



ISSN 2091-5187

СЕРВИС

ИЛМИЙ-АМАЛИЙ ЖУРНАЛ

№2
2025



СЕРВИС

ИЛМИЙ-АМАЛИЙ ЖУРНАЛ 2025 йил, 2-сони

Муассис: Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти

Ўзбекистон Матбуот ва ахборот агентлиги томонидан 2008 йил 31 декабрда 0561-рақам билан рўйхатга олинган.
ЎзР ОАК Риёсатининг 19.03.2017 й., 239/5-сонли қарори билан эътироф этилган

Таҳририят ижодий жамоаси:
Бош муҳаррир:
и.ф.д., проф. М.Э.Пўлатов

Бош муҳаррир ўринбосари:
и.ф.н., проф. Д.Х.Асланова

Масъул котиб:
и.ф.д., проф. М.Қ.Пардаев

Муҳаррирлар:
и.ф.д., доцент Ф.А.Сафаров
PhD, доцент И.М.Пардаева
PhD, И.Ш.Эрназарова

Техник муҳаррир:
и.ф.н., проф. А.Н.Холиқулов

Корректор:
PhD, доц. С.А.Бабаназарова

Саҳифаловчи:
PhD Х.Н.Очилова

1 йилда 4 маротаба чоп этилади.

Ўзбекистон ҳудудида тарқатилади.

Таҳририят манзили:
140100, Самарқанд шаҳар, Амир Темур кўчаси, 9-уй,

тел.: +998(66)233-28-38,
+998(97)913-74-40

факс: +998(366)231-12-53
эл.почта:

samisiservis@mail.ru

Таҳририят кенгаши раиси:
М.Э.Пўлатов – Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти ректори, и.ф.д., профессор

Таҳририят кенгаши раиси ўринбосари:
Д.Х.Асланова – СамИСИ илмий ишлар ва инновациялар бўйича проректори, и.ф.н., профессор

Таҳрир кенгаши аъзолари:
Б.А.Бегалов – Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Статистика агентлиги директори, и.ф.д., профессор
М.Қ.Пардаев – СамИСИ профессори, и.ф.д.
Б.К.Ғоибназаров – и.ф.д., профессор.
М.М.Мухаммедов – СамИСИ профессори, и.ф.д.
Д.Р.Зайналов – СамИСИ профессори, и.ф.д.
О.М.Муртазаев – ТДИУ СФ директори, и.ф.д., проф.
М.Р.Болтабаев – ТДИУ профессори, и.ф.д.
Р.Х.Эргашев – ҚарМИИ профессори, и.ф.д.
И.С.Тўхлиев – СамИСИ профессори, и.ф.д.
К.Б.Уразов – СамИСИ профессори, и.ф.д.
Қ.Ж.Мирзаев – СамИСИ профессори, и.ф.д.
Б.И.Исроилов – ТДИУ профессори, и.ф.д.
Г.М.Шодиева – СамИСИ профессори, и.ф.д.
Б.Абдукаримов – СамИСИ профессори, и.ф.н.
Р.Қобилов – Самарқанд вилояти ҳокими ўринбосари
С.Н.Тошназаров – СамИСИ профессори, и.ф.д.
Р.Н.Нормахматов – СамИСИ профессори, т.ф.д.
А.Бектемиров – СамИСИ профессори, и.ф.д.
О.М.Пардаев – СамИСИ профессори, и.ф.д.
М.Т.Алимова – СамИСИ профессори, и.ф.д.
З.Дж. Адилова – ТДИУ профессори, и.ф.д.
Ш.О.Қувондиқов – СамИСИ профессори в.б., иқтисод фанлари доктори
Л.Н.Халикова– СамИСИ профессори, DSc
Ф.А.Сафаров – СамИСИ доценти, DSc
А.М.Каримова– СамИСИ профессори в.б., DSc

