

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-IQTISODIIY
RIVOJLANISHINING ASOSIIY 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.

Globallashuv 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.

YASHIL IQTISODIYOTNI RIVOJLANTIRISHDA TURIZM XIZMATLARI SIFATIGA TA’SIR ETUVCHI OMILLAR

To‘ychiyeva Nodira G‘ulom qizi

*O‘zMU Jizzax filiali “Iqtisodiyot va turizm”
kafedrası o‘qituvchisi*

Qodirov Ulug‘bek, Ro‘zimamatov Sanjar

O‘zMU Jizzax filiali talabalari

Annotatsiya: Ushbu tezisda turizm xizmatlari sifatiga ta’sir etuvchi tashqi va ichki omillar tahlil qilingan. Tadqiqotda turistik korxonalar faoliyatiga ta’sir ko‘rsatuvchi iqtisodiy, ijtimoiy, siyosiy, ekologik hamda texnologik omillar tashqi muhit sifatida ko‘rib chiqilgan. Shuningdek, xodimlarning malakasi, xizmat ko‘rsatish madaniyati, boshqaruv sifati va ichki nazorat tizimi kabi ichki omillar roli yoritilgan.

Kalit so‘zlar: turistik xizmatlar sifati, tashqi va ichki omillar, xizmat ko‘rsatish sifati, sifat menejmenti tizimi (ISO 9001:2015), raqamli texnologiyalar, ishonchlilik va tezkorlik, xodimlar malakasi, mijozlar ehtiyojiga yo‘naltirilgan boshqaruv.

Zamonaviy sayohat reytingining tarkibiy qismlaridan biri bu turistik xizmatlarning sifatini tartibga solishdir. Mahsulot sifati – bu iste’molchilarning ma’lum istaklarini qondirish qobiliyatini belgilaydigan xususiyatlar to‘plamidir. Xizmat ko‘rsatish sifati – bu iste’molchilarning belgilangan yoki kutilgan ehtiyojlarini qondirish qobiliyatini aniqlaydigan xizmat tavsiflari to‘plami (GOST R 50691-94. Xizmat sifatini ta’minlash modeli). Turistlarga xizmat ko‘rsatish sifati bu turistlarning ta’til va sayohatlardagi ehtiyojlari va istaklarini qondirish xususiyatlariga ega bo‘lgan xizmatlar va tadbirlar majmuidir. Turistik xizmatlarning murakkabligi turoperator ishi sifatining yagona ko‘rsatkichini ishlab chiqishidir, turoperatorning ish sifatini aniqlashda, ikkita yondashuv mavjud: agentlik va iste’molchi.[1]

Turistik kompaniyaning asosiy vazifasi sifatli turizm xizmatlarini ko‘rsatishdir. Buning uchun bozor ehtiyojlari va xizmatlarning xavfsizligi talab qiladigan barcha aniq talablar bajarilishi kerak. Mehmondo‘stlik tushunchasiga kiradigan xizmat ko‘rsatish xususiyatlarini hisobga olish kerak.

Turizm sohasida xizmatlar sifatiga ta’sir etuvchi bir qancha omillar bo‘lib bular ichiga jamoaviy turar-joylar faoliyati, kirishga oid turizm iste’moli, transport va boshqa xizmatlar sifatiga ta’sirini o‘tkazadi.

Turizm xizmatlari sifatiga ta’sir etuvchi tashqi omillar.

Siyosiy barqarorlik va xavfsizlik - mamlakatdagi tinchlik, xavfsizlik, siyosiy barqarorlik yuqori bo‘lsa, turistlar ko‘proq tashrif buyuradi. Har qanday beqarorlik xizmat sifati qanchalik yaxshi bo‘lsa ham turistlar oqimini kamaytiradi.

Iqtisodiy holat - mamlakat iqtisodiyoti barqaror bo‘lsa, narxlar barqaror turadi va turizm infratuzilmasiga ko‘proq investitsiya kiritiladi. Inqiroz davrida esa turizm xizmatlariga talab kamayadi.

Valyuta kurslari - valyuta kursining o‘zgarishi sayyohlarning xarajatlariga ta’sir qiladi. Mahalliy pul birligi arzon bo‘lsa, chet elliklar uchun sayohat yanada arzon tushadi va talab oshadi.

Transport infratuzilmasi - aeroportlar, temir yo‘llar, yo‘llar sifati, jamoat transporti tizimi rivojlangan bo‘lsa, sayohat qilish qulay bo‘ladi. Infratuzilma yaxshi bo‘lmasa, turizm rivoji sekinlashadi.

Iqlim va ob-havo - hududning iqlimi va mavsumiy ob-havo sharoiti turistlar soniga ta’sir qiladi. Issiq mavsumlar, tog‘li hududlar yoki sog‘lomlashtirish zonalari turli mavsumlarda turli talabga ega.

