

KONFERENSIYA

“JIZZAX VILOYATI IJTIMOIIY-IQTISODIY
RIVOJLANISHINING ASOSIY
YO’NALISHLARI: MUAMMO VA YECHIMLAR”



RESPUBLIKA ILMIY-AMALIY ANJUMANI

2025-yil 21 noyabr

**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIIY TA’LIM, FAN VA
INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI**

**MIRZO ULUG‘BEK NOMIDAGI O‘ZBEKISTON MILLIY
UNIVERSITETINING JIZZAX FILIALI**



**JIZZAX VILOYATI IJTIMOIIY-IQTISODIY
RIVOJLANISHINING ASOSIY YO‘NALISHLARI:
MUAMMO VA YECHIMLAR**
*mavzusidagi Respublika ilmiy-texnik anjuman materiallari
to‘plami*
(2025-yil 21-22-noyabr)

JIZZAX-2025

Jizzax viloyati ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishining asosiy yo‘nalishlari: muammo va yechimlar. Respublika ilmiy-texnik anjuman materiallari to‘plami – Jizzax: O‘zMU Jizzax filiali Iqtisodiyot va turizm kafedrası, 2025-yil 21-22-noyabr. 557-bet.

Respublika miqyosidagi ilmiy-texnik anjuman materiallarida zamonaviy kompyuter ilmlari va muhandislik texnologiyalari sohasidagi innovatsion tadqiqotlar aks etgan.

Globalashuv sharoitida davlatimizni yanada barqaror va jadal sur‘atlar bilan rivojlantirish bo‘yicha amalga oshirilayotgan islohotlar samarasini yaxshilash sohasidagi ilmiy-tadqiqot ishlariga alohida e‘tibor qaratilgan. Zero iqtisodiyotning, ijtimoiy sohalarni qamrab olgan modernizatsiya jarayonlari, hayotning barcha sohalarini liberallashtirishni talab qilmoqda.

Ushbu ilmiy ma‘ruza tezislari to‘plamida mamlakatimiz va xorijlik turli yo‘nalishlarda faoliyat olib borayotgan mutaxassislar, olimlar, professor-o‘qituvchilar, ilmiy tadqiqot institutlari va markazlarining ilmiy xodimlari, tadqiqotchilari, magistr va talabalarning ilmiy-tadqiqot ishlari natijalari mujassamlashgan.

Mas‘ul muharrirlar: DSc.prof. Turakulov O.X., t.f.n., dots. Baboyev A.M.

Tahrir hay‘ati a‘zolari: p.f.d.(DSc), prof. Turakulov O.X., t.f.n., dots. Baboyev A.M., t.f.f.d.(PhD), prof. Abduraxmanov R.A., p.f.f.d.(PhD) Eshankulov B.S., p.f.n., dots. Alimov N.N., p.f.f.d.(PhD), dots. Alibayev S.X., t.f.f.d.(PhD), dots. Abdumalikov A.A, p.f.f.d.(PhD) Hafizov E.A., f.f.f.d.(PhD), dots. Sindorov L.K., t.f.f.d.(PhD), dots. Nasirov B.U., b.f.f.d. (PhD) O‘ralov A.I., p.f.n., dots. Aliqulov S.T., t.f.f.d.(PhD) Kuvandikov J.T., i.f.n., dots. Tsoy M.P., Sharipova S.F., Jo‘rayev M.M.

Mazkur to‘plamga kiritilgan ma‘ruza tezislarning mazmuni, undagi statistik ma‘lumotlar va me‘yoriy hujjatlarning to‘g‘riligi hamda tanqidiy fikr-mulohazalar, keltirilgan takliflarga mualliflarning o‘zlari mas‘uldirlar.