Обид Мамаюнусович Пардаев Коммунал хизматларни кўрсатишда креатив ёндошув асосида синергетик самарага эришишнинг инновацион йўналишлари	87
Ибодулла Хасанович Ибрагимов, Лариса Алижоновна Мусабаева Подходы к исследованию мультиатрибутивных параметров на рынке образовательных услуг вузов: рекомендации и методология	92
Durbek Mirzaaxmadov Xizmat ko‘rsatish korxonalari raqobatbardoshligini oshirishning xorij tajribasi	96
ТУРИЗМ ВА МЕҲМОНХОНА ХЎЖАЛИГИ	
Дилафруз Каршиевна Усманова Социальное партнерство как основа диверсификации национального туристского продукта Узбекистана	99
Farida Abduxalimovna Axmedjanova, Sadoqat Murodjonava Vahobova O‘zbekiston turizm xavfsizligini ta’minlashdagi huquqiy va amaliy chora-tadbirlar tahlili	109
Темурбек Бобурмирзо ўғли Саломов Хизмат кўрсатиш тизимида зиёрат туризмини ўрни ва ўзига хос хусусиятлари	111
Rayhona Sadriddinovna Amriddinova, Marjona Otabekovna Asliddinova Navoiy viloyatida qishloq turizmini rivojlantirishda marketing strategiyalarini qo‘llash	114
Зумрад Исламовна Усманова Развитие сферы услуг и туристической индустрии в Узбекистане: тенденции, вызовы и перспективы	117
Матлуба Абдиманабовна Куймуратова Туризмнинг турлари ва улар таркибида экологик туризмнинг ўрни ва аҳамияти	121
Хасан Абдусаидович Рахимов Туризм ва меҳмонхона соҳаси самарадорлигини оширишда қабул қилинадиган бошқарув қарорларининг таснифи	125
Askar Axrorovich Siddikov, Shukurullo Nusratullo o‘g‘li Haqqulov Turizm va mehmonxona sanoatining iqtisodiy ahamiyati	128
Akbarjan Sabirjanovich Madaxanov, **Zaynab Sattarovna Naimova, Akmal Akbarjanovich Madaxanov** Ekologik va rekreatsion turizm destinatsiyalarini yaratish va ulardan foydalanishda inson omili masalalariga doir mulohazalar	132
Nozima Miraxmad qizi Toirova Turistik xizmatlar bozorining rivojlanish tendentsiyalari: innovatsion yondoshuvlar va ishlab chiqarish samaradorligi	137
Farida Abduxalimovna Axmedjanova, **Bekjon Nizom o‘g‘li Ismatullayev** Turizm va mehmondo‘stlik industriyasida standartlashtirish va muvofiqlikni baholash xizmatlarining takomillashtirish yo‘llari	141
Rayhona Sadriddinovna Amriddinova Navoiy viloyatida qishloq turizmini rivojlantirishda raqamli texnologiyalardan foydalanish	144
Shaxnoza Toshpulatova Tarixiy arxitektura yodgorliklarining turizm sohasini rivojlantirishdagi ahamiyati va hududlar ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishiga ta’siri	147
Sitora Otabekovna Xamroyeva, Rayxona Sadriddinovna Amriddinova Innovatsion turizm sohasida zamonaviy marketing reklamalarining o‘rni	150
МЕНЕЖМЕНТ ВА МАРКЕТИНГ	
Jahongir Bakhodirovich Ergashev Korxonalarda xarid faoliyatini tashkil etish va boshqarish xususiyatlari	153

Sitora Otabekovna Xamroyeva – Samarqand iqtisodiyot va servis instituti magistranti
Rayxona Sadriddinovna Amriddinova – Samarqand iqtisodiyot va servis instituti dotsenti

INNOVATSION TURIZM SOHASIDA ZAMONAVIY MARKETING REKLAMALARINING O‘RNI

Annotatsiya: Ushbu maqolada marketing sohasida reklamani shakillantirish, innovatsion turizmda zamonaviy reklamaning o‘rni, turizm kommunikatsiyalari majmuasida va turizm bozorida turistik maxsulotlarni sotishda reklamaning turlari hamda o‘rni haqida batafsil fikr va mulohazalar keltirilgan.

