ISSN 2181-0000
Doi Journal 10.26739/2181-0000

JOURNAL OF MAMUN SCIENCE

Volume 4, Issue 4 2026

ISSN 2181-0000
Doi Journal 10.26739/2181-0000

MA'MUN UNIVERSITETI

«MA'MUN SCIENCE» JURNALI

4 JILD, 4 SON

ЖУРНАЛ «MAMUN SCIENCE»

ТОМ 4, НОМЕР 4

JOURNAL OF «MAMUN SCIENCE»

VOLUME 4, ISSUE 4

ТОШКЕНТ-2026

«MA'MUN SCIENCE» JURNALI

ЖУРНАЛ «MA'MUN SCIENCE» | JOURNAL OF «MAMUN SCIENCE»

№4 (2026) DOI http://dx.doi.org/10.26739/2181-0000-2026-4

Бош муҳаррир: | Главный редактор: Chief Editor:

Matyakubov Umidjon Raximovich
(i.f.d., prof.)

Бош муҳаррир ўринбосари: | Заместитель главного редактора: | Deputy Chief Editor:

Xudoynazarov Egambergan Madrahimovich
(PhD., dots.)

TAHRIRIY MASLAHAT KENGASHI | EDITORIAL BOARD | РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ

FILOLOGIYA FANLARI

O'rozboyev Abdulla Durdibayevich
Filologiya fanlari doktori (DSc), professor
Axmedov Oybek Saporboyevich
Filologiya fanlari doktori (DSc), professor
O'zbekiston davlat jahon tillari universiteti
Galiyeva Margarita Rafaelovna
Filologiya fanlari doktori (DSc), professor
O'zbekiston davlat jahon tillari universiteti
Nasrullayeva Nafisa Zafarovna
Filologiya fanlari doktori (DSc), professor
Samarqand davlat chet tillari instituti
Cho'ponov Otanazar Otojonovich
Filologiya fanlari doktori (DSc)
Urganch davlat universiteti
Yakubova Matluba Tajibayevna
Filologiya fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
Ma'mun Universiteti NTM
Matnazarov Javlanbek Kabulovich
Filologiya fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
Ma'mun Universiteti NTM

TARIX FANLARI

Anatoliy Sagdullayevich Sagdullayev
Tarix fanlari doktori, professor; akademik
O'zbekiston Respublikasi Fanlar
akademiyasining haqiqiy a'zosi
Ashirov Adhamjon Azimbayevich
Tarix fanlari doktori, professor,
O'zbekiston Respublikasi
Fanlar akademiyasi Tarix instituti.
Shaydurov Vladimir Nikolayevich
Tarix fanlari doktori, dotsent
Leningrad davlat universiteti Rossiya
Abdullayev Utkir Ismoilovich
Tarix fanlari doktori (DSc),
dotsent Urganch davlat universiteti
Matkarimova Sadoqat Maqsudovna
Tarix fanlari doktori (DSc), dotsent
Ma'mun Universiteti NTM
Abdullayev Timur Pulatovich
Tarix fanlari nomzodi, dotsent
Ma'mun Universiteti NTM
Abdalov Umidbek Matniyazovich
Tarix fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD),
Dotsent Ma'mun Universiteti NTM
Yunusxo'jayev habibulla Zafar o'g'li
Tarix fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD),
Dotsent Ma'mun Universiteti NTM

PSIXOLOGIYA FANLARI

Shoumarov G'ayrat Baxromovich
Psixologiya fanlari doktori, professor; akademik
O'zbekiston Respublikasi
Fanlar akademiyasining haqiqiy a'zosi
Kryukova Tatyana Leonidovna
Psixologiya fanlari doktori, professor
Kostroma davlat universiteti Belorusiya
Karpinskiy Konstantin Viktorovich
Psixologiya fanlari doktori, professor
Grodno davlat universiteti Belorusiya
Urazbayeva Dilbar Abdullayevna
Psixologiya fanlari doktori (DSc), professor
Ma'mun Universiteti NTM
Jumaniyazova Nasiba Ramatillayevna
Psixologiya fanlari doktori (DSc), dotsent
Ma'mun Universiteti NTM
Nurullayeva Baxtigul Bobojonovna
Psixologiya fanlari nomzodi, dotsent Ma'mun
Universiteti NTM

IQTISODIYOT FANLARI

Ruzmetov Baxtiyar
Iqtisodiyot fanlari doktori, professor
Ma'mun Universiteti NTM
Sherov Alisher Bakberganovich
Iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Ma'mun Universiteti NTM
Voronsova Yuliya Vladimirovna
Iqtisodiyot fanlari nomzodi
Moskva davlat boshqaruvi universiteti
Jabborov Umarbek Rustambekovich
Iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
Ma'mun Universiteti NTM
Cho'ponov San'at Otanazarovich
Iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
Ma'mun Universiteti NTM
Niyazmetov Islambek Masharipovich
Iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), dotsent
Ma'mun Universiteti NTM

