАТЛАРНИ ТАРТИБГА СОЛИШНИНГ УНИФИКАЦИЯСИ ЧЕГАРАЛАРИ
РАҚАМЛАШТИРИШ ШАРОИТИДА 403-410

Abdubannayev Umidjon

AXBOROTGA BO'LGAN INSON HUQUQLARINI TA'MINLASHNING
RIVOJLANISH BOSQICHLARI 411-421

Халиқулов Комолиддин Носирович

ХОРИЖИЙ ДАВЛАТ СУДЛАРИНИНГ ҚАРОРЛАРИНИ ТАН ОЛИШ ВА ИЖРО ЭТИШДА
ДАВЛАТ СУВЕРЕНИТЕТИ МАСАЛАЛАРИ 422-427

Тўраев Жавоҳир Усмон ўғли

ХОДИМЛАР МЕҲНАТ ҲУҚУҚЛАРИГА РИОЯ ҚИЛИНИШИ БЎЙИЧА ДАВЛАТ НАЗОРАТИ ВА
ТЕКШИРУВИ ТУШУНЧАСИГА ОИД НАЗАРИЙ ҚАРАШЛАР 428-433

Элмурзаев Билолиддин Нурмон ўғли

ТЕРГОВ ҲАРАКАТЛАРИНИ АМАЛГА ОШИРИШДА ТЕРГОВЧИНИНГ ПРОЦЕССУАЛ
МУСТАҚИЛЛИГИНИ ТАЪМИНЛАШ 434-439

Djumaniyazova Dilfuza Kamalovna, Shayakubov Shomansur Shakabilovich

IJTIMOIIY HAVF GURUHIGA KIRUVCHI YOSHLAR O'RTASIDA HUQUQBUZARLIKLARGA
QARSHI KURASHISH BO'YICHA XORIJIY TAJRIBA 440-446

Алиев Асилбек Кадирович

КРИМИНОЛОГИЧЕСКИЕ (СОЦИАЛЬНЫЕ) ПРЕДПОСЫЛКИ И КОРНИ РАСПРОСТРАНЕНИЯ
АЗАРТНЫХ ИГР СРЕДИ НАСЕЛЕНИЯ 447-451

Нодирахон Абдурахманова

РЕГУЛИРОВАНИЕ ФИНТЕХА И КРИПТОВАЛЮТ: ОСНОВНЫЕ ВЫЗОВЫ И ПРАВОВЫЕ
АСПЕКТЫ 452-462

Ғайбуллаев Соҳибжон Ғайбуллаевич

РЕПО БИТИМЛАР – ТАЪМИНЛОВЧИ БИТИМ СИФАТИДА УМУМИЙ ТАВСИФ 463-469

13.00.00 – PEDAGOGIKA FANLARI

Xusanova Mohira

OLIY O'QUV YURTLARIDA TALABALARNI BAHOLASH SHAKLINI
TAKOMILLASHTIRISH 470-479

<i>Берикбаев Алишер Аликулович</i> ТАСВИРИЙ САНЪАТ ФАНЛАРИНИ ЎҚИТИШДА ИЛҒОР ТАЪЛИМ ТЕХНОЛОГИЯСИДАН ФОЙДАЛАНИШ САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШ	480-483
<i>Yusupova Shoxista Alimjanovna</i> TALABALARNING TASVIRIY SAN'AT MASHG'ULOTLARIDA IJODIY QOBILIYATINI SHAKLLANTIRISH TEXNOLOGIYASI	484-489
<i>Yakubova Nafisa Odilyanovna</i> CHIZMACHILIK DARSLARIDA TALABALARNI IJODIY-KREATIV FIKRLASHGA O'RGATISH	490-494
<i>Musirmanov Shohboz Usmon o'g'li</i> TURIZM SOHASIDA KADRLAR TAYYORLASHDA AMALIYOT VA NAZARIYANING PEDAGOGIK UYG'UNLIGI	495-500
<i>Suvankulov Umid Ilxom o'g'li</i> MALAKA OSHIRISH JARAYONIDA PEDAGOGLARNING DISKURSIV KOMPETENSIYALARINI RIVOJLANTIRISH TEXNOLOGIYASI	501-505
<i>Ibragimov A'lamjon Amrilloevich</i> O'QITUVCHILARNI UZLUKSIZ KASBIY RIVOJLANTIRISHGA KOGNITIVFUNKSIONAL YONDASHUV	506-518
<i>Jo'rayeva Feruza Baxtiyor qizi, Mavlonov Shaxzod Shahobiddin o'g'li</i> TA'LIMDA KOMMUNIKATIV INNOVATSION VOSITALAR VA ULARNING IMKONIYATLARI	519-524
<i>Siddiqova Shahnoza Ahmedovna</i> SCIENCE XALQARO BAHOLASH TADQIQOTLARINING O'ZBEKISTONDA BIOLOGIYA O'QITUVCHILARINING TABIIY FANLAR SAVODXONLIGINI SHAKLLANTIRISHGA TA'SIRI	525-529
<i>Xoliqov Nasriddin Abdikarimovich</i> MILLIY IQTISODIYOT RIVOJLANISHINING SHARTI SIFATIDA TA'LIM, FAN VA BIZNESNING O'ZARO ALOQALARI MAZMUNI	530-534
<i>Javliyeva Shahnoza Bahodirovna</i> TA'LIM SIFATIGA YO'NALTIRILGAN O'QUV MATERIALLARINI YARATISH MODEL 535-539	535-539
<i>Jumaboev Nabi Pardaboevich</i> TA'LIM SIFATIGA YO'NALTIRILGAN O'QUV MATERIALLARINI YARATISH MODEL 540-545	540-545
<i>Kayumov Erkin Kazakbayevich</i> THE IMPORTANCE OF FINE ARTS IN SHAPING STUDENTS' PERCEPTION AND CREATIVITY	546-550
<i>Khojamqulov Rasulbek Kurban ugli</i> THE NEED TO DEVELOP COMPETENCY OF FUTURE ENGINEERS USING COMPUTER GRAPHICS	551-555
<i>Latipova Gavhar Shavkat kizi</i> TARIX YO'NALISHI TINGLOVCHILARI UCHUN KREATIV SALOHİYATNI RIVOJLANTIRISH DOLZARB PEDAGOGIK MUAMMO SIFATIDA	556-564
<i>Ernazarov G'olibjon Ne'matovich</i> ATROF- MUXITNING YUKORI XARORATIDA MUSHAK FAOLIYATI	565-568