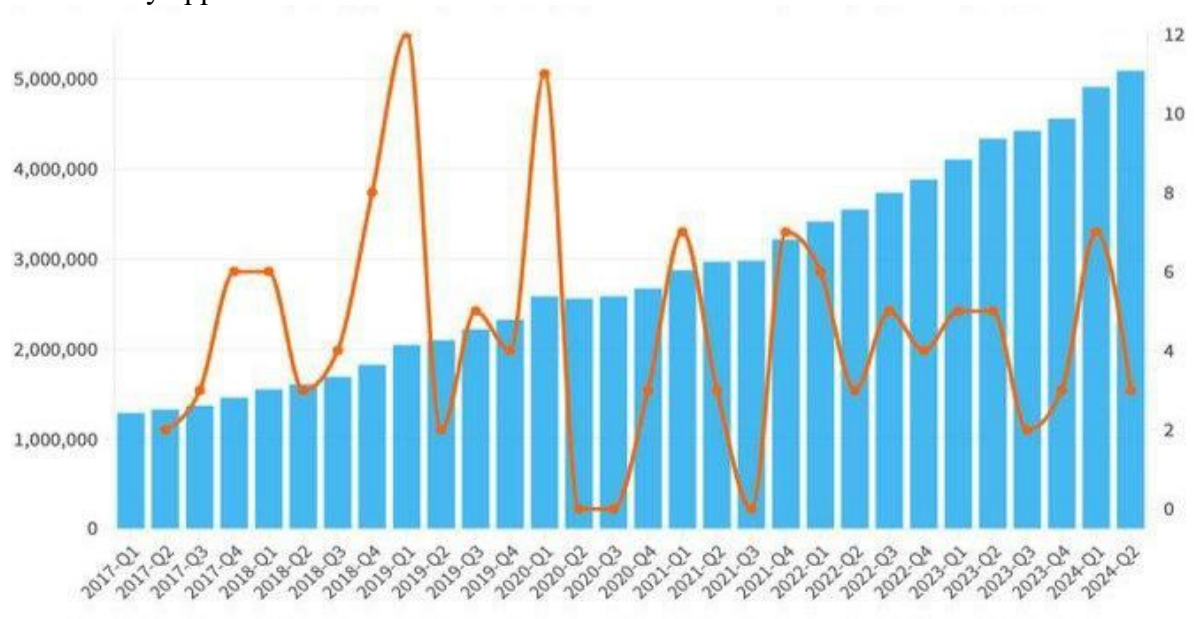
Kalit so‘zlar: Reklama, ijtimoiy tarmoqlar orqali reklama, innovatsion turizm, marketing strategyasi, raqamli marketing, an’anaviy reklama, Aviasales.

Kirish. Bugungi kunda turizm sohasi jadallik bilan rivojlanib kelayotgan glabal miqqiyosda raqobatbardosh bozor hisoblanadi. Ushbu bozorning asosiy strategyasi bu marketingdir.

Marketing bu- nafaqat falsafa, fikrlash darsi va iqtisodiy tafakkur yo‘nalishi, balki ayrim firma, kompaniya, tarmoq va butun iqtisodiyot bo‘yicha amaliyot faoliyati hamdir.[1] Shunday ekan turizm sohasini marketingsiz tasavvur qilib bo‘lmaydi. XXI asr glaballashuv davrida atrofimizni turli axborot texnologiyalari qamrab olayotgani sir emas. Aynan marketing sohasida ham yangi axborot texnologiyalari orqali turli yangiliklarga erishilmoqda. Turizm sohasida marketing amliyotlari o‘rni alohida ekanini hisobga olsak innovatsion turizmni rivojlantirishda aynan zamonaviy marketingning ahamiyati yuqorilab bormoqda.

“Statista” kompaniyasining so‘nggi ma‘lumotlariga ko‘ra[2], 2023-yilda global turizm daromadi taxminan 1,3 trillion dollarga yetdi va bu asosan brendlarni butun dunyo bo‘ylab sayohatchilar bilan bog‘laydigan raqamli marketing kanallarining o‘sib borayotgan ta‘siri bilan bog‘liq. Bundan tashqari, sayohatchilarning 81 foizi 2023-yilda sayohatlarini rejalashtirish uchun raqamli manbalardan, jumladan, ijtimoiy media, sharh saytlari va onlayn reklamalardan foydalanganliklari haqida xabar berishdi. Ushbu statistika raqamli marketing xizmatlari butun dunyo bo‘ylab potentsial sayohatchilarni jalb qilishda muhim rol o‘ynaydi. [3]

Quyidagi diagramma orqali so‘ngi yillarda turizm sohasining O‘zbekistondagi o‘sish sur’atlarini yaqqol ko‘rishimiz mumkin.