PEDAGOGIKA VA FALSAFA FANLARI

Sardor Sharifzoda O'razboy Tabib o'g'li
Pedagogika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), professor
Ma'mun Universiteti NTM
Adilov Zafar Yunusovich
Falsafa fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
Ma'mun Universiteti NTM
Boltayev Abdurahim Amanovich
Falsafa fanlari doktori, dotsent
Ma'mun Universiteti NTM
Zoirov Erkin Xalilovich
Falsafa fanlari doktori, dotsent
Buxoro davlat texnika universiteti
Nurullayeva Baxtigul Bobojonovna
Psixologiya fanlari nomzodi, dotsent Ma'mun Universiteti NTM

TIBBIYOT FANLARI

Yuldashev Baxrom Sobirjanevich
Tibbiyot fanlari doktori (DSc), dotsent
Ma'mun Universiteti NTM
Abdullayev Ravshanbek Babajonovich
Tibbiyot fanlari doktori, professor
Toshkent tibbiyot akademiyasi Urganch filiali
Esamuratov Aybek Ibragimovich
Tibbiyot fanlari doktori (DSc), dotsent
Toshkent tibbiyot akademiyasi Urganch filiali
Samandarova Barno Sultonovna
Biologiya fanlari nomzodi, dotsent
Toshkent tibbiyot akademiyasi Urganch filiali
Tajiyeva Zebo Baxodirovna
Tibbiyot fanlari falsafa doktori (PhD)
Toshkent tibbiyot akademiyasi Urganch filiali

ILMIY JURNAL TEXNIK KOTIBI

Yunusxo'jayev Habibulla Zafar o'g'li
Ma'mun Universiteti NTM

Журнал включен в перечень ВАК национальных научных изданий, рекомендуемых для публикации основных научных результатов диссертаций по медицинским наукам постановлением № 01-08/3068/17 от 27 сентября 2024 г.

Page Maker | Верстка | Са ,ифаловчи: X. Mirzaxmedov

Контакт редакций журналов. www.tadqiqot.uz
ООО Tadqiqot город Ташкент,
улица Амира Темура пр.1, дом-2.
Web: http://www.tadqiqot.uz/; Email: info@tadqiqot.uz
Тел: (+998-94) 404-0000

Editorial staff of the journals of www.tadqiqot.uz
Tadqiqot LLC the city of Tashkent,
Amir Temur Street pr.1, House 2.
Web: http://www.tadqiqot.uz/; Email: info@tadqiqot.uz
Phone: (+998-94) 404-0000

IQTISOD

1. Odilbekova Xonimjon Jahongir qizi. Rudenko Inna Yurevna.
QATTIQ MAISHIY CHIQINDILARNI QAYTA ISHLASH TIZIMINI TAKOMILLASHTIRISH: XORIJIY TAJRIBA VA O‘ZBEKISTON UCHUN ISTIQBOLLAR..8

2. S.M.Raximova. V. M. Baxtiyarova.
RAQAMLI TRANSFORMATSIYALASHUV JARAYONIDA TIBBIY XIZMATLAR KO’RSATISHNI MOLIYALASHTIRISHNING AYRIM MASALALARI..................................13

3. S. Allayarov.
MINTAQA IQTISODIYOTINI RIVOJLANTIRISHDA STARTAP LOYIHALARDAN FOYDALANISHNING XORIJ TAJRIBASI...16

4. Matyoqubov Arslonbek G'ayrat o'g'li.
EKSPORT INFRATUZILMASINI RIVOJLANTIRISHNING MINTAQA RAQOBATBARDOSHLIGIGA TA’SIRI (XORAZM VILOYATI MISOLIDA)...........................20

5. Matkarimov Feruz Bekturdiyevich.
MINTAQA TO‘QIMACHILIK MAHSULOTLARINING GLOBAL BOZORDA RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISH YO‘LLARI...27

6. Yulduz Yaqubova Raimovna.
OZIQ-OVQAT SANOATIDA TEXNIKA TARAQQIYOTI, INNOVATSION TRANSFORMATSIYA VA UNING IQTISODIY SAMARADORLIGI..33

7. Masharipova Xosiyat Matrasulovna. Xalbayeva Maftuna.
XORAZM VILOYATI IQTISODIYOTIDA EKOLOGIK OMILLAR VA BARQAROR HUDUDIY RIVOJLANISH MASALALARI...38

8. Sattarova Dilfuza Dilshodbekova.
O'ZBEKISTONDA ISLOM MOLIYASI FAOLIYATINI RIVOJLANTIRISHDA HUQUQIY ASOSLARINING YARATILISHI..43