Received: 31 October 2024
Accepted: 5 November 2024
Published: 15 November 2024

Article / Original Paper

CLASSIFICATION OF DIGITAL MARKETING SYSTEMS IN THE DEVELOPMENT OF REGIONAL TOURISM

Ilkhamova Zarnigor Po'latjon qizi

Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, UrSU, Department of Business and Management, etc. associate professor

Abstract. The article examines the level of knowledge about the classification of the digital marketing system in tourism development, as well as identifies opportunities for development based on the analysis of existing research.

Key words: traditional marketing, digital marketing, tourism marketing, digital technologies, content marketing.

MINTAQA TURIZMINI RIVOJLANTIRISHDA RAQAMLI MARKETING TIZIMINI TASNIFI

Ilhamova Zarnigor Po'latjon qizi

Iqtisodiyot fanlari falsafa doktori (PhD), UrDU, Biznes va boshqaruv kafedrası v.b. dotsenti

Annotatsiya. Ushbu maqolada turizmni rivojlantirishda raqamli marketing tizimi tasnifi bo'yicha bilimlar darajasi o'rganilgan, shuningdek, mavjud tadqiqotlar tahlili asosida rivojlantirish imkoniyatlari aniqlangan

Kalit so'zlar: an'anaviy marketing, raqamli marketing, turizmga raqamli marketing, raqamli marketing, kontent marketing.

DOI: <https://doi.org/10.47390/SPR1342V4I11Y2024N20>

Jahon iqtisodiyotining eng muhim tarmoqlari sifatida har bir mintaqa o'zining xususiyatlaridan kelib chiqqan holda turizm sohasining rivojlanishi uchun turlicha innovatsion yondashuvlarni ishlab chiqmoqda. Natijada hududlarda ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishning yangi imkoniyatlari paydo bo'lib, aholi daromadlarining oshishi va yangi ish o'rinlarining yaratilishiga bevosita xizmat qilmoqda. Butunjahon sayohat va turizm kengashi (WTTC) ma'lumotlariga ko'ra, "2033-yilga kelib bu soha o'zining yalpi ichki mahsulotini 15,5 trillion dollargacha oshirishini prognoz qilmoqda, bu esa jahon iqtisodiyotining 11,6 foizini tashkil qiladi va butun dunyo bo'ylab 430 million kishini ish bilan ta'minlanadi, bu sohada mehnatga layoqatli aholining deyarli 12 foizi band bo'ladi"[1]. Shuningdek, Digital Market Outlook hisobiga ko'ra, turistik mobil ilovalarining global daromadi 2023-yilda o'tgan yilga nisbatan 17 foizga oshib, qariyb 400 million AQSH dollarini tashkil etgan[2].

Jahon miqyosida mintaqalar turizmining rivojlanishida marketingning zamonaviy tamoyillarini qo'llash, innovatsion usul va vositalaridan foydalanish, hududiy rivojlanishni ta'minlashga qaratilgan raqamli marketing strategiyalarini ishlab chiqish, turistik majmualar

va marshrutlarga mijozlarni jalb qilishda raqamli vositalardan foydalanish, turizmni mintaqaviy rivojlanish asosida hududlarning turistik imijini oshirish, raqamli turizm, ekoturizm kabi yo'nalishlarda ko'pgina tadqiqotlar amalga oshirilmoqda.

