



№3

MOLIYAVIY TEXNOLOGIYALAR

ILMIY ELEKTRON JURNALI



ISSN: 2181-3965
VOLUME 5
TOSHKENT 2026

“MOLIYAVIY TEXNOLOGIYALAR” ILMIY ELEKTRON JURNALI TAHRIRIYAT KENGASHI RAISI

To‘lqin Zakirovich Teshabayev – tahririyat kengashi raisi. Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti rektori, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

TAHRIRIYAT KENGASHI

Mehmonov Sultonali Umaraliyevich – Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti, O‘quv ishlari bo‘yicha birinchi prorektor, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Abdurahmanova Gulnora Qalandarovna - Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti, Ilmiy ishlar va innovatsiyalar bo‘yicha prorektor, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Karimova Komila Daniyarovna - Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti, Yoshlar masalalari va ma‘naviy-marifiy ishlar bo‘yicha birinchi prorektor, iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent

Xudoyqulov Sadirdin Karimovich - Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti, Hududiy ta‘lim masalalari va markazlar bo‘yicha prorektor, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Sindarov Sherzod Egamberdiyevich – Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti, Infratuzilmalarni rivojlantirish va iqtisod ishlari bo‘yicha prorektor, iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent

Saparov Aktam Jo‘rayevich – bosh muharrir, filologiya fanlari doktori

Islamkulov Alimnazar Xudjamuratovich – iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Pardayev Abdunabi Xoliqovich – iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Kuziyev Islomjon Ne‘matovich – iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Baymurotov Tursunbay Maxkambayevich – iqtisodiyot fanlari nomzodi, professor

Omonov Akrom Abdinazarovich – iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Sharipov Qongratbay Avezimbetovich – texnika fanlari doktori, professor, O‘zbekiston Respublikasi Oliy ta‘lim, fan va innovatsiyalar vaziri

Jumayev Nodir Xosiyatovich – iqtisodiyot fanlari doktori, professor, O‘zbekiston Respublikasi Oliy Kengashi deputati

Haydarov Nizomiddin Hamroyevich – iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Raviprakash G. Dani – Xalqaro ta‘lim konsultanti, professor (AQSH)

Bagautdinova Nailya Gumerovna – Qozon federal universiteti Boshqaruv, iqtisodiyot va moliya instituti direktori, iqtisodiyot fanlari doktori, professor (Rossiya Federatsiyasi)

Sharifzoda Mu‘min Mashokir – Tojik davlat huquq, biznes va siyosat instituti rektori, iqtisodiyot fanlari doktori, professor (Tojikiston Respublikasi)

Maley Elena Borisovna – Polotsk davlat universiteti rektori, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent (Belarus Respublikasi)

Asif Mahbub Karim – Malayziya Menejment va tadbirkorlik universiteti professori (Malayziya qirolligi)





Piter Xayk – Yevropa amaliy fanlar va menejment instituti ilmiy ishlar bo‘yicha prorektori (Chexiya Respublikasi)

Yavuz Demirel – Kastamonu universiteti professori (Turkiya Respublikasi)

Jo‘rayev Abdug‘affor Safarovich – Termez agrotexnologiyalar va Innovatsion rivojlanish instituti rektori, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Ismanov Ibroxim Nabiyeovich – Farg‘ona politexnika instituti kafedra mudiri, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Xayriddinov Azamat Botirovich – Qarshi muhandislik-iqtisodiyot instituti prorektori iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent

Tashnazarov Samiddin Nizamovich – Samarqand iqtisodiyot va servis instituti kafedra mudiri, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Nurmanov Ulug‘bek Anorbayevich - Bank-moliya akademiyasi “Buxgalteriya hisobi va audit” kafedراسi professori, iqtisodiyot fanlari doktori

Yakubova Nargiz Tursunbayevna – iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD), dotsent

Mamatov Baxadir Safaraliyevich – iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Qiyosov Sherzod Uralovich – iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Urazaliyev Kamoliddin Tajikulovich – iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent

JURNAL TAHRIRIYATI

Saparov Aktam Jo‘rayevich – bosh muharrir, filologiya fanlari doktori, dotsent

Avlokulov Anvar Ziyadullayevich – ilmiy muharrir, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Aliqulov Mehmonali Salohiddin o‘g‘li – mas‘ul muharrir, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), dotsent

Buxorova Moxira Samandarovna – muharrir

O‘zbekiston Respublikasi OAK Rayosatining 2023-yil 3-iyundagi 364-son qarori bilan “Moliyaviy texnologiyalar” ilmiy elektron jurnali iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD) va fan doktori (DSc) ilmiy darajasiga talabgorlarning dissertatsiyalari yuzasidan assosiy ilmiy natijalarini chop etish tavsiya etilgan ilmiy nashrlar ro‘yxatiga kiritilgan.

“Moliyaviy texnologiyalar” ilmiy elektron jurnali

23.11.2022-yildan

O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Administratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan №R-566966 reyestr raqami tartibi bo‘yicha ro‘yxatdan o‘tkazilgan.