9. Ismailova Gulruh Faxriddinovna.
INSON KAPITALIGA INVESTITSIYALAR VA HUDUDIY IQTISODIY NOMUTANOSIBLIK: MOLIYALASHTIRISH TIZIMINI TAKOMILLASHTIRISH YO‘NALISHLARI.......................48

10. Jumaniyazova Sharifa Rashidovna.
TURISTIK MAHSULOTLAR BOZORIDA MARKETING STRATEGIYALARINI RIVOJLANTIRISHNING NAZARIY-USLUBIY ASOSLARI...54

11. Li Yang.
EDIGITAL SILK ROAD AND SUSTAINABLE TOURISM: ANALYZING THE ADAPTATION OF CHINESE DIGITAL PLATFORMS IN UZBEKISTAN..58

12. Sharipova Asaloy. Rudenko Inna Yurevna.
THE EFFECTIVENESS OF DIGITAL TECHNOLOGIES IN WATER RESOURCE MANAGEMENT...64

13. Турдиева Якитжан Хайитбаевна.
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМОВ ФИНАНСОВОЙ ПОДДЕРЖКИ СИСТЕМЫ ДОШКОЛЬНОГО ОБРАЗОВАНИЯ НА ОСНОВЕ ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОГО ПАРТНЁРСТВА (НА ПРИМЕРЕ РЕСПУБЛИКИ КАРАКАЛПАКСТАН)..............................68

14. Djumaniyazov Farruxbek Abdulla o‘g‘li.
XORAZM VILOYATIDA IQLIM O‘ZGARISHI VA INSTITUTSIONAL OMILLARNING MINTAQAVIY BARQAROR EKOLOGIK-IQTISODIY O‘SISHGA TA’SIRI............................72

TARIX

1. Дилафруз Ийманова Абдиманнобовна.
ЎЗБЕКИСТОНДА СОВЕТ ДАВРИДА ҚИШЛОҚ ХЎЖАЛИГИ КАДРЛАРИНИНГ ИЖТИМОИЙ, МОДДИЙ АҲВОЛИ: МУАММОЛАР ВА САБОҚЛАР (1925-1941 ЙИЛЛАР)..79

2. Ahmadjonova Inobat Baxodir qizi.
MOHENJO-DARO VA XARAPPA SIVILIZATSIYALARINING PAYDO BO‘LISHI VA TARAQQIYOTI...88

3. Otamuradova Roviyajon Olimboyevna. Joldasova Ozoda Ergash qizi.
MUSTAQILLIK YILLARIDA MILLIY O‘ZLIKNI ANGLASH, VATANIMIZNING QADIMIY VA BOY TARIXINI O‘RGANISH...92

4. Saotboyev Raxmatjon Madamin o‘g‘li.
XORAZM VOHASIDA IBTIDOIY SAHNAVIY UNSURLAR VA MAROSIMIY TOMOSHALAR: IJTIMOIY-MADANIY VA TARIXIY ASOSLAR...95

5. Саидов Шавкат Жумабаевич.
XX АСРНИНГ ХАЛҚАРО МАЙДОНДА ТАН ОЛИНИШИДА БОБООХУН САЛИМОВНИНГ ЎРНИ...100

6. Salayev Umrbek Kadambayevich.
QUYI AMUDARYO HUDUDIDA TOSH VA NEOLIT DAVRLARIDA IJTIMOIY-IQTISODIY MUNOSABATLARNING SHAKLLANISHI...106

7. Safarov Tolib Todjiyevich.
XIVA XONLIGIGA KO‘CHIB KELGAN TURKMAN URUG‘LARI HAQIDA AYRIM MA’LUMOTLAR...111

8. Atadjanova Dilnoza Ganiyevna.
JANUBIY XORAZM HUDUDINING ARXEOLOGIK TADQIQOTLARDA O‘RGANILISH TARIXI...116

FILOLOGIYA

1. Xusainova Shaxnozabonu Ergashevna.
ABU RAYHON BERUNIYNING “OSOR UL-BOQIYA” ASARI VA UNING INGLIZ TILIGA TARJIMASIDA SHARQ RUHI HAMDA KONTEKSTUAL O`ZIGA XOSLIKNI SAQLASH..121

2. B.Q. Sapayeva.
O‘ZBEK TILI GEMERONIMLARINING SHAKLLANISHI VA TARAQQIYOTI...................125

3. Sobirova Gulasal Zokir qizi.
THEORETICAL APPROACH TO LINGUISTIC-COGNITIVE APPROACHES IN MODERN LINGUISTICS..129

4. Mokhinur Murodova Azamat qizi.
ABBREVIATION AND INTERNET SLANG USAGE AMONG MDIST STUDENTS IN VIDEO GAMES AND ONLINE CHATS..136