Yangi O'zbekiston taraqqiyot strategiyasida mamlakatimizning barcha mintaqalarida turizm sohasini rivojlantirish bo'yicha hududiy dasturlarni ishlab chiqishga alohida ahamiyat qaratilmoqda. Jumladan, Xorazm viloyatida turizm yangi ish o'rinlarini yaratishda asosiy drayver soha bo'lishi uchun alohida dastur qabul qilish[3] muhim vazifalar sifatida ilgari surilgan. Shuningdek, "2019-2025-yillarda O'zbekistonda turizmni rivojlantirish Konsepsiya" siga muvofiq, mamlakat mintaqalarining o'ziga xos xususiyatlaridan kelib chiqqan holda, ekologik, qishloq, agro, etno va MICE – turizmni rivojlantirishga alohida e'tibor berilgan. Shu sababli, O'zbekiston mintaqalarini rivojlantirishda turizm imkoniyatlaridan foydalanish, turistik bozorda raqamli marketing strategiyalaridan foydalanishning tashkiliy-uslubiy jihatlarini takomillashtirish, hududiy raqamli marketing texnologiyalar imkoniyatlarini baholash asosida innovatsion rivojlanish, mintaqa turizmini rivojlantirishda raqamli marketingdan foydalanish samaradorligini oshirish bo'yicha ko'pgina ilmiy tadqiqotlar olib borish ustuvor yo'nalish sifatida qaralmoqda.

Adabiyotlar sharhi. So'nggi yillarda yangi texnologiyalar va xususan, Internetning rivojlanishi turizm sohasida ham biznes modellarini XXI asrga va marketingning yangi shakllariga moslashtirishga undadi[4]. Ushbu yangi texnologiyalarning rivojlanishi bilan marketing butun dunyo bo'ylab kuniga 24 soat, haftada 7 kun mahsulot va xizmatlarni olish mumkin bo'lgan raqamli ekotizimga aylandi[5].

Turizm biznesi uchun marketing tizimi sotishni rag'batlantirish, narxlar va ularning o'zgarishini tahlil qilish, jalb qilish uchun reklamadan foydalanish, mijozlar daromadlarining o'sishini prognozlash, mijozlar ehtiyojlarini o'rganish, xizmatlar va tovarlar assortimentini rejalashtirish kabi elementlarni o'z ichiga oladi. O'z maqsadlariga erishish uchun turistik kompaniyalar turizm sektorining turli elementlarini ko'rib chiqish va turizmni boshqarishda[6] raqamli vositalar va turli kommunikatsiya kanallaridan foydalangan holda o'zining marketing taktikasini tanlaydi, chunki ularning har biri har xil funksiyaga ega va turli maqsadlarga erishadi. Raqamli marketing ijtimoiy media, video, mobil qurilmalar, qidiruv tizimlari, elektron pochta, filiallar tarmog'i, onlayn reklama, og'zaki so'z, SEO, vebsayt, Google Analytics, matn va multimedia kontentini yaratish orqali marketingni o'z ichiga oladi.

Tahlil va natijalar. O'zbekistoning aksariyat mintaqalarida 2018-yildan boshlab, sayyohlar kelishi keskin o'sdi. Ushbu o'sish ichki turizmni rag'batlantirish va talabni shakllantirish tufayli yuzaga keldi. Shuningdek, hududlarda sayyohlik turlarini ko'payishi va turizm marshrutlarini harakatini osonlashtiradigan yangi texnologiyalarni joriy qilinishi turistlar oqimini oshishiga yuqori ta'sir ko'rsatdi.

Dunyo bo'ylab turizm kuchayib borayotgan bir sharoitda har bir hududda mobil texnologiyalar va internetdan foydalanish imkoniyatlarini oshirish barcha mintaqalar uchun asosiy strategik yo'nalishlar sifatida qaralmoqda. Turizm sohasiga AKTning bevosita integratsiyalashuvi ijtimoiy raqamli turizm konsepsiyasini yangi bosqichga olib chiqish va rivojlanishi uchun asos yaratmoqda.

Raqamli turizm konsepsiyasi xususan, raqamli turizmga asoslangan biznes modellarini ishlab chiqishda sayyohlarning sayohat paytida kundalik harakatlarini oshirish uchun foydalaniladigan innovatsion texnologiyalarni qo'llashni anglatadi. Shuningdek, zamonaviy

yondashuvlardan yana biri shaxsiylashtirish hisoblanib, bu sayyohlarga taqdim etilgan ma'lumotlarni uning xulq atvoriga moslashtirish va ular joylashgan joyda eng mos keladigan obyektlarga kirish imkonini beradi.

Hududlarda muvaffaqiyatli sayyohlik yo'nalishini yaratish murakkab jarayon hisoblanadi. Buning uchun turizm kamida uchta asosiy faoliyat sohasining mukammal kombinatsiyasini talab qiladi, ular: turistik obyektlar, mehmonxona va restoranlar, transport infratuzilmasi hisoblanadi. Ushbu uchta xizmatni rejalashtirish va marketingini muvofiqlashtirishga o'ta muhim vazifalardandir. Bunday hollarda turizm yo'nalishlarini birgalikda rivojlantirishga ko'maklashuvchi mintaqaviy turizm majmualarini yaratish muvaffaqiyatli vosita bo'lib xizmat qiladi. Shu bilan birga, raqamli marketing, xususan, sayyohlik firmalari va umuman turistik marshrutlar muvaffaqiyatida muhim ahamiyatga ega. Turizm ushbu ikki element, turistik majmualar va raqamli marketingning samarali amalga oshirish sinergiya ta'sirini yuzaga chiqaradida, turistik hududni rivojlantirishga keng imkoniyatlar yaratadi.