Litsenziya raqami: №049864





MUNDARIJA				
1.	Шаисламова Наргиза Кабиловна		Тижорат банклари рискларини баҳолашда стресс-тест усулидан самарали фойдаланиш	7
2.	Ashurova Nargiza Chori qizi		O‘zbekiston turizm xizmatlari bozorida gastronomik turizmni rivojlantirishning asosiy yo‘nalishlari	19
3.	Mamatqulov Avazbek Axmadaliyevich		Oliy ta‘lim muassasalarida ichki audit tizimini raqamlashtirish mexanizimini takomillashtirish	24
4.	Sobirov Otabek Olimjonovich		Boshqaruv hisobini tashkil etishning konseptual asoslari	36
5.	Rustamov Maqsud Suvonqulovich, Boqiyeva Zuhra Soxibjon qizi		Iqlim o‘zgarishining iqtisodiyotga ta’siri	41
6.	Xalimov Shaxboz Xalimovich		Qishloq joylarida turizm xizmatlarini rivojlantirishning xorij tajribalari	48
7.	Kenjayev Ikrom Ergashboyevich		Hududlarda investitsiya mexanizmlarini takomillashtirishning institutsional va moliyaviy omillari	53
8.	Rustamov Maqsud Suvonqulovich, Normatov Muslimbek No‘rbo‘ta o‘g‘li		Kredit riski	60
9.	Курбонов Саид Акбарович		АҚШ федерал резерв тизими (ФРТ) ва унинг иктисодиётга таъсири	67
10.	Bekmurodova Feruza Azamat kizi, Kadambaeva Charos Masharip kizi		Economic cooperation practices and development trends in Middle Eastern countries	73
11.	Mardonova Malika Asatilloevna		Xavfsiz turizm tushunchasining nazariy-uslubiy asoslari	80
12.	Alimov Baxodir Batirovich		Rivojlangan sug‘urta kompaniyalarining moliyaviy holati va samaradorlik ko‘rsatkichlari tahlili	85
13.	Narziyev Abror Baxtiyorovich		Moliyaviy bozorlardagi volatillik dinamikasining GARCH modellari asosida empirik tahlili	95
14.	Xoldorova Kamola Jamoliddin qizi, Murodova Dilnoza Choriyevna		O‘zbekistonda tijorat banklarini transformatsiya qilishning dolzarb masalalari	106
15.	Юсупов Бехзод Юсуп угли		Финтех-ориентированная модель комплексной оценки кредитоспособности корпоративных клиентов и её влияние на эффективность банковских решений	112
16.	Ташбаева Рано Гайбуллаевна, Ташбаев Улугбек Ванситович		Цифровая оценка конкурентоспособности предприятий HoReCa на основе Open Data и онлайн-платформ (на примере г. Ташкента)	120
17.	Баракаев Отабек Отакулович		Ўзбекистонда аудиторлик хизматлар бозорининг 2020-2025 йилларга тахлили ва уни такомиллаштириш йўналишлари	127
18.	Muradov Botir Hayat		Yevropa iqtisodiyotining yashil transformatsiyasida iqlim o‘zgarishi bilan bog‘liq fizik va moliyaviy risklar tahlili	140
19.	Isroiljonov Murodil Qosimjon ugli		Household Consumption, Imports, and Gross Capital Formation in Uzbekistan: Evidence from an ARDL Model	148
20.	Чориева Нигина Қахрамановна		Классик иктисолий назариялар асосида тадбиркорлик субъектларининг экспорт салоҳиятидан фойдаланиш самарадорлигини ошириш хусусиятлари	155