5. Yusupova Soxiba Islombek qizi.
INGLIZ VA O‘ZBEK BOLALAR SHE’R VA QO‘SHIQLARIDA EMOTSIONAL BO‘YOQDOR SO‘ZLAR..143

6. Sarodbekov Sherzodbek Saforboyevich.
BADII ASAR USLUBINI QAYTA TIKLASHDA MUTARJIM MAS’ULIYATI (E. HEMINGUAYNING “TO HAVE AND HAVE NOT” ASARI VA UNING TARJIMASAI MISOLIDA)...147

PEDAGOGIKA

1. Rajabov Shaxzodbek Baxrom o‘g‘li.
UMUMIY PEDAGOGIK TAYYORGARLIK JARAYONIDA BO‘LAJAK MUSIQA O‘QITUVCHISINING BADIIY MAHORATINI OSHIRISH..153

2. Davletov Mayliboy Yusupovich.
O‘ZBEK CHOLG‘U IJROCHILIGI TARIXINI O‘RGANISH ORQALI TALABALARNING MUSIQIY MADANIYATINI RIVOJLANTIRISH JARAYONINING SAMARADORLIK DARAJASI...161

3. Abdirimova Shoxsanam Xudayberganovna.
VERIFIKATSIYA TAMOYILINING PEDAGOGIK JARAYONDAGI MOHIYATI.................166

4. Allamuratova Xurliman.
TA'LIM KONSEPSIYASINING MOHIYATI VA METODIKADAGI O‘RNI............................170

5. Sharipov Allabergan Kamilovich.
JISMONIY TARBIYA VA SPORT YO'NALISHI BITIRUVCHILARINING KASBIY-PEDAGOGIK TAYYORGARLIK DARAJASINI ISH BERUVCHILAR BAHOSIGA KO'RA TAHLIL QILISH: SO'ROVNOMA ASOSIDA EMPIRIK TADQIQOT.......................................176

6. Jammatov Jasurbek Sharipovich. Komilova Olima Allabergan qizi.
TAYYORGARLIK DARAJASINI KROSS-FIT MASHG‘ULOTLARI ASOSIDA RIVOJLANTIRISH: DOLZARBLIK VA ISTIQBOLLAR..183

7. Ким Татьяна Сергеевна.
СТРАТЕГИИ ОБУЧЕНИЯ ИЕРОГЛИФИЧЕСКОЙ ЛЕКСИКЕ В КОРЕЙСКОМ ЯЗЫКЕ...189

PSIXOLOGIYA

1. Jumaniyazova Ilmira Kamiljanovna. Sobirova Xosiyat Rustambekova.
BOSHLANG’INCH SINF O‘QUVCHILARNING XOTIRASINING NEYROPSIXOLOGIK XUSUSIYATLARI..195

2. Xashimova Sayyora Xolmuradovna.
IMKONIYATI CHEKLANGAN BOLALARDA EMOTSIONAL ZO‘RIQISHNING PSIXOLOGIK XUSUSIYATLARI...199

3. Allayarov Dilshod Raximboy o‘g‘li.
ERKIN KURASHCHILARDA MUSOBAQA OLDI EMOTSIONAL HOLATLARINING MOTIVATSION JARAYONLARGA TA’SIRI...203

ISSN: 2181-0000
www.tadqiqot.uz
«MA'MUN SCIENCE» JURNALI ЖУРНАЛ «MAMUN SCIENCE» JOURNAL «OF MAMUN SCIENCE»

Jumaniyazova Sharifa Rashidovna
Ma'mun Universiteti
"Biznesni boshqarish" kafedrasi dotsenti, PhD

TURISTIK MAHSULOTLAR BOZORIDA MARKETING STRATEGIYALARINI RIVOJLANTIRISHNING NAZARIY-USLUBIY ASOSLARI

http://dx.doi.org/10.5281/zenodo.20155946

Annotatsiya. Ushbu maqolada turistik mahsulotlar bozorining bugungi holati va unda marketing strategiyalarini shakllantirishning nazariy-uslubiy asoslari tadqiq etilgan, shuningdek, turizm sohasida raqobatbardoshlikni oshirish, iste'molchilar xulq-atvorini tahlil qilish va xizmat ko'rsatish sifatini yaxshilashda marketing texnologiyalarining o'rni yoritib berilgan va turizm korxonalarining strategik rivojlanishini ta'minlashga qaratilgan ilmiy taklif va amaliy tavsiyalar ilgari surilgan.

Kalit so'zlar: turizm bozori, turistik mahsulot, marketing strategiyasi, raqobatbardoshlik, nazariy-uslubiy asoslar, segmentatsiya, xizmat ko'rsatish sifati, innovatsion marketing.

Abstract. This article examines the current state of the tourist product market and the theoretical and methodological foundations for the formation of marketing strategies in it, as well as highlights the role of marketing instruments in increasing competitiveness in the tourism sector, analyzing consumer behavior and improving the quality of service, and puts forward scientific proposals and practical recommendations aimed at ensuring the strategic development of tourism enterprises.