1-rasm[4]so‘ngi yillarda O‘zbekistonda turizm sohasining o‘sish tendansiyasi.

Turizmning sohsidagi ushbu o‘sish ko‘rsatkichlariga aynan raqamli marketing tizimlari ham o‘zining samarali tasirini ko‘rsatgan desak adashmaymiz chunki, so‘ngi yillarda turizm sohasidagi foydalalanilayotgan turli mobil ilovalar yurtimizga tashrif buyirayotgan turistlar va turizm sohasi vakillari tomonidan keng qo‘llanilmoqda.

Adabiyotlar taxlili va metodologiyasi. O‘zbekistonda turizm sohasi va ushbu sohasida marketing amalyotlari va srtotegyalari to‘g‘risida respublikamiz olimlaridan I.S.To‘xliyev, Ye.V.Golisheva, K.X.Abduraxmonov, M.R.Boltaboyev, M.Q.Pardayev, M.T.Alimova, D.X.Aslanova, M.T.Aliyeva, B.Sh.Safarov, A.A.Bektemirov asarlarida o‘rganilgan. Bundan tashqari R.S.Amriddinova va A.P.Maxmudova kabi yurtimiz tadqiqodchilari tomonidan bu mavzu yuzasidan ko‘plab ilmiy ishlar olib borilgan.

Tadqiqot metodi. Tadqiqot mavzusini yoritishda, quyidagi usullardan foydalanildi: tizimli yondashuv, adabiy manbalar tahlili, qiyosiy tahlil, kontent tahlil.

Taxlil va natijalar. Ilgari reklamalar faqatgina qog‘oz (bukletlar, tarqatma materiallar, gazeta, jurnallar) ko‘rinishida mavjud bo‘lgan bo‘lsa hozirda reklamaning ko‘plab turlari mavjud. Ayniqsa bugungi texnologiyalarning jadal rivoji davrida intrnet orqali barcha saytlarda reklamalar e’lon qilinmoqda.

Bugungi kunda internet tarmoqlaridan foydalanmaydigan insonlarni uchratish amrimahol. Shunday ekan Facebook, Instagram, whatsapp, Twetter kabi ijtimoiy tarmoqlardan samarali foydalangan holda reklama dasturlarini aynan ushbu ijtimoiy tarmoqlarda amalga oshirish orqali bugungu kunda ham arzon ham katta auditoriyani qamrab olish mumkin bo‘lgan reklamalarni havola qilish mumkin.

Internet- biznes faoliyat, aloqa o‘rnatish, sayohat va eng tez va ishonchli aloqa -e-mail pochtasi uchun ham keng imkoniyatlarni yaratadi. Biroq internet bu faqatgina pochta yuborish yoki qabul qilish emas, balki katta miqdordagi ma’lumotlar bazi hamdir. Ma’lumot tashuvchi rolini tizimdagi veb-serverlar bajaradi. Odatda veb-serverni xususiy shaxs yoki firma ma’lumot joylashtirish yoki tarqatish maqsadida tashkil qiladi.

Internet tarmog‘i turfirmalarga yangi texnologiyalarni qo‘llashni, mijozlar bilan ishlashning yangi shakllarini, biznes hamkorlar bilan doimiy aloqada bo‘lishni va turli ma’lumotlar olishga to‘g‘ridan to‘g‘ri chiqishni ta’minlaydi. Reklama katta xarajatlar talab qiladi, shuning uchun reklama faoliyatining samaradorligini baholash zarur. Bu quyidagi imkoniyatlarni yaratadi:

- Reklamaning maqsadga muvofiqligi haqida ma’lumot olish;
- Alohida reklama tarqatish usullarining samaradorligini aniqlash;
- Potensial iste’molchilarga ta’sir qiluvchi reklamaning optimal sharoitlarini aniqlash. [5]