Raqamli marketing vositalari iste'molchini marketingning barcha jarayoni rejalashtirish va rivojlantirishni o'z ichiga oladi va an'anaviy vositalarga qaraganda ko'proq samaradorlikni namoyish etadi. Raqamli marketing vositalaridan to'g'ri foydalanish tufayli savdo samaradorligi oshadi.

Raqamli marketingning turizmdagi ahamiyatiga qaramay, turizm kam rivojlangan hududlarda uni samarali amalga oshirish uchun imkoniyatlar, nou-xauga ega bo'lgan kichik hajmdagi sayyohlik kompaniyalar faoliyatini rivojlantirish yuqori ahamiyat kasb etadi.

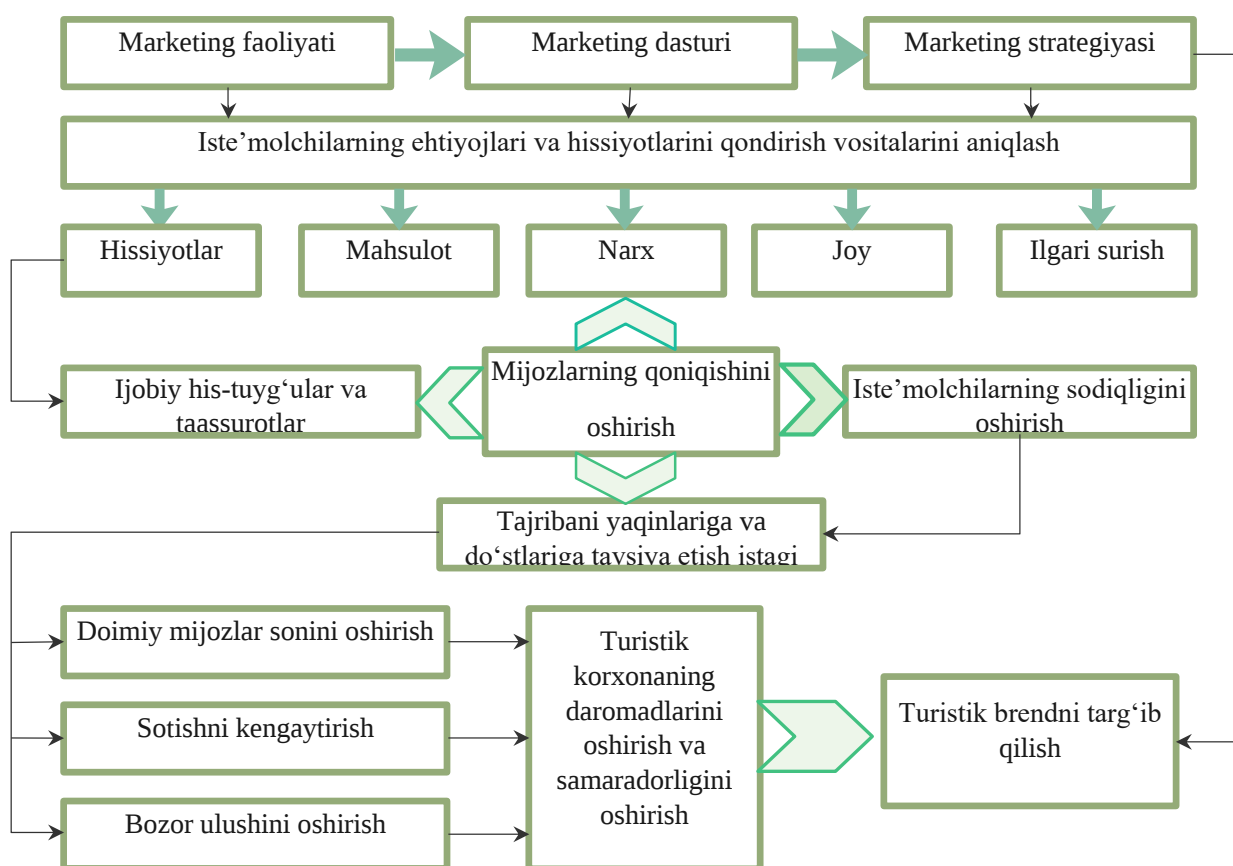
Shunga ko'ra, Xorazm viloyatida turistik majmualar va kompaniyalar faoliyatiga va umuman viloyatning turizm sektoriga tegishli kompaniyalarga qanday ta'sir qilishini tahlil qilish orqali strategik imkoniyatlarni belgilash eng muhim yo'nalishdir. Shu maqsadda raqamli marketing vositalarini o'rganish va tasniflash, ulardan foydalanish va turizm sektoriga ta'sirini ko'rib chiqish va amalga oshirish maqsadga muvofiq. Xuddi shunday turistik hududda, sayyohlik bozorida raqamli vositalardan foydalanish va foyda bilan bog'liq qo'shimcha qiymatga ega yoki yo'qligini ko'rib chiqish talab etiladi.