Keywords: tourism market, tourist product, marketing strategy, competitiveness, theoretical and methodological foundations, segmentation, service quality, innovative marketing.

Kirish

Bugungi kunda turizm nafaqat iqtisodiy o'sishga, balki madaniyatlar almashinuvi va atrof-muhitni muhofaza qilishga ham hissa qo'shadigan eng muhim global sohalardan biriga aylanmoqda. Tez rivojlanayotgan turizm xizmatlari bozorida samarali marketing strategiyalari orqali turizm yo'nalishlarini targ'ib qilish, ularning raqobatbardoshligini ta'minlash va barqaror o'sishga erishish uchun juda muhimdir.

Turizm sanoatida marketing o'sishini rag'batlantirish, brend haqida xabardorlikni oshirish va yuqori raqobatbardosh bozorda yo'nalishlar yoki xizmatlarni farqlash uchun juda muhimdir. Shuningdek, marketing noyob tajribalarni ta'kidlash, raqamli kanallardan foydalanish, iqtisodiy rivojlanishni rag'batlantirish va barqaror sayohatni targ'ib qilishni nazarda tutadi. Turizm marketingi - bu turizm yo'nalishlarini targ'ib qilishning murakkabliklarini tushunish uchun bir qator nazariy nuqtai nazarlar va modellarga tayanadigan yaxshi rivojlangan tadqiqot sohasi. Yillar davomida olimlar turizm marketing strategiyalarini boshqarishda muhim ahamiyatga ega bo'lgan turli xil asoslarni, masalan, Marketing Mix (4P), bozor segmentatsiya, destinatsiya brendingi va barqaror turizm marketingini ishlab chiqdilar.

Adabiyotlar tahlili.

Bugungi kunda bozor iqtisodiyoti sharoitida korxona va tashkilotlarning muvaffaqiyatli faoliyat yuritishi ko‘p jihatdan marketing tizimining to‘g‘ri yo‘lga qo‘yilganligiga bog‘liq. Global raqobat kuchayib borayotgan hozirgi davrda, xizmatlar sektori, xususan turizm sohasida marketing konsepsiyasining samarali qo‘llanilishi ahamiyatli ekanligini ta’kidlashimiz mumkin. Turizm bu nafaqat iqtisodiy daromad manbai, balki mamlakatning ijtimoiy-madaniy imidjini shakllantiruvchi murakkab sohadir. Mintaqada turizm sektorini rivojlantirish samarali va inklyuziv ish o‘rinlari yaratish, innovatsion faoliyatni rivojlantirish, tabiiy va madaniy boyliklarni saqlash uchun infratuzilmani shakllantirish dolzarb masala hisoblanadi [1]. Ushbu sohaning barqaror rivojlanishi esa, ko‘p jihatdan, bozor ehtiyojlarini to‘g‘ri tahlil qilish, maqsadli auditoriyani aniqlash, raqobatbardosh xizmatlarni shakllantirish, shuningdek iste’molchilar bilan uzviy aloqani shakllantirish kabi marketing yondashuvlariga asoslanadi.

Fekete o‘z tadqiqotlarida marketing yo‘nalishlari, mahsulot tasnifi, mahsulot hayot aylanishi, narxlash strategiyalari, tarqatish mexanizmlari va reklama texnikalari kabi asosiy nazariy jihatlar bayon etilgan [2]. Xususan, yuqori raqobatbardosh turizm bozorida har qanday yangi tashkil etilgan yo‘nalishni boshqarish va bozorda muvaffaqiyatli faoliyat yuritishi uchun aniq, o‘z vaqtida va to‘liq ma’lumotlarga ehtiyoj juda muhimdir.

Turizm sohasidagi marketing turizm korxonasi tomonidan ilgari suriladigan siyosat sifatida ta’riflanadi, u turizm bozorining hozirgi va kelajakdagi sharoitlarini doimiy ravishda o‘rganib, talablarni optimal ravishda qondirish va shu asosda tejamkor iqtisodiy faoliyatni amalga oshirish uchun o‘z taklifini ushbu sharoitlarga doimiy ravishda moslashtirishni aniqlashga qaratilgan. Baraniukni ta’kidlashicha, turizmda marketing turistlarning ehtiyojlarini qondirish, uzoq muddatli munosabatlarni shakllantirish va brendga bo‘lgan ishonchni oshirishga yo‘naltirilgan bo‘lishi hamda, samarali marketing strategiyalari xizmatlarni birlashtirish, strategik rejalashtirish va turistik mahsulotlarning sifati va ijobiy imidjini qo‘llab-quvvatlovchi vositalarni ishlab chiqish kerak [3]. Turizm sohasidagi marketing bozorning talablari va tendentsiyalarini yaxshi bilishni, turizm mahsulotlarini talab hajmi va tuzilishiga muvofiq yetkazib berishni yo‘naltirishni, narx va narxlash strategiyasini, tarqatish platformasini yaratishni, turizm mahsulotini targ‘ib qilish uchun samarali vositalardan foydalanishni va mavsumiylik bo‘yicha savdo imkoniyatlarini baholashni talab qiladi.