Bugungi kundagi zamonaviy reklamalarni bevosita raqamli marketing turiga kiritish mumkin. Raqamli marketing tushunchasi 1980-yilda «Channel» (oldinlari «Soft Ad Group») kompaniyasi tomonidan o‘ylab topilgan. Ular reklamalarni raqamli tarzda ommalashtirganlar. [6] Raqamli marketing va an’anaviy marketing bir biridan tubdan farq qiladi. Quyida ularning asosiylari keltirib o‘tilgan:

- Raqamli marketingda raqamli platformalar va texnologiyalardan, jumladan ijtimoiy tarmoqlar, mobil ilovalar, messenjerlar, elektron pochta web-saytlar orqali onlayn reklamani amalga oshiradi.
- An’anaviy reklamada esa jarayon oddiy yo‘llar orqali gazeta, jurnallar, bukletlar, televidinya, radio orqali amalga oshiriladi.
- Raqamli marketingda haridor real vaqt davomida tovar yoki xizmat sotuvchisi bilan a’loqada bo‘lishi mumkin yani, bu jarayonda ikki tomonlama aloqa yo‘lga qo‘yilgan bo‘ladi.
- An’anaviy reklamada esa aloqa bir tomonlama bo‘lgani sababli haridor va sotuvchi o‘rtasida komunikativlik o‘rnatib bo‘lmaydi.

Turizm sohasida zamonaviy marketingning turlari juda ko‘p: Airbnb, Booking.com, Aviasales va h.k. Turizm sohasida raqamli marketingning o‘rni qay darajada yuqori ekanini quyida Aviasales kompanyasi faoliyati misolida ko‘rib chiqamiz.

Aviasales asoschisi Konstantin Kalinov asli Sankt-Peterburglik bo‘lib u ichki ishlar vazirligi Akademiyasida advokat sifatida o‘qigan, ammo mutaxassisligi bo‘yicha uzoq vaqt ishlamagan. 1990-yillarning oxirida Kalinov internetda biznes bilan shug‘ullanadi: avval kattalar uchun saytlar trafigidan pul topadi; keyin blogni ishga tushiradi, u erda turoperatorlar va aviakompaniyalarning eng yaxshi aktsiyalarini to‘playdi. 2010-yildagi blog Aviasales loyihasiga aylandi, u aviachiptalarni online sotadi, mehmonxona xonalarini va mashina online ravishda bron

qiladi va ijaraga olishga yordam beradi. Natijada mijozlar va sotuvchilardan ortiqcha vaqt va ovvoragarchiliklar talab qilinmaydi.

2016-yil fevral oyida Rossiyaning Forbes kompaniyasi Aviasalesni 150 million dollarga baholadi. Sayt Rassiya ijtimoiy tarmoqlarining eng qimmat yigirmata kompaniyasi orasida 16-o‘rinni egallaydi. Aviasales-Rossiyadagi eng yirik aviachiptalarni qidirish mexanizmi. 2010-yildan boshlab kompaniyaning shtab-kvartiralari Tailandning Pxuket orolida joylashgan, bu erda 150 ga yaqin Aviasales xodimlari ishlaydi; uning asoschisi ham shu yerda doimiy istiqomad qiladi. [7]

Xulosa va takliflar. Turizm sohasi bugungi kunda raqobatdosh bozorga aylanganini hisobga olsak ushbu sohada raqobatchilardan ortda qolib ketmaslik uchun raqamli marketing strategyasi alohida muhim o‘rin qasb etadi desak adashmagan bo‘lamiz. Faqatgina turizm sohasida emas balki barcha sohalarda muvofaqiyatli biznes olib borish uchun avvalambor sifatli raqamli marketingni yo‘lga qo‘yish bugungi kun talabi hisoblanadi. To‘g‘ri tanlangan raqamli marketing sohalarni rivojlantirishi, ortiqcha pul va vaqtni tejab qolishi mumkin. Ayniqsa turizm sohasida raqamli marketingdan samarali foydalangan holda turli web-sahifalardan orqali sfatli reklamani yo‘lga qo‘yib qisqa muddat ichida yuqori natijaga erishish mumkin. Undan tashqari turli ijtimoiy tarmoqlarda turitlarning sayohat to‘g‘risida qoldirgan ijobiy sharxlari ma’lum mexmonhoma va restoran uchun reklama vazifasini o‘tashi mumkin.