Turizm sanoati dinamik va raqobatbardosh sanoat bo'lib, jahon bozorlaridagi o'zgarishlar hamda COVID-19 pandemiyasi tufayli marketing tobora muhim rol o'ynamoqda. Turizm marketingi — bu turistik bo'linma tomonidan iste'molchilarning qoniqishini va turizm biznesining rentabelligini maksimal darajada oshirish maqsadida amalga oshiriladigan tizimli va kelishilgan harakatlar majmuidir.[7] Ma'lumki, eng muhim marketing vositasi 4P marketing aralashmasi bo'lib, u to'rtta o'zgaruvchidan iborat: mahsulot, narx, joy va reklama.[8] Marketing rivojlanishi bilan yana uchta P qo'shildi: odamlar, jarayon va jismoniy dalillar.[9] 1990-yillardan boshlab marketing raqamli asrga moslashdi, shuningdek, mijozlar bilan bog'liq bo'lgan to'rtta C ni ko'rib chiqdi va mijozlar qiymati, mijoz uchun xarajat, qulaylik va qulay aloqa.[10]

Turizm sektorining o'ziga xos xususiyatlarini va zamonaviy marketing tendensiyalarini hisobga olgan holda, turizm korxonalari uchun 4 P marketing aralashmasining klassik modeli 4P + E modeliga o'zgartirildi.[11] Ushbu model to'rtta asosiy o'zgaruvchi bilan birga yana bir o'zgaruvchini, his-tuyg'ularni (emotions - E) ham o'z ichiga oladi. O'zgaruvchi hisoblangan element (hissiyotlar - "E") turistik mahsulotni taqdim etish va amalga oshirish jarayonida iste'molchining ijobiy his-tuyg'ularini va yoqimli kayfiyatini oshiradigan vositalar to'plamini o'z

ichiga oladi.[12] Turistlardagi ijobiy taassurotlari va hissiyotlari turistik mahsulotga, turistik hududga yuqori baho berish[13]ga va bu hudud brendini targ'ib qilish samaradorligini oshirishga yordam beradi. Shuningdek, sayyohda o'zining ijobiy tajribasini takrorlash, o'z taassurotlarini do'stlari va tanishlari bilan bo'lishish istagiga olib kelishi mumkin, ular ham turistik mahsulotni sotib olishga qaror qilishlari mumkin. Shu sababli, turizm va hududiy marketingi va menejmenti turistni hamkor, turistik mahsulot va xizmatlarni yetkazib berish jarayonining "birga yaratuvchisi" deb hisoblaydi.[14]

Turizm sohasining o'ziga xos xususiyatlarini va marketingning hozirgi tendensiyalarini hisobga olgan holda, turizm korxonalari uchun "4P" marketing majmuasining klassik modelini takomillashtirilgan "4P+E" modeli 1-rasmda tavsiya etiladi.



1-rasm. "4P+E" turistik korxonasi uchun marketing kompleksi modeli.

Taklif etilgan model turizm sohasining o'ziga xos xususiyatlarini hisobga oladi va marketing kompleksining klassik elementlari (mahsulot, narx, sotish, kommunikatsiya siyosati) bilan birga o'ziga xos komponentni "hissiyot"ni birlashtiradi. "Hissiyot" elementining kiritilishi turistlarda o'ziga xos ijobiy taassurotlar va hissiyotlarni shakllantirish zarurati bilan bog'liq bo'lib, bu turistik mahsulot, turistik hududga yuqori baho berishga yordam beradi. Mazkur tajriba turistik brendni ilgari surishning asosiy yo'nalishlarini qamrab oladi. "Hissiyot" elementi turistning ijobiy tajribasini takrorlash istagini keltirib chiqarishi, shuningdek, turistik mahsulotni sotib olishga qaror qilishi mumkin bo'lgan yaqinlariga va do'stlariga o'z taassurotlari bo'lishishi istagini shakllantiradi. Marketingning asosiy tamoyili — iste'molchilarga e'tibor qaratish va ularga ta'sir qilishning samarali usullarini tanlash, birinchi navbatda ularning qoniqishini oshirishga qaratilgan samarali marketing vositalarini izlashni taqozo etadi. Turistlar har qanday turistik xizmatlar va mahsulotlarni yaxshi kayfiyatda qabul

qilishi, zavq olishi, ongida ijobiy taassurot qolishi va sevimli mashg'ulotlariga yordam berishi kerak. Sayyohlik firmalarning marketing rejasini ishlab chiqishda biz "4P+E" marketing majmuasi modeliga amal qilishni tavsiya etiladi. Model elementlari tizimi va ularning asosiy xususiyatlari 1-jadvalda keltirilgan.