Turizm korxonalari turistlar ehtiyojini qondiradi va an’anaviy sanoat tarmoqlari uchun qo‘shimcha qiymat yaratadi, shuningdek, tarixiy, madaniy va ta’limiy tushunchalar nuqtai nazaridan sayohat tajribasi sifatini yaxshilaydi [4].

Turizm marketingning o‘ziga xos xususiyati shundaki, xizmatlarga talab doimiy ravishda o‘sib boradi, ammo iqtisodiy vaziyatning o‘zgarishiga ma’lum darajada bog‘liqdir. Iste’molchilar to‘g‘risidagi ishonchli ma’lumotlar marketing tahlillarini o‘tkazishda katta ahamiyatga ega. Turistik mavsumiy faktorlarning turizm rivojlanishiga o‘ziga xos ta’siri bor, bu turistik xizmatlarni diversifikatsiyalashni, turistik mavsumiy davrda marketing faoliyatini faol olib borishni talab qiladi. Turistik mahsulot murakkab moddiy va tashkiliy qismlardan iborat bo‘lganligi sababli, turizm mahsulotini ishlab chiqarishda ishtirok etadigan barcha kompaniyalarning marketingini muvofiqlashtirish zarur.

Turizm mahsulotlari marketingini turizmga bo‘lgan potentsial va haqiqiy talabni aniqlash, turistlar bilan aloqa o‘rnatish, ularning afzalliklari, ehtiyojlarini tushunish va baholash, shuningdek, turistlarning istaklarini rag‘batlantirish, turizm mahsulotlari va xizmatlarini ehtiyoj va talablarni qondirish va yaxshilash, shu bilan birga tashkilot maqsadlariga erishish maqsadida moslashtirish va loyihalash jarayoni sifatida ta’riflash mumkin [5].

Turizmda marketingni samarali rivojlantirishning zaruriy shartlari, Boronina A.S fikriga muvofiq, quyidagilardir: - erkin bozor munosabatlari, ya’ni savdo bozorlarini, biznes sheriklarini tanlash, narxlarni belgilash, tijorat ishlarini olib borish qobiliyati; - turistik firmalar rahbariyatining kompaniya maqsadlari, strategiyalari, funksional boshqaruv tuzilmasini belgilashdagi erkin faoliyati; − sayyohlik agentliklari o‘rtasidagi raqobatning keskinlashuvi; − bozorning axborot bilan to‘yinganligi [6].

Turistik xizmatning xarakteri o‘zining texnik, tashkiliy va iqtisodiy xususiyatlariga ko‘ra moddiy ne’mat (tovar) va boshqa ko‘plab xizmatlardan tubdan farq qiladi. Turistik xizmat - turist yoki ekskursantning turizm maqsadlariga, turistik xizmat, turning, turistik mahsulotning tabiati va yo‘nalishiga javob beradigan ehtiyojlarini ta’minlash va qondirishga qaratilgan va xizmat ko‘rsatish sohasidagi maqsadli harakatlar majmui.[7]

Tahlil va natijalar

Turizm sohasida marketingning ahamiyati mamlakatning iqtisodiy o‘sishini jadallashtirish, xalqaro maydonda imidjini kuchaytirish, mahalliy aholi bandligini oshirish va eng muhimi, turistik hududlarning barqaror rivojlanishiga xizmat qilishida yaqqol namoyon bo‘ladi. Marketing yondashuvlari orqali nafaqat turistlar oqimini ko‘paytirish, balki ularning sayohat davomida turistik xizmatlarda mannunligini ta’minlash qayta tashrif buyurishlariga erishish ham turizm siyosatining asosiy qismiga aylandi.

Turizm sohasidagi marketing boshqa marketing rejalaridan o‘ziga xos xususiyatlarga ega. Xususan, turistik xizmatlarning turli motivlaridan kelib chiqib, xarid qiladigan iste’molchilardan iborat. Shu sababli muvaffaqiyatli marketing faoliyatining amalga oshirilishi iste’molchilarning turli guruhlarining o‘zlariga xos afzalliklarini hisobga olishni ko‘zda tutadi:

Maqsadli auditoriyani aniqlash. Firma marketing tadqiqotlari orqali qilmoqchi bo‘lgan bozor segmentini aniqlashga erishadi, shuningdek iste’molchilarning kutganlariga javob beradigan mahsulot va xizmatlar, takliflar va yo‘nalishlarni ishlab chiqish mumkin bo‘ladi. Har bir o‘zgarishga moslashish uchun turistning tendentsiyalari va xatti-harakatlaridagi o‘zgarishlarni aniqlash ham bir xil darajada muhimdir.

