

MARKETING



ILMIY, AMALIY VA OMMABOP JURNAL

MARKETING
INNOVATSIYA
BRENDING
SAVDO
RAQAMLI
TADQIQOT
BIZNES



№5 - SON

2025-YIL, MAY

9710 xalqaro daraja



№240874

ISSN: 3060-4621



OPEN ACCESS





JURNALNING MAQSADI

Tadbirkorlik-biznes faoliyatini tashkil etishning marketing asoslarini, yo'nalishlari, echlamlari, vositalarini yaratish va rivojlantirish

ALOQA UCHUN MA'LUMOTLAR

TEL: (97) 783-84-64

VEB-SAYT

www.marketingjournal.uz

ELEKTRON POCHTA:

info@marketingjournal.uz

TELEGRAM BOT:

[@marketinjournalbot](https://t.me/marketinjournalbot)

TELEGRAM KANAL:

<https://t.me/tdiumarketingjournal>

MUASSIS

“Tadbirkor va ishbilarmon” MCHJ

JURNALNING ILMIYLIGI

Marketing jurnali O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi Oliy attestatsiya komissiyasi rayosatining **2024-yil 04-oktabrdagi 332/5 sonli qarori** bilan milliy ilmiy nashrlar ro'yxatiga kiritilgan

INDEKSATSIYA



BOSH MUHARRIR

Xakimov Ziyodulla Axmadovich, iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent;

BOSH MUHARRIR O'RINBOSARI:

Yusupov Muxamadamin, iqtisodiyot fanlari nomzodi, professor;

TAHRIR HAY'ATI:

Abduraxmanova Gulnora Kalandarovna, i.f.d., prof., TDIU Ilmiy ishlar va innovatsiyalar bo'yicha prorektori;

Ergashxodjayeva Shaxnoza Djasurovna, i.f.d., prof., TDIU Marketing kafedrasini mudiri;

Soliyev Axmadjon Soliyevich, i.f.d., NaMTI Marketing kafedrasini professori;

Ikramov Murad Akramovich, i.f.d., TDIU Marketing kafedrasini professori;

Tursunov Boburjon Ortiqmirzayevich, i.f.d., prof., TDIU Iqtisodiy xavfsizlik kafedrasini mudiri, Xalqaro statistika instituti kengashi doimiy a'zosi;

Zarova Elena Viktorovna, i.f.d., G.V.Plexanov nomidagi Rossiya iqtisodiyot universiteti professori, Xalqaro statistika instituti kengashi doimiy a'zosi

Akramov Tohir Abdirahmonovich, i.f.d., TDIU Marketing kafedrasini professori;

Ostonaqulova Gulsaraxon Muhammadyoqub qizi, i.f.d., TDIU Marketing kafedrasini professori;

Samadov Asqarjon Mishomovich, i.f.n., TDIU Marketing kafedrasini professori;

Shamshiyeva Nargizaxon Nosirxo'ja qizi, i.f.n., dots., TDIU Kengash kotibi;

Sobirov Azizbek Avazbekovich, PhD., TDIU Marketing kafedrasini dotsenti;

Sadikov Shoxrux Shuxratovich, PhD, dots., TIU Departament boshlig'i;

Musyeva Shoirazimovna, i.f.n., SamISI Marketing kafedrasini professori;

Kaxramonov Xurshidjon Shuxrat o'g'li, PhD., TDIU Marketing kafedrasini dotsenti;

Djurabayev Otabel Djurabayevich, i.f.d., TDIU Innovatsion menejment kafedrasini dotsenti;

Karimova Shirin Zoxid qizi, PhD, TDIU Axborot texnologiyalari kafedrasini katta o'qituvchisi;

Mullabayev Baxtiyarjon Bulturbaevich, DSc., Namangan muhandislik-qurilish instituti dotsenti;

Fayzullayev Javlonbek Sultonovich, DSc., TDIU, Yashil iqtisodiyot kafedrasini dotsenti;