Masofaviy bandlik va frilans iqtisodiyotini rivojlantirish.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Saitov S. O ‘zbekistonning butun jahon savdo tashkilotiga a’zo bo ‘lishining iqtisodiy ahamiyati //International Journal of scientific and Applied Research. – 2024. – T. 1. – №. 2. – C. 337-344.
2. Xaydarov B. Ta’lim tizimida budget mablag ‘larining maqsadli sarflanishi nazorati //YASHIL IQTISODIYOT VA TARAQQIYOT. – 2024. – T. 2. – №. 12.
3. Saitov S., Tuychieva N. Main factors affecting economic growth in the country and their dynamics //Science technology&Digital finance. – 2023. – T. 1. – №. 4. – C. 53-64.
4. Хайдаров Б., Туйчиева Н. Инновационные методы обучения информатике и образовательной робототехнике //Информатика и инженерные технологии. – 2023. – Т. 1. – №. 1. – С. 200-204.
5. Tuychieva N., Saitov S. Bank resources in the modernization of the economy //Science technology&Digital finance. – 2023. – T. 1. – №. 4. – C. 41-52.
6. Xaydarov B. RIVOJLANGAN DAVLATLARDA ICHKI AUDIT VA UNI IQTISODIYOTIDA QO‘LLASH IMKONIYATLARI //Science technology&Digital finance. – 2023. – T. 1. – №. 3. – C. 87-97.
7. Saitov S., Karimqulova O. O ‘ZBEKISTON RAQAMLI IQTISODIYOTIDA BANKLARNING ROLI //International Journal of scientific and Applied Research. – 2024. – T. 1. – №. 2. – C. 132-138.
8. Khaydarov B., Tuychieva N. INNOVATIVE TEACHING METHODS FOR COMPUTER SCIENCE AND EDUCATIONAL ROBOTICS //Science technology&Digital finance. – 2023. – T. 1. – №. 2. – C. 14-19.
9. Saitov S., To‘rabekov O. O ‘ZBEKISTONNING JAHON BOZORIGA KIRIB BORISHDAGI MUAMMOLARI //International Journal of scientific and Applied Research. – 2024. – T. 1. – №. 2. – C. 238-245.

YANGI O‘ZBEKISTON IQTISODIYOTINI RIVOJLANTIRISHDA SAYYOHLARNING RUHIY TIPLARIGA QARAB MARKETING STRATEGIYASI

To‘ychiyeva Nodira G‘ulom qizi
O‘zMU Jizzax filiali “Iqtisodiyot va turizm”
kafedrasi o‘qituvchisi
To‘rayeva Aziza, Qodirova Nilufar
O‘zMU Jizzax filiali talabalari

Annotatsiya: Mazkur tezisda sayyohlarning ruhiy (psixografik) tiplari va ularning hayotiy davrlariga qarab marketing strategiyalarini moslashtirish masalasi tahlil qilinadi. Tadqiqotda turizm marketingida individual yondashuvning ahamiyati hamda iste’molchilarning shaxsiy xususiyatlari, qadriyatlari va ehtiyojlari asosida segmentatsiya qilish zarurligi asoslab beriladi. Hayotiy davr kontseptsiyasi

turistlarning qaror qabul qilish jarayonlariga bevosita ta’sir etuvchi omil sifatida o‘rganiladi. Shuningdek, yosh, oilaviy holat va hayotiy tajribaga qarab farqlanuvchi sayyoh turlariga mos marketing strategiyalari taklif etiladi.

Kalit so‘zlar: sayyoh psixotiplari, psixografik segmentatsiya, hayotiy davr, turizm marketingi, turist ongining rivojlanishi, iste’molchi xulqi, shaxsiyat tiplari.

Sayyohlarning ruhiy (psixografik) tiplari asosida marketing strategiyalarini moslashtirish turizm marketingida shaxsga yo‘naltirilgan yondashuvni shakllantirishning muhim omillaridan biridir. “Marketing tadqiqotlari lug‘atiga ko‘ra, psixografika iste’molchilar guruhlarini ularning yoshi, jinsi kabi demografik belgilaridan tashqari, ularning psixologik xususiyatlari - faoliyati, qiziqishlari va fikrlari asosida tavsiflashni ifodalaydi. Psixografika - bu iste’molchilarni ularning faoliyati, shaxsiyati, qadriyatlari, turmush tarzi va fikrlari orqali tushunishga yordam beradigan tadqiqot sohasi hisoblanadi”. Psixografik segmentatsiya tadqiqotlarda to‘g‘ri qo‘llanilganda juda samarali natijalar beradi. U marketing mutaxassislari va reklama beruvchilar uchun maqsadli segmentlarga yo‘naltirilgan marketing strategiyalarini ishlab chiqishda muhim vosita hisoblanadi. Bu yondashuv bozor ichidagi aniq iste’molchilar guruhlarini jalb etish yoki ularning qarorlariga ta’sir etish uchun qanday reklama va targ‘ibot faoliyatlari samarali bo‘lishini aniqlashga yordam beradi. Tadqiqotchilar ta’kidlaganidek, “Marketing strategiyalari mijozlarning shaxsiy fazilatlarini, qiziqishlari, turmush tarzi va fikrlarini bilgan taqdirdagina maqsadli auditoriyaga samarali yetib boradi. Psixografik segmentatsiyaning maqsadi — bir xil xulq-atvor xususiyatlariga va o‘xshash turmush tarziga ega iste’molchilar segmentini aniqlashdir. Bunday tadqiqotlarni amalga oshirish uchun chuqurlashtirilgan intervyular, fokus-guruhlar, proyektiv usullar va psixologik testlash metodlaridan foydalanish mumkin. Shu sababli psixografik tadqiqotlar sifatli tahlil turiga kiradi, chunki u insonning munosabatlari va hissiyotlarini o‘lchaydi. Psixografik segmentatsiya ayniqsa turizm sohasida alohida o‘rin tutadi, chunki bu soha asosan sayyohlarning his-tuyg‘ulari va psixologik omillari bilan chambarchas bog‘liq”.