Yangi mijozlarni jalb qilish va mavjudlarini saqlab qolish.

Ma’lumki, sayyohlik sohasida raqobat shiddatli davom qilmoqda. Shuning uchun yangi mijozlarni jalb qilish, mavjud mijozlaringizni saqlab qolish kabi muhimdir. Bu xatti-harakatlar uzoq muddatli, foydali munosabatlarni yaratadi, bunda mijoz brend himoyachisi sifatida ishlaydi, tez-tez biznes bilan aloqada bo‘ladi va raqobatchilarga qarshilik ko‘rsatadi. Va bu yaxshi sayohat tajribasini, shuningdek, mijozlarni samarali kuzatish va to‘g‘ri jalb qilish va saqlab qolish strategiyalarini ishlab chiqishni anglatadi.

Brend imidjini mustahkamlash. Raqobatchilardan ajralib turish uchun mustahkam brend imidjiga ega bo‘lish, shuningdek, ko‘rinish va mashhurlikni keltirib chiqaradigan kampaniyalarni ishlab chiqish kerak. Brend imidjini mustahkamlash ishonch va e’tirofni qozonish uchun barcha kanallarda izchil, haqiqiy va mijozga yo‘naltirilgan yondashuvni talab qiladi. Asosiy strategiyalarga asosiy qadriyatlarni aniqlash, izchil vizual identifikatsiyani saqlash, ijtimoiy tarmoqlarda faol ishtirok etish, foydalanuvchi tomonidan yaratilgan kontentdan foydalanish va yuqori sifatli mijozlar tajribasini taqdim etish kiradi.

Xulosa qilib aytganda, turizm xizmatlar bozorida marketing — bu shunchaki reklama emas, balki turistning ehtiyojini anglash va unga unutilmas tajriba taqdim etish san'atidir. Strategik yondashuv turizmni iqtisodiyotning drayver sohasiga aylantirishning asosiy omilidir. Samarali turizm marketingi raqobatbardosh bozorda ajralib turish uchun raqamli innovatsiyalar, shaxsiylashtirilgan tajribalar va barqarorlikning strategik uyg‘unligini talab qiladi. Muvaffaqiyat brendga sodiqlikni shakllantirish va noyob qiymat takliflarini iste'molchilarga to‘g‘ridan-to‘g‘ri yetkazish uchun ijtimoiy media, influencer hamkorligi va ma'lumotlarga asoslangan tushunchalardan foydalanishga bog‘liq.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati

1.Jumaniyazova Sh. Mintaqada turizm infratuzilmasini qo‘llab – quvvatlashning tashkiliy – iqtisodiy mexanizmlarini takomillashtirish. Aktuar moliya va buxgalteriya hisobi ilmiy jurnali 2025, 5(01), 197-204

2. Fekete, A. (2020). Theoretical Concepts. Introductory Elements in Marketing and Marketing Information Systems. BRAND. Broad Research in Accounting, Negotiation, and Distribution.

3. Baraniuk, D. (2021). Marketing approach to understanding, forming and developing tourist destinations. Proceedings of Scientific Works of Cherkasy State Technological University

4. Chien, S.H.; Wu, J.J.; Huang, C.Y. We made, we trust": Coproduction and image congruence in the food-tourism factories. Asia Pac. Manag. Rev. 2018, 23, 310–317.

5. Chatterjee, J., & Dsilva, N. R. (2021). A study on the role of social media in promoting sustainable tourism in the states of Assam and Odisha. Tourism Critiques, 2(1), 74–90. https://doi.org/10.1108/TRC-09-2020-0017

6. Боринова А. С. (2017). Развитие маркетинга в туризме в современных условиях // Economics. №7 (28). URL: https://cyberleninka.ru/article/n/razvitie-marketinga-v-turizme-v-sovremennyh-usloviyah (дата обращения: 29.04.2022)

7. Sofronov, Bogdan. (2019). The Development Of Marketing In Tourism Industry. Annals of Spiru Haret University. Economic Series. 1. 117-127. 10.26458/1917.

8. Toshtemirovich, M. Z. Axmedova Dilrabo Qurbondurdi qizi.(2023). O ‘zbekistonda chakana kreditlash amaliyotini raqamlashtirish. In Conference on Applied and Practical Sciences (pp. 95-99).