Aliyev Yashnarjon Egamberdiyevich, DSc., TDIU, “Iqtisodiy va moliyaviy xavfsizlik” kafedrasini professori

Bobojonov Azizjon Babaxanovich, DSc, TDIU, “Raqamli iqtisodiyot” kafedrasini dotsenti

Allayarov Shamsiddin Amanullayevich, DSc, prof., TDIU, “Savdo ishi” kafedrasini mudiri

Jumaev Olimjon Sadulloevich, DSc, Raqobat siyosati va iste'molchilar huquqlari tadqiqotlari markazi direktori

Maxamadjanov Akbar Maxamadaliyevich, PhD., TDIU Raqamli iqtisodiyot va axborot texnologiyalari fakulteti dekan muovini

Eshov Mansur Po'latovich, i.f.d., prof., Alfraganus universiteti “Menejment va marketing” kafedrasini mudiri

Kucharov Abrorjon Sobirjanovich, TDIU biznes boshqaruvi va logistika kafedrasini professori

Nazarova Ra'no Rustamovna, TDIU “Yashil” iqtisodiyot kafedrasini mudiri, Iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Usmonov Bunyod Aktam o'g'li, PhD, TDIU Moliyaviy tahlil kafedrasini v.b.dotsenti;

Dehqonov Burxon Rustamovich, PhD., TDIU Ilmiy tadqiqot faoliyatini tashkil etish bo'limi bosh mutaxassisi;

Turobova Hulkar Rustamovna, PhD., BuxDU, Yashil iqtisodiyot va agrobiznes kafedrasini dotsenti;

Elektron nashr 582 sahifa. E'lon qilishga 2025-yil 31-mayda ruxsat etildi

MUNDARIJA

ASSESSMENT OF E-COMMERCE’S ROLE IN ECONOMIC DEVELOPMENT	8
Sharipov Kongratbay Avezimbetovich, Karimova Shirin Zoxid qizi, Sodiqova Dilafruz Zoxid qizi	
BIG DATA И АНАЛИТИКА ДЛЯ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО МОНИТОРИНГА	26
Маликов Шохрух Шокирович	
PAHTA-TO‘QIMACHILIK KLASTERLARIDA ISHLAB CHIQRISH ZAHIRALARINI BOSHQARISHDA USTUVOR ILMIY YONDASHUVLAR VA INNOVATSIYALAR	36
Nurimbetov Ravshan Ibragimovich	
IQTISODIY XAVFSIZLIK VA “YASHIL” IQTISODIYOT UYG‘UNLIGIDA “YASHIL” EKSPORT MODELINI JORIY ETISHNING ISTIQBOLLARI	46
Muratova Shohista Nimatullayevna	
QISHLOQ VA SHAHARLARDA ZAMONAVIY SAVDO SHAHOBCHALARINI RIVOJLANISHI VA ULARDA XIZMAT KO‘RSATISH MADANIYATINI OSHIRISHDA MARKETING TEXNOLOGIYALARDAN FOYDALANISH	55
Soliyeva Gulbahor Axmadjanovna	
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ТУРИСТИЧЕСКОГО ОБМЕНА МЕЖДУ УЗБЕКИСТАНОМ И КИТАЕМ	62
Мухитдинов Алим Изатуллаевич, Халилова Нодира Абдухамид кизи	
RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA STRATEGIK MENEJMENT YONDASHUVLARIDAN FOYDALANISHNING IJTIMOY-IQTISODIY MEKANIZMLARI	77
Saidqulova Firuza Farmonovna	
TO‘QIMACHILIK SANOATIDA EKSPORT MARKETINGI SAMARADORLIGINI OSHIRISH USULLARI	84
Bazarova Fayyoza Tuxtamurodovna	
IQTISODIY BARQARORLIKNI TA‘MINLASHDA INNOVATSION MENEJMENTNI O‘RNI	91
Ismailov Dilshod Anvarjonovich, Akramova Aziza Abduvohidovna	
MARKETINGDA SUN‘IY INTELLEKTDAN FOYDALANISH IMKONIYATLARI VA TAHDIDLARI	102
Jo‘rabayev Ibragim	
O‘ZBEKISTONDA ELEKTRON TIJORATNING RIVOJLANISHI VA UNING AHAMIYATI	109
Jo‘rayeva Gulzira Ilhomjon qizi	
NAMANGAN VILOYATIDA XIZMATLAR BOZORINI RIVOJLANTIRISHDA INNOVATSION MARKETING STRATEGIYASINI ISHLAB CHIQISH	116
Karimjanova Ra’noxon Maxmudovna	