Turizm bozorini o‘rganuvchi tadqiqotchilar sayyohlarning fikrlash tarzini, motivatsiyasini va qaror qabul qilish mexanizmini chuqur tahlil qilib, ularning kelajakdagi sayohat qarorlarini oldindan prognoz qilishga intiladilar. Sayyohlarning ruhiy (psixografik) tiplari va hayotiy davrlarini birgalikda o‘rganish turizm marketingida samarali segmentatsiyani ta’minlaydi. “Yosh sayyohlar odatda sarguzashtga moyil, yangilikni izlovchi va faolligi yuqori bo‘lgani uchun ularga interaktiv, raqamli va ekstremal yo‘nalishdagi marketing strategiyalari mos keladi. O‘rta yoshdagi sayyohlar oilaviy hayot bosqichida bo‘lib, qulaylik va xavfsizlikni ustun qo‘yadilar — bu holatda oilaviy paketlar va madaniy turlarni targ‘ib etish maqsadga muvofiqdir.

Keksaroq sayyohlar esa osoyishtalik va sog‘lom dam olishni afzal ko‘rishadi, shuning uchun ularga sog‘lomlashtiruvchi va madaniy yo‘nalishdagi xizmatlar taklif etilishi kerak”. Demak, hayotiy davr va psixografik xususiyatlarni hisobga olish kerak hisoblanadi. Bozorni segmentlarga ajratishning asosiy foydasi shundaki, sayyohlik manzili ma’lum bir turist guruhi ehtiyojlariga ixtisoslashib, aynan shu

guruh uchun eng qulay va eng optimal xizmat ko‘rsatadigan maskanga aylanishi mumkin. Bunday yondashuv manzilga raqobat ustunligini beradi. Birinchidan, raqobat global bozor miqyosidan faqat shu segmentga ixtisoslashgan sayyohlik maskanlari darajasigacha qisqaradi. Masalan, ekologik turizm bilan shug‘ullanuvchi manzillar faqat bir-birlari bilan raqobatlashadi. Ikkinchidan, manzil barcha uchun hamma narsani taklif qilishga urinib, katta xarajat qilish o‘rniga, mahsulotni aynan maqsadli guruh ehtiyojlariga qarab aniq va samarali rivojlantirishi mumkin. Misol uchun, oilaviy dam olishga mo‘ljallangan manzilda keng ko‘lamli tungi hayot infratuzilmasiga ehtiyoj bo‘lmaydi.

Uchinchidan, marketing faoliyatini ham ancha aniq yo‘naltirish mumkin bo‘ladi: tanlangan segment uchun eng mos xabar shakllantiriladi (masalan, do‘stlari bilan sayohat qiluvchi yoshlar uchun “quyosh va ko‘ngilochar dam olish” g‘oyasi), va bu xabar segmentga mos kommunikatsiya kanallari orqali yetkaziladi (masalan, ekoturistlar uchun National Geographic kabi tabiat jurnallari). To‘rtinchidan, ehtiyojlari va xohishlariga mos keladigan manzilda dam olgan sayyohlar o‘z tajribasidan ko‘proq qoniqish hosil qiladi. Natijada ular bunday manzilga yana qaytishga moyil bo‘ladi va o‘xshash qiziqishdagi do‘stlari va tanishlariga ushbu maskanni tavsiya qiladi. Smith (1956) o‘zining mashhur maqolasida shu fikrni quyidagicha ifodalagan: “bozorni segmentlashtirish aniq belgilangan va samarali egallangan segmentlarda kuchli va chuqur bozor pozitsiyasini shakllantirishga yordam beradi.”

Xulosa qilib aytganda, sayyohlarning ruhiy tiplari va hayotiy davrlarini hisobga olgan holda marketing strategiyasini moslashtirish turizm sohasida yuqori samaradorlikni ta‘minlaydi. Bunday yondashuv turistlarning shaxsiy ehtiyojlari, qadriyatlari va motivatsiyasiga mos xizmatlarni taklif etish imkonini beradi.