21.	Chintemirova Diyora Shuxrat qizi	Hududlar kesimida kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatining rivojlanish tendensiyalari	160
22.	Artikov Ne'matulla Abdusalamovich	Soliqli daromadlar oshishida sheringning iqtisodiy imkoniyatlari	166
23.	Кузиева Динора Баходировна	Узоқ муддатли активларни баҳолаш тартибини такомиллаштириш	173
24.	Умарова Гулзодахон Қодирбековна	Кичик бизнесни муқобил молиялаштиришнинг илғор хорижий тажрибалари	181
25.	Murtozayeva Zarnigor Komol qizi	Tashabbusli budget mablag'larini ijtimoiy ehtiyojlar asosida manzilli taqsimlash mexanizmlarini takomillashtirish	187
26.	Baytanov O'ralboy Miraqul o'g'li	Sanoat korxonalarida mahsulot sifatini boshqarishning zamonaviy metodologik yondashuvlari	193
27.	Mardonov Akromjon Nusrat ogli	The impact of fiscal policy on the national economy	201
28.	Ostonaqulov Dilshod Ismatilla o'g'li	O'zbekiston respublikasining aholi hayot sifati va iqtisodiy o'sish o'rtasidagi bog'liqlikni statistik baholash	206
29.	Babaxanova Nozima Saidakbarovna	Milliy fond bozorida aksiyalarni ommaviy joylashtirish mexanizmlarini transformatsiya qilish yo'llari	213
30.	Tilabov Nasrulla Tashmuratovich	O'zbekistonda davlat qarz portfelini risk-diyagnostika asosida boshqarish metodologiyasini takomillashtirish	220
31.	Rahmonova Durdona Hasan kizi	Effective management of investment opportunities and regional economic diversification: evidence from the kashkadarya region	226
32.	Xamdamov Omonullo Ne'matullayevich	Kapital bozorida moliyaviy resurslar jalb qilishning xalqaro amaliyot tajribalari	233
33.	Achilov Dilshod Marufovich	Innovatsion faoliyatning moliyaviy ta'minot manbalari va ularni samarali boshqarish yo'llari	244
34.	Baratova Zumrat Xalmetjanovna	Innovatsion faoliyat bilan bog'liq moliyaviy risklarni boshqarish	253
35.	Mavlyanova Yulduzxon Turg'unovna	Moliyaviy resurslarni samarali boshqarishda ERP (Enterprise Resource Planning) mexanizmidan foydalanish istiqbollari	261
36.	Ishniyazov Otabek Baxodirovich	Bank faoliyatida risklarning turlari, ularni samarali boshqarish	268
37.	Baxriddinov Kamoliddin Baxriddin o'g'li	Aksiyadorlik jamiyatlarida investitsiyaviy qaror qabul qilish amaliyotining tahlili	275
38.	Qudratova Feruza Nasriddinovna	Financing decisions and value creation in an emerging economy: Evidence from the capital structure of Uzauto Motors	283
39.	Xasanov Komil Mutalibjanovich	Chiqindilarni boshqarishda yevropa ittifoqi tajribasi va uni o'zbekiston sharoitida qo'llash	591
40.	Orzukulova Zumrad Abdukhalik kizi, Azimova Nozimakhon Alisher kizi	Strategic brand management: review of keller's brand equity model and Aaker's brand identity system	297
41.	Ollokulova Feruza Mansurovna	Davlat xususiy sheriklik rivojlanishining xorij tajribasi va undan O'zbekiston amaliyotida foydalanish imkoniyatlari	302
42.	Umurzakova Dildora Sultonmaxmudovna	Raqamli iqtisodiyot sharoitida ayollar bandligiga doir muammolarning asosiy yo'nalishlari	310
43.	Jo'rayeva Zarifa Bahodir qizi	Tijorat banklarida kredit xizmatlari amaliyotining dolzarb masalalari	317





44.	Tureev Azizbek Abatovich	Qoraqalpog‘iston Respublikasida mevachilik tarmog‘ini klasterlashning iqtisodiy samaradorligini baholash	324
45.	Mirzataev Muratbaevich	Salamat Ekologik muammolar sharoitida qishloq xo‘jaligi barqarorligini ta‘minlashda smart texnologiyalardan foydalanishning ilmiy-uslubiy asoslari	329
46.	Komekova Gulzira Sharbaevna	Raqamlashtirilgan logistika tizimlari asosida sabzavotchilik mahsulotlari bozorining samaradorligini oshirish yo‘llari	335
47.	Qidirmiyazov Sherniyazovich	Ajiniyaz Qoraqalpog‘iston Respublikasida qurilish sohasining rivojlanish holati va sun‘iy intelkt asosida xizmat kursatishni rivojlantirish istiqbollari	340
48.	Розиков Жалил Жалолович	Вопросы реформирование бухгалтерского учета в сельском хозяйстве	346
49.	Karimov Gapardjonovich	Eminjon Sanoat korxonalarida moliyaviy tahlil axborot tizimini takomillashtirish masalalari	351
50.	Toshev Nurbek Janon o‘g‘li	Qashqadaryo viloyatida turizm samaradorligi indeksi (TEI) asosida mintaqaviy turizm rivojlanishi dinamikasini baholash	359
51.	Kurbonova Malika Akhmad kizi	Comprehensive methodology for assessing the effectiveness of digital economy technology implementation in regional economic development	365
52.	Isakova Naima Ikromjonovna	Xizmat ko‘rsatish korxonalarida turizmni rivojlantirish uchun strategik marketing dasturini ishlab chiqish va uni takomillashtirish yo‘llari	371
53.	Sultanova Nigora Xikmatxo‘ja qizi	Xarajatlar hisobida ABC va BSC tizimlari integrativ tahlili	377
54.	Muminova Parvina Ilhom qizi	Bank majburiyatlari hisobi va ichki auditini takomillashtirish	383
55.	Abduraxmonova Alimov Baxodirovich	Munisa, Ulug‘bek Raqamli iqtisodiyot sharoitida xizmat ko‘rsatish korxonalarida biznesni rivojlantirish tamoyillari va bosqichlari	389
56.	Axmedov Shoymurod Azamat o‘g‘li	Tijorat banklarida investitsiya loyihalarini moliyalashtirish samaradorligini takomillashtirish yo‘llari	395
57.	Xamdamov Komilovich	Shavkat Aholini ijtimoiy himoyalash moliyaviy mexanizmi samaradorligini baholashning nazariy-metodologik asoslari	402
58.	Ruziyev G‘anisher Usarovich	Soliqlar vositasida tadbirkorlikni rivojlantirish va bandlikni ta‘minlash orqali daromadlarni oshirish hamda kambag‘allikni qisqartirish masalalari	411
59.	Atamuratova Muzafarovna	Gulrux Kichik biznes tizimlarining iqtisodiy mohiyati va ularni modellashtirish bo‘yicha zamonaviy xorij tajribasi	419
60.	Mirzayeva Charos G‘ayrat qizi	Savdo va xorijiy investitsiyalarning iqtisodiy o‘shisdagi o‘rni: Janubiy Koreya va O‘zbekiston misolida qiyosiy ekonometrik tahlil	424
61.	Toshpulatov Akromovich	Davron Islom moliyasida risklarni boshqarish	437
62.	Amir Xudaykulov	Moliyaviy hisobotning xalqaro standartlariga muvofiq EBITda indikatorini hisobga olishning o‘ziga xos xususiyatlari	451