SANOAT KORXONALARIDA ISHLAB CHIQARISH SALOXITIDAN FOYDALANISH TAHLILI	124
Musayeva Shoirazimovna, Usmonova Dilfuza Ixomovna, Usmanov Shaxzod Shoxruxovich	
SANOAT KORXONALARIDA KAPITAL MABLAG‘LARDAN FOYDALANISH SAMARADORLIGINI OSHIRISH YO‘LLARI	135
Muxtarov Maxmudjon Marifovich	
РОЛЬ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ТРАНСФОРМАЦИИ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ	142
Солиева Гулбахор Ахмаджановна	
LOYIHA BOSHQARUVIDA QO‘LLANILADIGAN USULLARNING TURLARI VA TAVSIFI.....	150
Po‘latov Shahron Axmedovich	
O‘ZBEKISTON HUDUDLARIDA BIOMAHSULOTLAR YETISHTIRISHNING HOLATI VA IQTISODIY SALOHİYATI.....	162
Soliyev Damirjon Nurmatovich	
INNOVATSION IQTISODIYOT SHAROITIDA AHOLI DAROMADLARINI DIVERSIFIKATSIYALASH OMILLARI.....	168
Qurbanov Ulug‘bek Erkinovich, Baxtiyorov Barhayotjon Azizjon o‘g‘li	
ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФИНАНСОВОГО ПОВЕДЕНИЯ НАСЕЛЕНИЯ УЗБЕКИСТАНА: ЭМПИРИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ И МЕЖДУНАРОДНЫЙ КОНТЕКСТ	174
Захарова Ирина Борисовна, Непейвода Андрей Николаевич	
“AN IN-DEPTH ANALYSIS OF CRITERIA FOR EVALUATING THE BUSINESS STABILITY OF INDUSTRIAL AND ENERGY ENTERPRISES: A COMPREHENSIVE CASE STUDY OF JV UZCHASYS’ LLC”	182
Mahsudov Muzaffar Ikromjon ugli	
QORAQALPOG‘ISTONDA MEHMONXONA XO‘JALIGINING HOZIRGI HOLATI TAHLILI.....	188
Uralova Matlyuba	
O‘ZBEKISTON QURILISH SANOATIDAGI IQTISODIY ISLOHOTLAR: HOLAT VA RIVOJLANISH STRATEGIYALARI.....	194
Saidov Mash‘al Samadovich, Karimov Inomjon Ortikbaevich	
DIGITAL MARKETING FOR THE GREEN ECONOMY: TRENDS AND INNOVATIONS	206
Salayeva Quvonchoy Rustam qizi	
BLOKCHAYN TEXNOLOGIYASI ASOSIDA QIYMAT YARATISH RAQAMLI ZANJIRLARINI SHAKLLANTIRISH	214
Samadov Sevinchbek Dusbobo o‘g‘li	
MOSLASHUVCHAN (AGILE) VA YASHIL MENEJMENTNI RIVOJLANTIRISHNI ILMIY-NAZARIY JIHATLARI.....	224
Umarov Bezxod Batirovich	