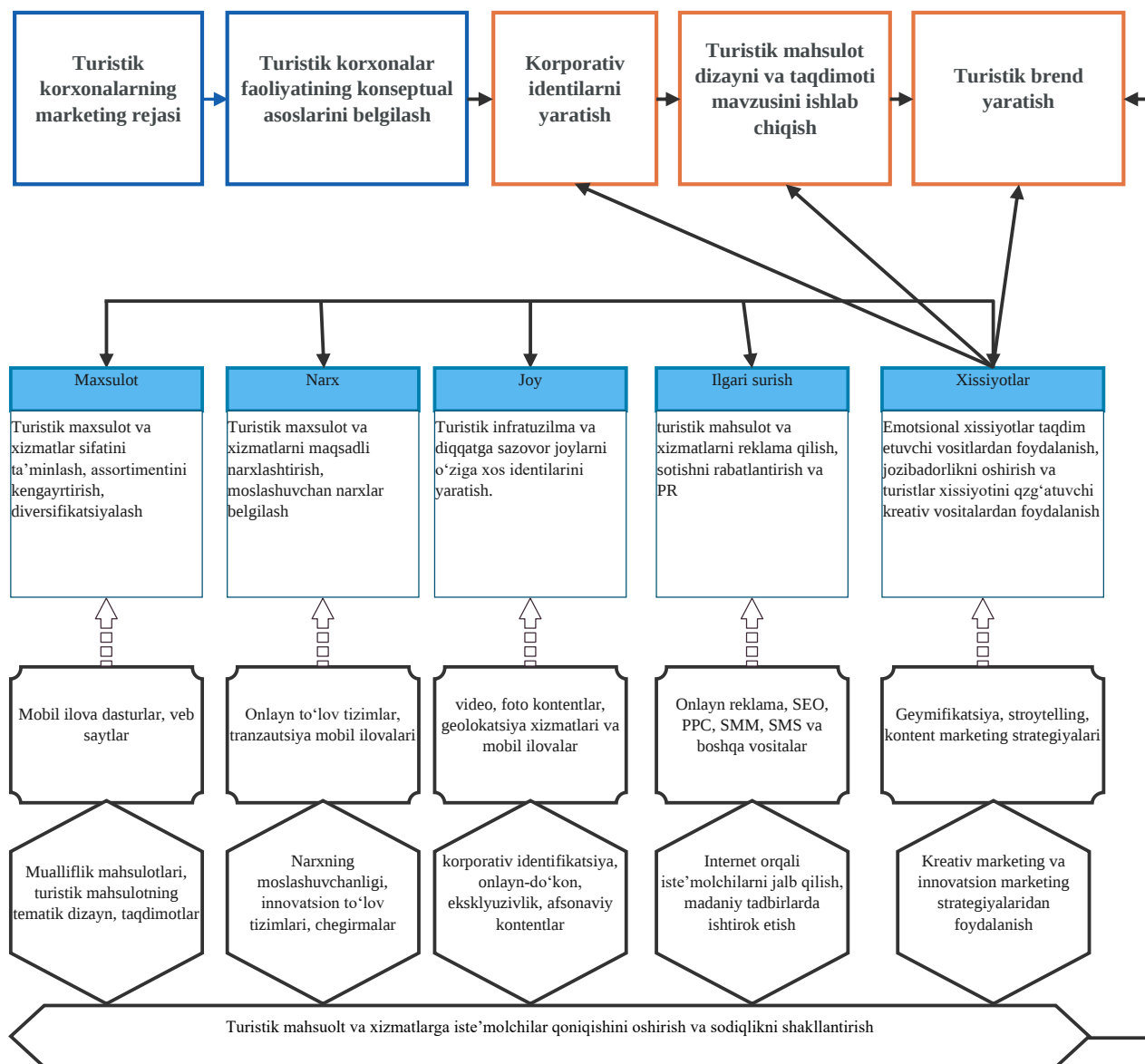
Turistik korxonaning marketing siyosatini shakllantirishning asosi iste'molchiga ta'sir qilish uchun noyob, raqobatchilardan farq qiladigan marketing vositalari to'plami bo'lib, ularning maqsadi ijobiy taassurotlar va iste'molchilarning qoniqish darajasini oshirishga yordam beradigan yangi vositalardan foydalanishdir. Agar turistik marketing faoliyati taassurotlarni shakllantirishga qaratilsagina turizm marketingi boshqa marketing vositalaridan farq qiladi. Shunga ko'ra, turizmning o'ziga xos jihati uning marketing kompleksida taassurotlar bo'yicha ma'lum elementlar bo'lishidir.