Psixografik segmentatsiya nafaqat iste‘molchi xulqini chuqurroq tushunishga, balki ularning qaror qabul qilish jarayonlarini ham bashorat qilishga yordam beradi. Natijada, turizm korxonalari maqsadli auditoriyani aniq belgilab, shaxsga yo‘naltirilgan marketing strategiyalarini ishlab chiqish imkoniga ega bo‘ladi. Shu bois, ruhiy tiplarga asoslangan yondashuv turizm marketingining barqaror va innovatsion rivojlanishida muhim ilmiy-amaliy ahamiyat kasb etadi.

Psixografik segmentatsiya odamlarning qiziqishlari, shaxsiyati, turmush tarzi, qadriyatlari va munosabatlari bilan bog‘liq. Bu hayotiy ahamiyatga ega, chunki u iste‘molchilarni o‘rganish uchun torroq va maqsadli yondashuvni ta‘minlaydi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Lifestyle Market Segmentation (Art Weinsten, Dennis J.Cahill)- Pyschographics bobi , 25 p
2. Market segmentation in tourisn. 2008. Sara Dolnicar 2-3- pages University of Wollongong, sarad@uow.edu.au
3. Understanding Psychographics in Tourism: A Tool for Segmenting Tourists. Sumedha Agarwal and Priya Singh. 2021. 201-204 – pages
4. Tuychieva N., Saitov S. Bank resources in the modernization of the economy //Science technology&Digital finance. – 2023. – T. 1. – №. 4. – C. 41-52.

5. Xaydarov B. RIVOJLANGAN DAVLATLARDA ICHKI AUDIT VA UNI IQTISODIYOTIDA QO‘LLASH IMKONIYATLARI //Science technology&Digital finance. – 2023. – T. 1. – №. 3. – C. 87-97.
6. Saitov S., Karimqulova O. O ‘ZBEKISTON RAQAMLI IQTISODIYOTIDA BANKLARNING ROLI //International Journal of scientific and Applied Research. – 2024. – T. 1. – №. 2. – C. 132-138.
7. Khaydarov B., Tychieva N. INNOVATIVE TEACHING METHODS FOR COMPUTER SCIENCE AND EDUCATIONAL ROBOTICS //Science technology&Digital finance. – 2023. – T. 1. – №. 2. – C. 14-19.
8. Saitov S., To‘rabekov O. O ‘ZBEKISTONNING JAHON BOZORIGA KIRIB BORISHDAGI MUAMMOLARI //International Journal of scientific and Applied Research. – 2024. – T. 1. – №. 2. – C. 238-245.

TA’LIM XIZMATLARI KO‘RSATISHDA RAQAMLI IQTISODIYOTNING O‘RNI VA ROLI

Ubaydullayeva Vasila Sadullayevna

*Mirzo Ulug‘bek nomidagi O‘zbekiston Milliy universitetining Jizzax filiali
o‘qituvchisi*

ubaydullayevavasila3110@gmail.com

Annotatsiya: Ushbu ishda ta’lim xizmatlari ko‘rsatish jarayonida raqamli iqtisodiyotning roli va ahamiyati yoritib beriladi. Raqamlashtirish ta’lim sifatini oshirish, ta’lim jarayonini avtomatlashtirish, o‘quv resurslaridan samarali foydalanish, masofaviy ta’lim imkoniyatlarini kengaytirish va innovatsion texnologiyalar orqali o‘qitish tizimini modernizatsiyalashda katta ahamiyat kasb etadi.

Kalit so‘zlar: Raqamli iqtisodiyot, ta’lim xizmatlari, innovatsiya, masofaviy ta’lim, texnologiya.

So‘nggi yillarda dunyo miqyosida raqamli iqtisodiyotning rivojlanishi ta’lim sohasida ham katta o‘zgarishlarga olib keldi. Ta’lim xizmatlari ko‘rsatish jarayonida raqamlashtirish – bu ta’lim jarayonini texnologik innovatsiyalar asosida tashkil etish, resurslardan samarali foydalanish, o‘quvchilar va o‘qituvchilar o‘rtasidagi muloqotni yangi darajaga olib chiqish demakdir. Raqamli iqtisodiyotning ta’limdagi o‘rni global tendensiyalar bilan hamohang bo‘lib, har bir tizim o‘z faoliyatini zamonaviy talablarga mos ravishda qayta ko‘rib chiqishga majbur bo‘lmoqda.

Raqamlashtirish ta’lim sifatini oshirishga xizmat qiladi. Bugungi kunda turli elektron platformalar, masofaviy o‘qitish tizimlari, interaktiv ta’lim resurslaridan foydalanish imkoniyatlari kengayib bormoqda. Raqamli texnologiyalar o‘quv materiallarini vizuallashtirishga, murakkab mavzularni tushunarli ko‘rinishda taqdim etishga, interaktiv metodlar orqali o‘quvchilarning jarayonga faol jalb