MINTAQA XIZMAT KO'RSATISH TARMOQLARIDA KICHIK BIZNESNI RIVOJLANTIRISHNING ZAMONAVIY MEXANIZMLARI.....	232
Masharipova Manzura Alimbayevna	
TELEVIZYON REKLAMALARIDA RATSIONAL JOZIBADORLIK ELEMENTLARIDAN FOYDALANISH.....	239
Safarov Alisher Yunusaliyevich	
RAQAMLI MARKETING VOSITALARIDAN B2B BOZORIDA FOYDALANISH SAMARADORLIGI.....	250
Samadov Askarjon Nishonovich, Shovdirov Toxirmalik Nafasovich	
MENEJMENT FANIDA BOSHQARUV MODELLARI VA ULARNING XUSUSIYATLARI.....	262
Toshimov Azizbek Hakimovich	
OZIQ-OVQAT MAHSULOTLARI BREND QIYMATINI YARATISHNING KONSEPTUAL JIHLATLARI	270
Xodjiyev Ibroxim Ikramovich	
XORIJIY INVESTITSIYALAR OQIMLARINI BOSHQARISHNING ZAMONAVIY MEXANIZMLARI VA YONDASHUVLARI	278
Nasritdinova Gulchexra Abdurashitovna	
TIJORAT BANKLARI AKTIVLARINI HIMOYALASHDA RISKLARNI BOSHQARISH YO'LLARI	288
Absamatov Anvar Ergashevich	
TIJORAT BANKLARIDA DIVIDENT SIYOSATINING NAZARIY ASOSLARI.....	296
Aliyev G'ulomnozir Maxamatjonovich	
O'ZBEKISTON METEOROLOGIYA XIZMATIDA RAQAMLI TRANSFORMATSIYA VA BIG DATA TEXNOLOGIYALARINI JORIY ETISH ISTIQBOLLARI	304
Anvarova Muqaddas Mahammadjanovna, Abduganiyeva Mavjuda Asattulayevna	
O'ZBEKISTONDA ISLOM MOLIVAVIY XIZMATLARIDAN FOYDALANISHNI SHAKLLANTIRISH YO'LLARI	311
Babamatov Tolib Hakimovich	
FERMER XO'JALIKLARIDA MARKETING STRATEGIYASINI SHAKLLANTIRISH VA RAQOBATDOSHLIKNI OSHIRISH OMILLARI	318
Baxtiyor Negmatovich Navruz-zoda, Nazarova Gulruh Umarjonovna	
FARMASEVTIKA MAHSULOTLARI BOZORIDA KOMPANIYANING MIJOZLAR BILAN MUNOSABATLARINI O'ZIGA XOS XUSUSIYATLARI	326
Bobojonov Baxrombek Ruzimovich	
MAHALLIY VA XORIJIY TURISTLAR UCHUN O'ZBEKISTONDA ALTERNATIV TURIZM TURLARINI RIVOJLANTIRISHNING NAZARIY VA AMALIY ASOSLARI.....	334
Egamnazarov Khusniddin	
IMPROVING THE EFFICIENCY OF IMPLEMENTING ARTIFICIAL INTELLIGENCE TECHNOLOGIES IN THE EDUCATIONAL PROCESS.....	347
Shoakhmedova Nozima Khairullaevna, Yusupova Dilbar Mirabidovna	