1-jadval

Turizm sohasidagi marketing kompleksining xususiyatlari

Marketing MIKS kompleksi elementlari	Xususiyati	Turizm sohasi uchun o'ziga xos jihatlari
Mahsulot (Product)	Mahsulotning iste'molchi xususiyatlariga xos bo'lgan elementlarini, maqbul assortiment va sifat kafolatini ta'minlash	Turistik mahsulotni yaratish va boshqarish bo'yicha chora-tadbirlar majmui: brending, funktsionallik (o'ziga xoslik), sifat, assortiment, xizmat ko'rsatish.
Narx (Price)	Iste'molchi tomonidan qabul qilingan mahsulot qiymati, mahsulot tannarxi, raqobatchilarning narxlari va istalgan daromad darajasi asosida mahsulot narxlarini belgilash.	Narxlar darajasi turistik mahsulot turi va sinfiga qarab, xarajatlar va iste'mol qiymatini hisobga olgan holda belgilanadi; mahsulot turlari bo'yicha farqlangan narxlar; xizmatlar uchun tariflarni belgilash
Joy (Place)	Savdo nuqtasi mahsulotning maqsadli bozor uchun mavjudligini ta'minlaydi va kompaniyaning mahsuloti bozorda to'g'ri joyda (maqsadli iste'molchi uni ko'rishi va sotib olishi mumkin bo'lgan joyda) kerakli vaqtda (maqsadli iste'molchi bo'lganda) bo'lishi va sotib olish kerakligini anglatadi)	Marketing strategiyasida "savdo nuqtasi" darajasida aks ettirilishi mumkin bo'lgan qarorlar: mahsulotni sotishni rejalashtirgan bozorlar; tarqatish kanallari, shartlari va turi; logistika (xizmatlar to'plami)
Siljitish (Promotion)	Iste'molchining e'tiborini turistik mahsulotga qaratishga, bilimlarni, oldingi tajribani shakllantirishga imkon beradigan barcha marketing kommunikatsiyalari va bu asosiy xususiyatlar, tovarlarni sotib olish va takroriy xaridlar zarurligini shakllantirish.	Turistik mahsulotni ilgari surish shunday marketing kommunikatsiyalarini o'z ichiga oladi: reklama, Internetda reklama, qidiruv tizimini optimallashtirish, PR, to'g'ridan-to'g'ri marketing, raqamli marketing.
Xissiyot (Emotions)	Turistik mahsulotni taqdim etish va amalga oshirish jarayonida foydalanish iste'molchining ijobiy his-tuyg'ularini kuchaytirishi kerak bo'lgan vositalar to'plami.	Turistik sayohat paytida iste'molchi ijobiy bo'shashgan holatga, yoqimli kayfiyatga ega bo'lishi kerak. Bu atmosfera (assotsiatsiya, afsona, hamrohlik, taqdimot va boshqalar) tufayli mumkin.

Turistik mahsulotlar va xizmatlarga mijozlarning ishonchini, qoniqishini va sodiqligini ta'minlash barcha turistik korxonalar uchun muhim yo'nalish hisoblanadi. Emotsional xususiyatlarni turistlar ongida shakllantirishga qaratilgan asosiy prinsiplar 2-rasmda tavsiya etiladi. Emotsional hissiyotlar taqdim etuvchi vositalardan foydalanishning asosiy prinsiplari quyidagilar: o'ziga xoslik, eksklyuzivlik, ijodkorlik, mijozlarga yo'naltirilganlik. Taklif etilayotgan marketing kompleksi modeliga ko'ra turizm sohasida bozorda tovarlarni samarali ilgari surish uchun marketolog tomonidan boshqarilishi va ishlab chiqilishi mumkin bo'lgan barcha zarur raqamli marketing vositalarini o'z ichiga olgan marketing aralashmasi (MIKS) taklif etiladi.



2-rasm. Turizm sohasidagi raqamli marketing kompleksining asosiy vositalari¹

Marketing kompleksining maqsadi turistik mahsulotning maqbul qiymatini oshiradigan, shuningdek, turistik korxonaning bozordagi uzoq muddatli foydasini maksimal darajada oshirishga yordam beradigan strategiyani ishlab chiqishdir. Bunda turistik korxonalar quyidagilarni bilishi zarur:

- talab va taklifni tahlil qilish orqali bozorni tushunishi, analitik marketing usullarini;

¹Muallif ishlanmasi

- mahsulot (xizmat) yaratish, uning narxini aniqlash, sotish kanallarini yaratish, iste'molchini mahsulot haqida xabardor qilish bo'yicha takliflar ishlab chiqishi;
- bozorga kirishi (bozor ulushini egallash, uni kengaytirish, saqlash, mijozlar tajribalarini oshirishi);
- bozor bilan o'zaro munosabatlarning tanlangan falsafasiga amal qilishi.

Xulosa va takliflar. Dunyo bo'ylab turizm kuchayib borayotgan bir sharoitda har bir hududda mobil texnologiyalar va internetdan foydalanish imkoniyatlarini oshirish barcha mintaqalar uchun asosiy strategik yo'nalishlar sifatida qarash lozim.

Turizm sohasining o'ziga xos xususiyatlarini va marketingning hozirgi tendensiyalarini hisobga olgan holda, turizm korxonalari uchun "4P" marketing majmuasining klassik modeli takomillashtirilgan "4P+E" modelidan foydalanish orqali hududiy turizmni mijozlarga yo'naltirilgan marketing asosida shakllantirish imkoniyatini beradi. Bunda turistlar uchun emotsional hissiyotlar taqdim etuvchi vositlardan foydalanishning asosiy yo'nalishidir.