XIZMAT KO‘RSATISH KORXONALARIDA TURIZMNI RIVOJLANTIRISH UCHUN STRATEGIK MARKETING DASTURINI ISHLAB CHIQUISH VA UNI TAKOMILLASHTIRISH YO‘LLARI



Isakova Naima Ikromjonovna

*Urganch davlat universiteti
mustaqil tadqiqotchisi*

*Toshkent davlat iqtisodiyot
universiteti dotsenti, PhD*

E-mail: noimaisakova@gmail.ru

ORCID: [0009-0008-3370-6882](https://orcid.org/0009-0008-3370-6882)

Annotatsiya. Mazkur maqolada xizmat ko‘rsatish korxonalarida turizmni rivojlantirish uchun strategik marketing dasturini ishlab chiqish va uni takomillashtirishning nazariy hamda amaliy jihatlari tahlil qilingan. Turizm xizmatlari bozorida raqobatbardoshlikni oshirish, iste‘molchilar ehtiyojlarini o‘rganish, maqsadli bozor segmentlarini aniqlash va zamonaviy marketing vositalaridan samarali foydalanish masalalari yoritilgan. Shuningdek, raqamli marketing texnologiyalarini joriy etish, xizmatlar sifatini oshirish va mijozlar sodiqligini shakllantirish orqali turizm korxonalarini faoliyatini rivojlantirish yo‘llari taklif etilgan.

Kalit so‘zlar: turizm, xizmat ko‘rsatish korxonalarini, strategik marketing, marketing dasturi, turizm xizmatlari, raqobatbardoshlik, bozor segmentatsiyasi, raqamli marketing, xizmat sifati, mijozlar sodiqligi.

СПОСОБЫ РАЗРАБОТКИ И УЛУЧШЕНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКОЙ МАРКЕТИНГОВОЙ ПРОГРАММЫ ДЛЯ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В СФЕРЕ УСЛУГ

Исакова Наима Икромжоновна

независимый исследователь

Ургенчского государственного университета

доцент Ташкентского государственного

экономического университета,

кандидат экономических наук

E-mail: noimaisakova@gmail.ru

ORCID: [0009-0008-3370-6882](https://orcid.org/0009-0008-3370-6882)

Аннотация. В данной статье рассмотрены теоретические и практические аспекты разработки стратегической маркетинговой программы для развития туризма на предприятиях сферы услуг. Исследованы вопросы повышения конкурентоспособности на рынке туристических услуг, изучения потребностей потребителей, определения целевых сегментов рынка и эффективного использования современных маркетинговых инструментов. Также предложены пути совершенствования маркетинговой деятельности посредством внедрения цифровых технологий, повышения качества услуг и формирования лояльности клиентов.

Ключевые слова: туризм, предприятия сферы услуг, стратегический маркетинг, маркетинговая программа, туристические услуги, конкурентоспособность, сегментация рынка, цифровой маркетинг, качество услуг, лояльность клиентов.

WAYS TO DEVELOP AND IMPROVE A STRATEGIC MARKETING PROGRAM FOR TOURISM DEVELOPMENT IN SERVICE ENTERPRISES

Isakova Naima Ikromjonovna

Independent researcher at





Urgench State University
Associate professor at
Tashkent State University of Economics, PhD
E-mail: noimaisakova@gmail.ru
ORCID: [0009-0008-3370-6882](https://orcid.org/0009-0008-3370-6882)

Abstract. *This article examines the theoretical and practical aspects of developing and improving a strategic marketing program for tourism development in service enterprises. The study focuses on increasing competitiveness in the tourism services market, analyzing consumer needs, identifying target market segments, and effectively applying modern marketing tools. In addition, the paper proposes ways to improve marketing activities through the implementation of digital technologies, enhancement of service quality, and strengthening customer loyalty.*

Keywords: *tourism, service enterprises, strategic marketing, marketing program, tourism services, competitiveness, market segmentation, digital marketing, service quality, customer loyalty.*

Kirish

Jahon iqtisodiyotida turizm sohasi eng jadal rivojlanayotgan tarmoqlardan biri bo‘lib, u mamlakatlarning iqtisodiy o‘shishi, aholi bandligini ta‘minlash va hududlarning investitsion jozibadorligini oshirishda muhim o‘rin tutadi. Globallashuv jarayonlari, axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining rivojlanishi hamda iste‘molchilarning talab va ehtiyojlaridagi o‘zgarishlar turizm xizmatlari bozorida raqobatning kuchayishiga olib kelmoqda. Bunday sharoitda xizmat ko‘rsatish korxonalarining muvaffaqiyatli faoliyat yuritishi strategik marketing yondashuvlarini samarali qo‘llash bilan bevosita bog‘liqdir.