QISHLOQ XO‘JALIGI BUXGALTERIYASIDA BIOLOGIK AKTIVLARLARNI TAN OLISH MEZONLARI VA UNING KLASSIFIKATSIYASI.....	353
Tursunkulova Gulchiroy Burxonovna	
TIJORAT BANKLARI VALYUTA OPERATSIYALARI VA ULARNING TASNIFLANISHI	362
Yusupov Aziz Shuhratovich	
АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ УПРАВЛЕНИЯ ФАРМАЦЕВТИЧЕСКИМИ ОТХОДАМИ В СИСТЕМЕ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ И САНИТАРНОЙ БЕЗОПАСНОСТИ.....	369
Мажидова Фарангиз Фуркатзода	
RAQAMLI CRM TEXNOLOGIYALARINING XORIJIY AMALIYOTI VA O‘ZBEKISTON BIZNES MUHITIDA QO‘LLASH ISTIQBOLLARI	380
Mirziyodova Gulnozaxon Ayubxon qizi	
COST OF CAPITAL. AS A CASE OF UZBEKISTAN COMPANY	391
Khurshid Khudoykulov	
QURILISH MATERIALLARI SANOATIDA STRATEGIK BOSHQARUVNING NAZARIY ASOSLARI.....	399
Musaxonov Rustam Musaxon o‘g‘li	
KORXONA MAHSULOTLARI ELEKTRON SAVDOSINI BOSHQARISH STRUKTURASI	406
Tuychiyev Shavkatjon Shokirali o‘g‘li, O‘ktamov Xamidillo Xabibillo o‘g‘li	
O‘ZBEKISTONDA DAVLAT BOSHQARUVLARINI RAQAMLIGA O‘TKAZISH: TAJRIBASI VA ISTIQLABLARI.	414
Yusupova Dilbar Mirabidovna	
ELEKTRON TIJORATDA MIJOZGA YO‘NALTIRILGAN MARKETING STRATEGIYALARI	419
Maxmudov Tohirjon Olimjonovich	
INSON KAPITALINI RIVOJLANTIRISH VA KREATIVLIK QOBILIYATLARINI RAG‘BATLANTIRISH: JAHON TAJRIBASI TAHLILI	429
Hulkar Turobova, Shahlo Musulmonova	
TAX DISCIPLINE AND ITS INFLUENCE ON FINANCIAL SECURITY	441
Shamsiddin Allayarov Amanullaevich	
TIKUV-TRIKOTAJ KORXONALARDA STRATEGIK MENEJMENTNING SAMARADORLIGINI VAHOLASHNING SKORING TIZIMI	450
Mamatraimov Islom Mamanazarovich	
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ВЫСШИМИ УЧЕБНЫМИ ЗАВЕДЕНИЯМИ	460
Бадалова Лола Борисовна	
ЭФФЕКТИВНОСТЬ МАРКЕТИНГА В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ СТОИМОСТЬЮ КОМПАНИИ	468
Уралов Акбарали Бабаназарович	
STAGES OF FOOD BRAND FORMATION IN THE FOOD MARKET	478
Eshmatov Sanjar Azimkulovich	

ONLAYN SAVDO MAYDONCHALARIDA TOVARLAR SAVDOSINI OSHIRISHDA MARKETING STRATEGIYALARINI SAMARALI QO‘LLASH USULLARI	489
Baxromov Xudoyor Xabibullo o‘g‘li	
ULGURJI SAVDODA MARKETING LOGISTIKASINI RIVOJLANTIRISHNING METODOLOGIK ASOSLARI.....	497
Xolmamatov Diyor Haqberdiyevich	
MOLIYAVIY XAVFSIZLIK SOHASIDA XALQARO HAMKORLIK VA UNING SAMARADORLIGI.....	511
Axmedov Bexzod Shuxratovich	
MAMLAKATDA RAQAMLI XIZMATLARNI RIVOJLANISHI VA UNING HUQUQIY VA IJTIMOY-IQTISODIY ASOSLARI	518
Xakimdjanova Dildora Kamilevna	
XIZMAT KO‘RSATISH KORXONALARIDA YASHIL IQTISODIYOTGA O‘TISH JARAYONIDA MOLIYAVIY HISOBOTNING XALQARO STANDARTLARIDAN FOYDALANISH IMKONIYATLARI.....	529
Narzullayeva Ozoda Qahramon qizi	
MADANIYAT SOHASI MUASSASALARINI AUDITDAN O‘TKAZISHNING O‘ZIGA XOS XUSUSIYATLARI.....	535
Annayev Abdurasul Abdurashidovich	
INNOVATSION RIVOJLANISH VA RAQAMLI IQTISODIYOT: ZAMONAVIY TENDENSIYALAR VA ISTIQBOLLAR	541
Fayzullayev Jonibek Mambetsaliy o‘g‘li, Ollayorov Behruzbek Sardor o‘g‘li	
MAMLAKATIMIZDA INVESTITSION JOZIBADORLIGI YUQORI BO‘LGAN HUDUDLARDA TURIZMNI RIVOJLANTIRISH TENDENSIYALARI.....	547
Astanov Sherzod Rustamovich	
AKSIYADORLIK JAMIYATLARIDA BOSHQARUV QARORLARINI TAKOMILLASHTIRISHDA QIYMATGA ASOSLANGAN BUDJETLASHTIRISH TIZIMINI TASHKIL ETISH	556
Sobirov Shoyadbek Kurbonaliyevich	
MILLIY TRANSPORT-LOGISTIKA TIZIMINI RAQOBATBARDOSH QILISHDA ZAMONAVIY YONDASHUVLAR VA STRATEGIYALAR	564
Rixsiboyev Nozimbek Abdurasul o‘g‘li	
MINTAQA IQTISODIY TIZIMINI RIVOJLANTIRISHDA EKSPORT SALOHIYATINI OSHIRISH ISTIQBOLLARI	571
Mamadjanova Tuyg‘unoy Axmadjanovna	