Turizm sohada raqamli marketing vositalarini turli darajadagi guruhlash asoslarini (atributlarini) aniqlash orqali tasniflash lozim. Mazkur tasniflash turizm raqamli marketing strategiyalaridan foydalanish uchun asos yaratib, turoperatorlar va turistik korxonalaridagi bo'shliqlarni to'ldirish imkonini beradi. Internet xizmatlarini tasniflash tizimini yaratilishi turizm raqamli marketing tizimida qo'llaniladigan zamonaviy texnologiyalarni ommalashuviga, turizm industriyasini raqamlashtirishni rivojlantirishda katalizatori vazifasini o'taydi.

Адабиётлар/Литература/References:

1. (WTTC) Butunjahon turizm tashkiloti rasmiy veb sahifasi. <https://www.unwto.org/taxonomy/term/347>
2. [https://www.statista.com/topics/7589/digitalization-of-the-travel-industry/#editors Picks](https://www.statista.com/topics/7589/digitalization-of-the-travel-industry/#editors-Picks)
3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi "2022-2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida"gi PF-60-sonli Farmoni
4. Bennett, D., Yábar, D. P.-B., & Saura, J. R. (2017). University Incubators MayBe Socially Valuable, but How Effective Are They? A Case Study on BusinessIncubators at Universities. In M. Peris-Ortiz, J. Gómez, J. Merigó-Lindahl, & C.Rueda-Armengot (Eds.), Entrepreneurial Universities. Innovation, Technology, and Knowledge Management (pp. 165–177). Cham, Switzerland: Springer.doi:10.1007/978-3-319-47949-1_11
5. Sutherland, W., & Jarrahi, M. H. (2018). The sharing economy and digital platforms: A review and research agenda. International Journal of Information Management, 43, 328–341. doi:10.1016/j.ijinfomgt.2018.07.004
6. Les Lomsdon, Stephen J. Page, 'Tourism and Transport: Issues and Agenda for the new Millennium', (London: Elsevier, 2004), ISBN 0080441726
7. Kotler, P.; Bowen, J.; Makens, J.C.; Baloglu, S. Marketing for Hospitality and Tourism, 7th ed.; Prentice Hall: Hoboken, NJ, USA; Pearson Education: London, UK, 2017
8. Kotler, A.E. Principles of Marketing; Pearson: Boston, MA, USA, 2016.
9. Booms, B.H.; Bitner, M.J. Marketing Strategies and Organization Structures for Service Firms. In Marketing of Services; Donnelly, James, H., George, W.R., Eds.; American Marketing Association: Chicago, IL, USA, 1981; pp. 47–51.
10. Lauterborn, B. New Marketing Litany: 4Ps Passe: C-Words Take Over. Advert. Age 1990, 1, 990.

11. Fedoryshyna, L.; Halachenko, O.; Ohienko, A.; Blyznyuk, A.; Znachek, R.; Tsurkan, N. Digital Marketing in Strategic Management in the Field of the Tourism. J. Inf. Technol. Manag. 2021, 13, 22–41. [Google Scholar]
12. Podgorna, I.; Babenko, V.; Honcharenko, N.; Sáez-Fernández, F.J.; Fernández, J.A.S.; Yakubovskiy, S. Modelling and Analysis of Socio-Economic Development of the European Union Countries through DP2 Method. WSEAS Trans. Bus. Econ. 2020, 17, 454–466. [GoogleScholar] [CrossRef]
13. Quinet, E. and Vickerman, R. “Principles of transport economics.” Cheltenham, Edward Elgar Publishing Limited(2004)
14. Romanenko, Y.O.; Chaplay, I.V. Marketing communication system with in public administration mechanisms. ActualProbl. Econ. 2016, 178, 69–78. [Google Scholar]
15. Fedoryshyna L. etal. Digital marketingin strategic management in the field of the tourism //Journal of Information Technology Management. – 2021. – T. 13. – №. Special Issue: Role of ICT inAdvancing Businessand Management. – C. 22-41.

SCIENCEPROBLEMS.UZ

**ИЖТИМОЙ-ГУМАНИТАР ФАНЛАРНИНГ
ДОЛЗАРБ МУАММОЛАРИ**

№ 11 (4) – 2024

**АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНО-
ГУМАНИТАРНЫХ НАУК**

ACTUAL PROBLEMS OF HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES

**Ижтимоий-гуманитар фанларнинг
долзарб муаммолари**” электрон
журнали 2020 йил 6 август куни 1368-
сонли гувоҳнома билан давлат
рўйхатига олинган.

Муассис: “SCIENCEPROBLEMS TEAM”
масъулияти чекланган жамияти

Таҳририят манзили:

100070. Тошкент шаҳри, Яккасарой
тумани, Кичик Бешёғоч кўчаси, 70/10-
уй. Электрон манзил:

scienceproblems.uz@gmail.com

Боғланиш учун телефонлар:

(99) 602-09-84 (telegram).