Turizm xizmatlari o‘zining nomoddiyligi, mavsumiyliigi, iste‘molchi bilan bevosita aloqadorligi va xizmat sifatiga yuqori talab qo‘yilishi bilan boshqa xizmat turlaridan ajralib turadi. Shu sababli turizm sohasida faoliyat yurituvchi korxonalar mijozlar ehtiyojlarini chuqur o‘rganish, bozor segmentlarini aniqlash, raqobatchilar faoliyatini tahlil qilish hamda samarali marketing strategiyalarini ishlab chiqishga alohida e‘tibor qaratishlari zarur. Ayniqsa, zamonaviy raqamli marketing vositalari, internet platformalari va ijtimoiy tarmoqlardan foydalanish korxonalarining bozor ulushini kengaytirish va xizmatlar samaradorligini oshirishda muhim omil hisoblanadi.

O‘zbekiston Respublikasida ham turizmni rivojlantirish davlat siyosatining ustuvor yo‘nalishlaridan biri sifatida e‘tirof etilib, sohada keng ko‘lamli islohotlar amalga oshirilmoqda. Turistik infratuzilmani takomillashtirish, xizmatlar sifatini oshirish va xalqaro turizm bozorida milliy turistik mahsulotlarni faol targ‘ib qilish bo‘yicha qator chora-tadbirlar hayotga tatbiq etilmoqda. Bu esa xizmat ko‘rsatish korxonalarida strategik marketing dasturlarini ishlab chiqish va ularni zamon talablari asosida takomillashtirish zaruratini yanada kuchaytirmoqda.

Adabiyotlar sharhi

Turizm sohasida strategik marketingni rivojlantirish masalalari so‘nggi yillarda ilmiy tadqiqotlarning muhim yo‘nalishlaridan biriga aylandi. Xizmat ko‘rsatish korxonalarining raqobatbardoshligini oshirish, mijozlar ehtiyojlarini chuqur o‘rganish va innovatsion marketing texnologiyalarini joriy etish turizmni barqaror rivojlantirishning asosiy omillaridan biri sifatida e‘tirof etilmoqda [1].

Zamonaviy ilmiy tadqiqotlarda turizm korxonalarining marketing faoliyatini samarali tashkil etishda raqamli texnologiyalar va internet marketing vositalarining o‘rni alohida ta‘kidlanadi. Tadqiqotchilar raqamli platformalar, ijtimoiy tarmoqlar va onlayn reklama vositalaridan foydalanish mijozlar bilan interaktiv aloqalarni rivojlantirish va turistik xizmatlar savdosini oshirishga xizmat qilishini qayd etadilar [2].

Turizm marketingi bo‘yicha olib borilgan tadqiqotlar iste‘molchilarning xulq-atvori va qaror qabul qilish jarayonlarini o‘rganish strategik marketing dasturlarini ishlab chiqishda muhim ahamiyatga ega ekanligini ko‘rsatmoqda. Mijozlarning ehtiyoj va talablarini tahlil qilish orqali





xizmatlarni individuallashtirish korxonalarining bozor mavqeini mustahkamlashga yordam beradi [3].

Xalqaro amaliyotda xizmat ko‘rsatish korxonalarida strategik marketing dasturlarini ishlab chiqishda bozor segmentatsiyasi, maqsadli auditoriyani aniqlash va pozitsiyalash strategiyalaridan keng foydalanilmoqda. Ushbu yondashuv korxonalariga marketing resurslaridan samarali foydalanish va raqobat ustunligini shakllantirish imkonini beradi [4].

So‘nggi tadqiqotlarda barqaror turizm konsepsiyasi marketing strategiyalarining muhim elementi sifatida ko‘rilmoqda. Olimlar ekologik, iqtisodiy va ijtimoiy omillarni hisobga olgan holda marketing dasturlarini ishlab chiqish turizm korxonalarining uzoq muddatli rivojlanishiga ijobiy ta‘sir ko‘rsatishini ta‘kidlaydilar [5].

Turizm xizmatlari sifatini oshirish va mijozlar sodiqligini shakllantirish masalalari ham marketing tadqiqotlarida alohida o‘rin egallaydi. Tadqiqot natijalariga ko‘ra, xizmat sifati va iste‘molchi qoniqishi o‘rtasida bevosita bog‘liqlik mavjud bo‘lib, bu korxonalarining daromadligi va bozor ulushiga sezilarli ta‘sir ko‘rsatadi [6].

Shuningdek, sun‘iy intellekt, katta ma‘lumotlar (Big Data) va ma‘lumotlar tahlili texnologiyalarining turizm marketingidagi roli tobora ortib bormoqda. Ushbu texnologiyalar iste‘molchilar xatti-harakatlarini prognoz qilish va marketing qarorlarini qabul qilish samaradorligini oshirish imkonini beradi [7].