РОЛЬ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ТРАНСФОРМАЦИИ ТУРИСТИЧЕСКИХ УСЛУГ

Солиева Гулбахор Ахмаджановна

PhD, доцент, зав. кафедрой «Маркетинг»

Наманганский государственный технический университет

Аннотация

В статье рассматриваются изменения в туристической деятельности под воздействием цифровой трансформации. Освещаются ключевые цифровые технологии (мобильные приложения, big data, искусственный интеллект, блокчейн и др.), формирующие новые форматы обслуживания, маркетинга и коммуникации в туризме. Проанализированы примеры внедрения цифровых решений в международной и национальной туристической практике. Обоснована необходимость адаптации туристических компаний к новым цифровым реалиям.

Ключевые слова: цифровая трансформация, туризм, цифровые технологии, смарт-туризм, инновации

Annotatsiya

Maqolada raqamli transformatsiya ta'sirida turizm faoliyatining o'zgarishlari tahlil qilingan. Mobil ilovalar, sun'iy intellekt, Big Data, blokcheyn kabi raqamli texnologiyalar turizmدا xizmat ko'rsatish, marketing va kommunikatsiya jarayonlariga qanday ta'sir qilayotgani ochib berilgan. Xalqaro va milliy misollar asosida tahlil o'tkazilgan. Turizm kompaniyalarining raqamli muhitga moslashuvi zarurligi asoslab berilgan.

Kalit so'zlar: raqamli transformatsiya, turizm, raqamli texnologiyalar, aqlli turizm, innovatsiyalar

Abstract

The article examines the transformation of tourism activities under the influence of digital technologies. It highlights key digital tools such as mobile applications, big data, artificial intelligence, and blockchain, which shape new formats of service, marketing, and communication. The study analyzes international and national case studies of digital innovation in tourism. It emphasizes the need for adaptation of tourism businesses to the digital environment.

Keywords: digital transformation, tourism, digital technologies, smart tourism, innovation

ВВЕДЕНИЕ

В XXI веке туристическая отрасль переживает кардинальные изменения под влиянием цифровых технологий, которые трансформируют как внутренние бизнес-процессы компаний, так и опыт потребления туристических услуг. Переход от традиционных моделей обслуживания к цифровым платформам, автоматизация операций, использование больших данных и алгоритмов искусственного интеллекта свидетельствуют о наступлении новой эпохи в развитии туризма — эпохи цифровой трансформации.

Туризм сегодня — это не только один из важнейших секторов коммерческих услуг, но и мощный фактор устойчивого социально-экономического развития. Устойчивое развитие туристических рынков способствует созданию новых рабочих мест, активизации малого и среднего бизнеса, а также стимулирует развитие смежных отраслей: транспорта, гостиничного хозяйства, общественного питания, культуры и сферы развлечений.