Yurtimizda ham turizm sohasini innovatsion jarayonlar orqali rivojlantirish yo‘lida raqamli marketing strategyalarini qo‘llash maqsadga muvofiqdir. Barcha mexmonhonalar va boshqa turistik obiyektlar uchun mobil ilovalarini yaratib mijozlar bilan doimiy aloqani o‘rnatishlari va bu orqali relamani ham ma’lum darajada yo‘lga qo‘yishlari mumkin bo‘ladi. Maxsusu chat-botlar orqali istemolchi va sotuvchi o‘rtasida doimiy aloqani yo‘lga qo‘ygan xolda xizmat ko‘rsatish jarayonidagi turli kamchiliklarni o‘rganib va ularni bartaraf etish orqali xizmat ko‘rsatish sfatini yaxshilash mumkindir.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. M.Amonboyev, A.N.Samadov, Sh.S.Sayfutdinov, F.N.Xalimova “Turizm Marketingi” O‘zbekiston Respublikasi Oliy va o‘rta maxsus ta’lim vazirligi tomonidan darslik sifatida tavsiya etilgan Toshkent–2021.
2. Travelport global survey highlights different digital traveler habits - Travel Daily News International.
3. Travelport global survey highlights different digital traveler habits. (https://ih.advfn.com/stock-market/NYSE/travelport-worldwide-ltd-TVPT/stocknews/76045434/travelport-global-survey-highlights-different-digi)
4. Turizm statistika – 2024.
5. M.Amonboyev, A.N.Samadov, Sh.S.Sayfutdinov, F.N.Xalimova “ Turizm marketingi” O‘zbekiston Respublikasi Oliy va o‘rta maxsus ta’lim vazirligi tomonidan darslik sifatida tavsiya etilgan Toshkent–2021.
6. Ashlin Dsouza & Niyaz Panakaje (2023). A Study on the Evolution of Digital Marketing. International Journal of Case Studies in Business, IT, and Education (IJCSBE), 7(1), ISSN: 2581-6942. 95-106.
7. https://meduza.io/feature/2016/09/27/poshutit-v-druguyu-storonu.

С.Хамроева, Р.Амриддинова

Роль современной маркетинговой рекламы в сфере инновационного туризма

Аннотация: В данной статье представлены подробные размышления и размышления о формировании рекламы в сфере маркетинга, о роли современной рекламы в инновационном туризме, о видах и роли рекламы в комплексе туристских коммуникаций и реализации туристского продукта на туристском рынке.

Ключевые слова: Реклама, инновационный туризм, маркетинговая стратегия, цифровой маркетинг, традиционная реклама, авиасалоны.

S. Khamroyeva R. Amriddinova

The role of modern marketing advertising in the field of innovative tourism

Abstract: This article provides detailed feedback and feedback on the types and role of advertising in the marketing industry, the role of modern advertising in innovative tourism, the sale of tourist products in the complex of tourism communications and in the tourism market.

Key words: Advertising, innovative tourism, marketing strategy, digital marketing, traditional advertising, Aviasales.

ISSN 2091-5187

“СЕРВИС”

Журнал Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти таҳририят бўлимида нашрга тайёрланди.

19.05.2025 йилда теришга берилди. 06.06.2025 йилда босишга рухсат этилди. Офсет босма қоғози. Қоғоз бичими 60x84 1/8. “Times” гарнитураси. Офсет босма усули. Шартли босма табоғи 14,6. Ҳисоб-нашриёт табоғи 13,75. Адади 100 нусха. Буюртма № 0036A/25

Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институтининг матбаа бўлимида чоп этилди.
Лицензия № 025316.
Реестр № X-119112.

Манзил: Самарқанд шаҳри, Шохрух кўчаси, 60-уй.

© Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти, 2025.