O‘zbekiston olimlari tomonidan olib borilgan tadqiqotlarda turizm xizmatlari bozorini rivojlantirish, hududiy turistik salohiyatni targ‘ib qilish hamda milliy turistik mahsulotlarni xalqaro bozorlarga olib chiqishning marketing mexanizmlari o‘rganilgan [8]. Mazkur ishlarda turizm korxonalarining innovatsion marketing faoliyatini takomillashtirish zarurligi qayd etilgan.

Yuqoridagi ilmiy qarashlar tahlili shuni ko‘rsatadiki, xizmat ko‘rsatish korxonalarida turizmni rivojlantirish uchun strategik marketing dasturlarini ishlab chiqish va takomillashtirish bozor talablariga moslashish, raqamli texnologiyalarni joriy etish hamda mijozlar ehtiyojlarini qondirish orqali amalga oshirilishi lozim [9].

Tadqiqot metodologiyasi

Mazkur tadqiqotda xizmat ko‘rsatish korxonalarida turizmni rivojlantirish uchun strategik marketing dasturini ishlab chiqish va uni takomillashtirish masalalarini o‘rganishda ilmiy bilishning tahlil va sintez, qiyosiy tahlil, induksiya va deduksiya usullaridan foydalanildi. Tadqiqotning nazariy asosini turizm marketingi, strategik boshqaruv va xizmatlar marketingi sohasidagi mahalliy hamda xorijiy olimlarning ilmiy qarashlari va tadqiqotlari tashkil etadi.

Tadqiqot jarayonida mavzuga oid ilmiy adabiyotlar, monografiyalar, maqolalar va me‘yoriy-huquqiy hujjatlar o‘rganilib, turizm xizmatlari bozorida strategik marketingning o‘rni va ahamiyati tahlil qilindi. Shuningdek, xizmat ko‘rsatish korxonalarining marketing faoliyatini baholashda SWOT-tahlil va bozor segmentatsiyasi yondashuvlaridan foydalanildi. Olingan natijalar asosida turizm korxonalarida strategik marketing dasturlarini takomillashtirish bo‘yicha ilmiy xulosalar va amaliy tavsiyalar ishlab chiqildi.

Tahlil va natijalar

Xizmat ko‘rsatish korxonalarida turizmni rivojlantirish bugungi kunda iqtisodiyotning muhim yo‘nalishlaridan biri hisoblanadi. Turizm xizmatlari bozorida raqobatning kuchayishi korxonalaridan iste‘molchilar talablariga moslashgan holda faoliyat yuritishni, zamonaviy marketing vositalaridan foydalanishni hamda uzoq muddatli rivojlanish strategiyalarini ishlab chiqishni talab etmoqda. Shu nuqtai nazardan, xizmat ko‘rsatish korxonalarida strategik marketing dasturlarining amaldagi holatini tahlil qilish va ularni takomillashtirish bo‘yicha ilmiy asoslangan takliflar ishlab chiqish muhim ahamiyat kasb etadi.

Tahlillar shuni ko‘rsatadiki, turizm xizmatlari bozorida faoliyat yuritayotgan korxonalarining aksariyati marketing faoliyatini asosan reklama va xizmatlarni targ‘ib qilish bilan cheklab qo‘ymoqda. Holbuki, strategik marketing nafaqat reklama, balki bozorni chuqur





o‘rganish, iste‘molchilar ehtiyojlarini aniqlash, raqobatchilar faoliyatini tahlil qilish va istiqbolli rivojlanish yo‘nalishlarini belgilashni ham o‘z ichiga oladi. Zamonaviy sharoitda aynan strategik yondashuv korxonalariga bozorning o‘zgaruvchan talablariga moslashish va raqobat ustunligini saqlab qolish imkonini beradi.

Turizm sohasida iste‘molchilarning xulq-atvori va talablaridagi o‘zgarishlar marketing faoliyatini tashkil etishda muhim omil hisoblanadi. So‘nggi yillarda turistlarning xizmat sifati, xavfsizlik, qulaylik va individual yondashuvga bo‘lgan talabi ortib bormoqda. Natijada xizmat ko‘rsatish korxonalarini o‘z marketing dasturlarini mijozlar ehtiyojlari asosida shakllantirishga majbur bo‘lmoqda. Mijozlar talablarini muntazam ravishda o‘rganish va tahlil qilish korxonalariga yangi xizmat turlarini joriy etish hamda mavjud xizmatlarni takomillashtirish imkonini beradi.

Tadqiqot davomida xizmat ko‘rsatish korxonalarining ichki va tashqi muhiti SWOT-tahlil asosida baholandi. Tahlil natijalariga ko‘ra, korxonalarining kuchli tomonlari sifatida mamlakatning boy tarixiy-madaniy merosi, turistik resurslarning xilma-xilligi, davlat tomonidan turizmni qo‘llab-quvvatlash siyosati hamda turizm infratuzilmasining bosqichma-bosqich rivojlanib borayotgani aniqlandi. Ushbu omillar turizm xizmatlari bozorida yangi imkoniyatlarni yaratmoqda va xizmat ko‘rsatish korxonalarining rivojlanishiga ijobiy ta‘sir ko‘rsatmoqda.