Tadqiqot uz

ISSN 2181-9696

Doi Journal 10.26739/2181-9696

«MA'MUN SCIENCE» JURNALI

ЖУРНАЛ «MAMUN SCIENCE»
JOURNAL OF «MAMUN SCIENCE»

Maqolani tayorlashda qo'yiladigan talablar:

1. *Maqola o'zbek, ingliz va rus tillarida minimal 6 sahifadan iborat bo'lib, Microsoft Word dasturida Times New Roman shriftida 12 kegl, 1 satr oralig'ida, sahifalar barcha tomondan 2 sm qoldirilgan holda bo'lishi shart.*
2. *Satr boshi - 1,25 sm bo'lib, satrlarni eniga to'g'irlash, so'zlarni boshqa qatorga ko'chirish avtomatik tarzda bo'lishi lozim.*
3. *Birinchi qator o'ng tomondan muallifning familiyasi, ismi va otasining ismi, ikkinchi qatorda muallifning ish joyi, lavozimi, ilmiy darajasi va unvoni, e-mail va telefon raqami, uchinchi qatorda sahafaning o'rtasida bosh va qalin harflar bilan maqolaning nomi yoziladi. Ushbu ma'lumotlar o'zbek, ingliz va rus tillarda berilishi lozim.*
4. *Keyingi qatordan o'zbek, ingliz va rus tillarida 60 so'zdan iborat annotatsiya beriladi.*
5. *Keyingi qatordan 7-10 ta o'zbek, ingliz va rus tillarida kalit so'zlar beriladi.*
6. *Keyingi qatordan asosiy matn boshlanadi va maqola 4 qismdan iborat bo'ladi: Mavzuning dolzarbligi. Metodlar va o'rganilganlik darajasi. Tadqiqot natijalari. Xulosa.*
7. *Maqolalar ilmiy ahamiyatga ega bo'lib, ulardagi fakt va fikrlar asoslangan hamda mustaqil ma'no kasb etishi lozim, plagiat holati taqiqlanadi. Muallif foydalanilgan adabiyotlarni aniq ko'rsatishi, olingan iqtiboslarning aniq manbalarini keltirishi lozim.*
8. *Web of science hamda Scopus tizimidagi jurnallardan iqtiboslar olish maqsadga muvofiqdir.*
9. *Iqtiboslar matn ichida [1, 25] beriladi. Adabiyotlarning to'liq ro'yxati asosiy matndan so'ng alifbo tartibida ko'rsatilishi lozim.*

Требования к оформлению научной статьи:

1. *Статьи должны содержать 6 страниц, в формате Times New Roman на Microsoft Word, 12 кегль, 1 см, со всех сторон 2 см.*
2. *Начала абзаца – 1,25 см, формировать строки по ширине, перенос слов в другой ряд должен быть в автоматическом порядке.*
3. *В первой строке от правой стороны Ф.И.О. автора, во второй строке место работы, должность, ученая степень и ученое звание, e-mail и номер телефона, в третьей строке по центру страницы прописными буквами жирным шрифтом название статьи. Эта информация должна быть предоставлена на узбекском, английском и русском языках.*
4. *В следующей строке аннотация из 60 слов на трех языках: узбекский, английский и русский.*
5. *Со следующей строки ключевые слова 7-10.*
6. *Далее начинается основной текст. новной текст начинается со следующей строки, и статья состоит из 4 частей: актуальность темы, методы и уровень исследования, результаты исследования, заключение.*
7. *Статьи должны иметь научное значение, факты и идеи должны быть обоснованными и избежать плагиатства. Автор должен точно указать использованную дитературу и ссылку на источники, при помощи которых он выразил свое мнение.*
8. *Сноски или ссылки должен быть взяты из Web of science, а также системы журналов Scopus.*
9. *Цитирование приводится в тексте [1, 25] Польный список литературы должен быть указан после основного текста, а алфавитном порядке.*

Requirements of the articles submitted:

1. *Articles should be at least 6 pages, in Times New Roman, 12 pt., 1 inter.*
2. *The line head should be 1,25 cm, line spacing, and the words should be automatically moved.*
3. *The author's full name should be on the first line from the right; the author's place of work, position, academic degree, and academic rank, email address, and phone number should be on the second line; the article title should be centered in bold, capital letters, on the third line. This information should be provided in Uzbek, English, and Russian.*
4. *An annotation of 60 words in the next line in three languages.*
5. *Key words from the next row in three languages 7-10.*
6. *The next line begins with the main text. The main text begins on the next line, and the article consists of four parts: the relevance of the topic, the methods and level of research, the results, and the conclusion.*
7. *Articles must be of scientific importance and facts and opinions in the article should be well-grounded and have an independent meaning, and they must be free of plagiarism. The author must clearly demonstrate the literature used in his or her opinion, and provide the exact sources of the extracts.*
8. *Quotes should be from "Web of science" and "Scopus" journals.*
9. *A complete list of publications should be followed in alphabetical order after the main text. Seals and references should be in the main text [1, 25].*