Ekologik holat - toza atmosfera, suv sifati, tabiiy resurslarning saqlanganligi turistlar tanloviga kuchli ta’sir qiladi. Ekologik muammolar bo‘lgan hududlarda turizm pasayadi.

Qonunchilik va davlat tartibotlari - litsenziyalash, sanitariya talablari, bojxona va immigratsiya tartiblari, turizm faoliyatiga doir qonunlar xizmat darajasiga va turistlar oqimiga ta’sir qiladi.

Xizmat sifatining har bir o‘lchovining turistlar qayta tashrif niyatiga ta’sirini o‘rganish nafaqat turizm biznesi va tashkilotlari boshqaruviga o‘z kuchli va zaif tomonlarini aniqlash imkonini beradi, balki ularni sayyohlarning qayta tashrif niyatlariga eng ko‘p ta’sir qiluvchi xizmat atributlariga e’tibor qaratish uchun cheklangan resurslarini samarali taqsimlashda yordam beradi.

Turistik mahsulotni iste’mol qilish (uning maqsadi, shartlari, mazmuni, narxlari va xizmat ko‘rsatish darajasi) uni sotayotgan turagent uchun ham, sotib oluvchi turist uchun ham aniq bo‘lishi kerak. Bularning barchasini ta’minlash uchun mijozlar va sayohat agentliklari sheriklari uchun kataloglar, vizual marshrut diagrammalari, dam olish joylari xaritalari va boshqalar kabi narsalar bo‘lishi kerak; turli xil turistik xizmatlar narxlarining tarif ma’lumotnomalari; diqqatga sazovor joylar va dam olish maskanlari bilan tanishtiradigan bukletlar; sayyohlar va transport vositalari uchun sug‘urta shartlari va boshqalar. [2]

Xizmat ko‘rsatish strategiyasi – bu xizmatdagi strategik maqsadlarning ustuvor yo‘nalishlarini belgilaydigan, unga erishish sayyohlik kompaniyasining ijobiy obro'sini, doimiy mijozlarini va bozordagi barqaror moliyaviy ahvolini shakllantirishga xizmat qiladigan asosiy harakatlar rejasi. Turistik korxona ishida ustuvorliklarni ta’minlaydigan turistik xizmatlarning asosiy tarkibiy qismlariga e’tibor qaratish lozim.

Turistik agentlikning vazifalariga xizmat ko'rsatuvchi provayderlar bilan doimiy operatsion aloqani ta’minlash zarurati kiradi. Shuning uchun turoperatorlar ofisidagi ma’lumotnomalar har doim manzil, telefon, telefaks ma’lumotnomalari, reklama risolalari, mehmonxonalar ma’lumotnomalari, transport vositalarining parvoz jadvallari va h.k.

Turizm xizmatlari sifatiga ta’sir etuvchi ichki omillar.

Xodimlarning malakasi va xizmat ko‘rsatish madaniyati - xodimlarning bilimdonligi, xushmuomalaligi va tezkor ishlashi mijozning birinchi taassurotini shakllantiradi. Eng kuchli ta’sir qiluvchi omillardan biri.

Boshqaruv tizimi - ichki boshqaruv tizimi qanchalik aniq va tartibli bo‘lsa, xizmatlar shunchalik uzluksiz va samarali ishlaydi. Vazifalar bo‘linishi va nazorat muhim.

Ichki standartlar va me‘yorlar - tozalik, xizmat jarayoni, shikoyatlar bilan ishlash tartibi, ularning hammasi yozma standart sifatida mavjud bo‘lsa, sifat barqaror bo‘ladi.

Xizmat jarayonining qulayligi va tezligi - bron qilish, joylashtirish, ma’lumot berish jarayonlari qanchalik soddalashtirilgan bo‘lsa, mijoz shunchalik qoniqadi.

Texnik jihozlanish - kompyuter tizimlari, onlayn bronlash platformalari, aloqa vositalari xizmat sifatini oshiradi. Texnika qoloq bo‘lsa, xizmat sekinlashadi.

Sanitariya-gigiyena talablari – mehmonxona, restoran va boshqa obyektlarning tozaligi, xavfsizligi va gigiyenasi turistlarning ishonchini belgilaydi.

Mijozlar bilan ishlash tizimi - shikoyatlarni qabul qilish, tahlil qilish va yechim berish tizimi bo‘lsa, xizmat sifatini doimiy yaxshilash mumkin. Fikr-mulohazalar ustida ishlash muhim.

Marketing va reklama faoliyati - to‘g‘ri tashkil etilgan marketing strategiyasi mijozlarni jalb qiladi, xizmatning afzalliklarini to‘g‘ri yetkazadi.