Biroq tahlillar ayrim muammolarning ham mavjudligini ko‘rsatdi. Jumladan, ko‘plab korxonalarda marketing faoliyati yetarli darajada rivojlanmagan, bozor tadqiqotlari muntazam olib borilmaydi, raqamli marketing vositalaridan foydalanish darajasi past hamda malakali marketing mutaxassislari yetishmaydi. Bundan tashqari, ayrim hududlarda xizmat sifati xalqaro standartlar talablariga to‘liq javob bermaydi. Ushbu holatlar korxonalarining raqobatbardoshligiga salbiy ta‘sir ko‘rsatmoqda.

Turizm bozorining tashqi muhitini tahlil qilish natijasida raqamli texnologiyalar va internet marketing vositalarining ahamiyati ortib borayotgani kuzatildi. Bugungi kunda turistlarning katta qismi sayohatlarni rejalashtirish, mehmonxona va transport xizmatlarini tanlash, bron qilish hamda xizmatlar haqida ma‘lumot olishda internet va ijtimoiy tarmoqlardan foydalanmoqda. Shu sababli korxonalar uchun rasmiy veb-saytlar, ijtimoiy tarmoqlar, mobil ilovalar va onlayn reklama platformalaridan samarali foydalanish muhim strategik vazifa hisoblanadi.

Tahlillar shuni ko‘rsatdiki, raqamli marketing vositalaridan faol foydalanayotgan korxonalar mijozlar bilan tezkor aloqa o‘rnatish, xizmatlarni keng targ‘ib qilish va yangi bozor segmentlarini jalb etishda yuqori natijalarga erishmoqda. Ayniqsa, ijtimoiy tarmoqlarda maqsadli reklama kampaniyalarini amalga oshirish, turistik mahsulotlarni vizual kontent orqali targ‘ib qilish va onlayn mijozlar fikrlarini monitoring qilish marketing samaradorligini oshirishga xizmat qilmoqda.

Bozor segmentatsiyasi bo‘yicha o‘tkazilgan tahlillar turli iste‘molchi guruhlari ehtiyojlari bir-biridan sezilarli darajada farqlanishini ko‘rsatdi. Shu sababli yagona marketing strategiyasidan foydalanish har doim ham yuqori natija bermaydi. Turistlarni yosh, daromad darajasi, sayohat maqsadi, geografik hududi va qiziqishlariga ko‘ra segmentlarga ajratish hamda har bir segment uchun alohida marketing dasturlarini ishlab chiqish korxonalarining marketing faoliyati samaradorligini oshiradi.

Tadqiqot natijalari asosida xizmat ko‘rsatish korxonalarida turizmni rivojlantirish uchun strategik marketing dasturining asosiy yo‘nalishlari ishlab chiqildi. Birinchi navbatda, korxonalarda marketing tadqiqotlarini muntazam tashkil etish va bozor monitoringini kuchaytirish tavsiya etiladi. Bu iste‘molchilar ehtiyojlaridagi o‘zgarishlarni o‘z vaqtida aniqlash va marketing strategiyalarini moslashtirish imkonini beradi.

Ikkinchidan, raqamli marketing texnologiyalarini keng joriy etish zarur. Korxonalar o‘z faoliyatida internet marketing, qidiruv tizimlari optimallashtirish (SEO), ijtimoiy tarmoqlar marketingi (SMM), elektron pochta marketingi va mobil marketing vositalaridan samarali foydalanishi lozim. Ushbu vositalar reklama xarajatlarini optimallashtirish bilan birga marketing faoliyatining natijadorligini ham oshiradi.

Uchinchidan, xizmatlar sifatini oshirish strategik marketing dasturining muhim elementi





hisoblanadi. Xizmat sifati turistlarning qoniqish darajasini belgilovchi asosiy omillardan biri bo‘lib, mijozlar sodiqligini shakllantirishda muhim rol o‘ynaydi. Shu sababli xizmat ko‘rsatish standartlarini takomillashtirish, xodimlar malakasini oshirish va mijozlarga individual yondashuvni kuchaytirish zarur.

To‘rtinchidan, korxonalarda innovatsion marketing yondashuvlarini joriy etish maqsadga muvofiqdir. Virtual turlar, sun‘iy intellekt asosidagi maslahat xizmatlari, onlayn bronlash tizimlari va ma‘lumotlar tahlili texnologiyalaridan foydalanish marketing qarorlarining samaradorligini oshiradi hamda xizmatlar sifatini yaxshilaydi.

Umuman olganda, o‘tkazilgan tahlillar xizmat ko‘rsatish korxonalarida turizmni rivojlantirish uchun strategik marketing dasturlarini takomillashtirish zarurligini ko‘rsatdi. Tadqiqot natijalari bozor segmentatsiyasi, raqamli marketing texnologiyalaridan foydalanish, xizmat sifatini oshirish va innovatsion marketing yondashuvlarini qo‘llash korxonalarining raqobatbardoshligini kuchaytirish hamda turizm sohasining barqaror rivojlanishini ta‘minlashda muhim omil ekanligini tasdiqladi. Shu bois strategik marketingni turizm korxonalarida faoliyatining ustuvor yo‘nalishlaridan biri sifatida rivojlantirish sohaning kelgusi taraqqiyoti uchun muhim ahamiyatga ega.

Xulosa

Mazkur tadqiqot natijalari xizmat ko‘rsatish korxonalarida turizmni rivojlantirishda strategik marketing dasturlarining muhim ahamiyatga ega ekanligini ko‘rsatdi. O‘rganishlar shuni tasdiqladiki, turizm xizmatlari bozorida raqobatning kuchayishi korxonalardan marketing faoliyatini zamonaviy talablar asosida tashkil etishni talab etmoqda. Xususan, bozorni chuqur o‘rganish, iste‘molchilar ehtiyojlarini aniqlash, maqsadli segmentlarni tanlash va ularga mos marketing strategiyalarini ishlab chiqish korxonalarining raqobatbardoshligini oshirishga xizmat qiladi.

Tadqiqot davomida xizmat ko‘rsatish korxonalarida marketing faoliyatining samaradorligiga ta‘sir etuvchi asosiy omillar sifatida raqamli marketing texnologiyalaridan foydalanish darajasi, xizmat sifati, mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish va innovatsion yondashuvlarning qo‘llanilishi aniqlandi. Shuningdek, SWOT-tahlil natijalari korxonalarining kuchli va zaif tomonlarini, mavjud imkoniyatlar hamda tashqi tahdidlarni baholash orqali strategik marketing dasturlarini takomillashtirish zarurligini ko‘rsatdi.

Olib borilgan tahlillar asosida xizmat ko‘rsatish korxonalarida turizmni rivojlantirishning muhim sharti sifatida marketing faoliyatini strategik boshqarish, raqamli texnologiyalarni keng joriy etish va mijozlarga yo‘naltirilgan xizmat ko‘rsatish tizimini shakllantirish lozimligi aniqlandi.

Takliflar

Tadqiqot natijalari asosida quyidagi takliflar ishlab chiqildi:

Xizmat ko‘rsatish korxonalarida bozor tadqiqotlarini muntazam ravishda amalga oshirish va iste‘molchilar ehtiyojlarini doimiy monitoring qilib borish zarur.

Turizm xizmatlarini targ‘ib qilishda raqamli marketing vositalari, jumladan, ijtimoiy tarmoqlar, qidiruv tizimlari va onlayn reklama platformalaridan foydalanish ko‘lamini kengaytirish maqsadga muvofiq.

Turistlar ehtiyojlari va xulq-atvoridan kelib chiqib bozor segmentatsiyasini takomillashtirish hamda har bir segment uchun alohida marketing strategiyalarini ishlab chiqish lozim.

Xizmat ko‘rsatish sifati va mijozlar qoniqishini oshirish maqsadida xodimlarning kasbiy malakasini muntazam ravishda oshirib borish tavsiya etiladi.

Turizm korxonalarida CRM tizimlari, sun‘iy intellekt va ma‘lumotlar tahlili kabi innovatsion texnologiyalarni joriy etish marketing qarorlarining samaradorligini oshirishga xizmat qiladi.





Milliy turistik mahsulotlarni xalqaro bozorlarda faol targ‘ib qilish va korxonalar brendini shakllantirish bo‘yicha kompleks marketing dasturlarini ishlab chiqish zarur.

Davlat va xususiy sektor hamkorligini rivojlantirish orqali turizm infratuzilmasini takomillashtirish hamda xizmatlar sifatini xalqaro standartlar darajasiga olib chiqish maqsadga muvofiq.

Shunday qilib, xizmat ko‘rsatish korxonalarida strategik marketing dasturlarini samarali ishlab chiqish va doimiy takomillashtirib borish turizm sohasining barqaror rivojlanishini ta‘minlash, korxonalarining raqobatbardoshligini oshirish va turistlar oqimini ko‘paytirishning muhim omili hisoblanadi.

Foydalanilgan adabiyotlar

1. Kotler P., Keller K.L. *Marketing Management*. 16th Edition. – Harlow: Pearson Education, 2022.
2. Chaffey D., Ellis-Chadwick F. *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. 8th Edition. – London: Pearson, 2022.
3. Morrison A.M. *Marketing and Managing Tourism Destinations*. 3rd Edition. – New York: Routledge, 2023.
4. Pike S., Page S.J. *Destination Marketing: Essentials*. 2nd Edition. – London: Routledge, 2024.
5. Hall C.M. *Sustainable Tourism Development*. – London: Routledge, 2023.
6. Kandampully J., Zhang T., Bilgihan A. Customer loyalty and service quality in tourism and hospitality industries // *Tourism Management Perspectives*. – 2023. – Vol. 47.
7. Buhalis D., Leung D. Artificial Intelligence and Big Data in Smart Tourism // *Journal of Tourism Futures*. – 2024. – Vol. 10(1). – P. 15–31.
8. Xudoyberdiyev A., Karimov B. O‘zbekistonda turizm xizmatlari bozorini rivojlantirishning marketing strategiyalari // *Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar*. – 2023. – №6. – B. 112–120.
9. Abduraxmonov Q.X., Vaxobov A.V. *Turizm iqtisodiyoti va marketingi*. – Toshkent: Iqtisodiyot, 2024.