Ichki omillar esa korxonaning o‘z ichki muhitiga taalluqli bo‘lib, ular xodimlarning malakasi, boshqaruv tizimi, xizmat standartlari, innovatsion texnologiyalardan foydalanish darajasi hamda mijozlar bilan aloqa madaniyatini o‘z ichiga oladi. Ichki omillarning muhim jihatlaridan biri bu — inson resurslarini boshqarish sifatidir. Chunki turistik xizmatlarning aksariyati bevosita xodimlarning mijoz bilan muloqoti orqali shakllanadi. Yuqori malakali va motivatsiyalangan xodimlar turistlarning qoniqish darajasini oshirib, kompaniya obro‘cini mustahkamlaydi.[3]

Zamonaviy turizm raqobat kuchayib borayotgani sababli xizmat ko‘rsatish sifatini oshirishda raqamli texnologiyalar va innovatsion yechimlardan foydalanish tobora dolzarb ahamiyat kasb etmoqda. Onlayn bronlash tizimlari, elektron to‘lov vositalari, raqamli marketing va mijozlar fikrini tahlil qiluvchi dasturlar xizmat jarayonini soddalashtiradi va samaradorligini oshiradi.

Bundan tashqari, turistik xizmatlar sifatiga ta’sir etuvchi omillarni kompleks boshqarish uchun sifat menejmenti tizimlari (masalan, ISO 9001:2015)ni joriy etish muhim hisoblanadi. Bunday tizimlar yordamida korxonalar xizmat jarayonini standartlashtiradi, nazoratni kuchaytiradi va xizmat sifatini uzluksiz yaxshilab boradi.[4]

XULOSA. Turizm xizmatlari sifatiga ta’sir etuvchi tashqi va ichki omillar o‘zaro chambarchas bog‘liqdir. Tashqi omillar muhitni belgilasa, ichki omillar bu muhitda korxonaning raqobatbardoshligini ta’minlaydi. Shu bois, turistik kompaniyalar har ikki yo‘nalishda tizimli strategiyalarni ishlab chiqishi, xodimlar malakasini oshirish va mijozlar ehtiyojiga yo‘naltirilgan boshqaruvni yo‘lga qo‘yishi zarur.

Turistik tashkilotlar uchun eng muhim vazifa — tashqi muhitdagi o‘zgarishlarga tez moslasha oladigan, ichki jarayonlarni esa doimiy ravishda takomillashtirib boradigan sifat menejmenti tizimini yo‘lga qo‘yishdir. Bu jarayonda

raqamli texnologiyalar, xalqaro sifat standartlari va xodimlar malakasini oshirishga qaratilgan strategiyalar muhim o‘rin tutadi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. M.Amonboyev, A.N. Samadov, Sh.S. Sayfutdinov, F.N.Xalimova. Turizm marketingi. Darslik. – T.: «Innovatsion rivojlanish nashriyot-matbaa uyi», 2021. 35–37 b.
2. M.Z. Nurfayziyeva. Turizm marketingi. Darslik. – T.: «Innovatsion rivojlanish nashriyot-matbaa uyi», 2019. 196–208 b.
3. “Mamlakatimizda turizm sohasini istiqbolda rivojlantirishga ta’sir etuvchi omillar tahlili.” Yuldasheva, D. (2024). Yashil Iqtisodiyot va Taraqqiyot, 2(8), bet 45–59.
4. “Turizm sohasida xizmatlar sifatiga ta’sir etuvchi omillarning sabab-oqibat bog‘lanishlari tahlili.” Yulchiyev, A. O., & G‘ofurov, J. Q. (2023). Yangi O‘zbekiston Talabalari Axborotnomasi 29.07.2023 1-4b www.in-academy.uz
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.

GLOBAL INNOVATION INDEX (GII) DOIRASIDA O‘ZBEKISTONNING INNOVATSION RIVOJLANISHI: SO‘NGGI YILLAR TAHLILI, MUAMMOLAR VA YECHIMLAR

*Eshonqulov Raxmatillojon Alijon o‘g‘li, Shakarboyev Abduxoliq O‘tkir o‘g‘li
Mirzo Ulug‘bek nomidagi O‘zbekiston milliy universiteti Iqtisodiyot tarmoqlar va
sohalar bo‘yicha III bosqich 133-23 guruh talabalari*

Kirish. Global Innovation Index (GII) — bu dunyoning 130 dan ortiq iqtisodiyotlarini ularning innovatsion salohiyati va natijalari asosida baholovchi xalqaro reyting tizimi bo‘lib, Jahon Intellektual Mulk Tashkiloti (WIPO) tomonidan ishlab chiqiladi. Indeksning maqsadi — har bir davlatning innovatsion infratuzilmasini, tadqiqot va ishlanmalar salohiyatini, kreativ industriyalar