Современный туризм — это система, эффективность функционирования которой во многом зависит от формы и качества коммуникационного взаимодействия между участниками туристического рынка: туроператорами, поставщиками услуг и потребителями турпродукта. Появление новых технологий и рост потребности во взаимодействии в режиме реального времени способствовали переходу к принципиально новым подходам в управлении туристической деятельностью. Инновационные цифровые технологии начали играть ключевую роль в разработке стратегий развития туристических организаций, обеспечивая гибкость, персонализацию и масштабируемость бизнес-процессов.

Стремительное развитие цифровых решений значительно изменило формы и методы ведения бизнеса в туристической отрасли. Необходимость эффективной координации между различными субъектами рынка способствовала активному внедрению ИТ-технологий, в том числе разработке электронных платформ коммуникационного взаимодействия, систем онлайн-бронирования, цифровых карт, виртуальных помощников и мобильных приложений.

В условиях растущей глобализации, высокой динамики потребительских предпочтений и постпандемических вызовов цифровая трансформация туризма рассматривается как ключевой фактор адаптации, устойчивости и роста. Цифровые платформы позволяют быстро реагировать на изменения рынка, внедрять инновационные продукты, а также выходить на новые сегменты международного туристического потока.

ЛИТЕРАТУРНЫЙ ОБЗОР

Цифровая трансформация туристической деятельности находит отражение в научных трудах как зарубежных, так и отечественных авторов. Исследования демонстрируют широкий спектр теоретических и прикладных подходов к изучению туризма как сложной социо-экономической системы, чувствительной к технологическим изменениям и глобализационным процессам.

Классические труды И. Енджейчика, Ф. Шерера, Д. Росси, Ф. Котлера, Дж. Боуэна, Дж. Мейкенца и М. Энрайта сформировали методологическую базу для изучения экономики и маркетинга туристических услуг. Особое внимание в их работах уделяется взаимодействию туриста с туристическим продуктом, построению цепочки создания ценности в туристическом секторе, а также роли коммуникаций и брендинга в формировании спроса на туристические направления [1].

В американских учебниках по туризму подчеркивается его многогранность: «Туризм — деятельность, имеющая в жизни народов большое значение; источник валютных поступлений в страну, третья по счёту индустрия в сфере обслуживания, в которой занят каждый пятнадцатый из работающих людей». Такое определение акцентирует внимание на экономической значимости туризма как одного из крупнейших мировых секторов услуг [2].

Профессор Каролин Купер рассматривает туризм как мощный инструмент макроэкономического развития, особенно актуальный для стран с развивающейся экономикой, способный обеспечивать валютные поступления и участие в международной конкурентной борьбе. Джон Уокер, в свою очередь, определяет туризм как «науку, искусство и бизнес привлечения, обустройства и развлечения людей», подчеркивая его междисциплинарный характер и влияние как на культуру, так и на экономику.

В Узбекистане формируется целая школа исследований, посвящённая различным аспектам туризма. В частности, труды К.Х. Абдурахманова, Н.Т. Тухлиева, М.Г. Пардаева, И.С. Тухлиева, А.А. Эштаева, Б.Ш. Сафарова, О.М. Пардаева, М.Т. Алиевой, О.Х. Хамидова, А.Н. Норчаева, А.Т. Мирзаева, Н.С. Ибрагимова, У.Р. Матякубова, Н.У. Арабова охватывают вопросы формирования туристической политики, развития внутреннего и въездного туризма, совершенствования туристической инфраструктуры, а также вопросы кадрового и образовательного обеспечения отрасли [3].

В учебнике И.С. Тухлиева «Туризм: теория и практика» даётся развернутое определение туризма как инструмента межкультурной коммуникации, бизнеса и самореализации. Он подчёркивает, что «туризм — это не только способ узнать прошлое, познакомиться с другими народами, но и источник бизнеса». Автор рассматривает туризм как совокупность перемещений, не связанных с получением дохода в месте пребывания, что соответствует международной трактовке туристической деятельности.

Современные зарубежные и отечественные исследователи также акцентируют внимание на изменениях в туристической деятельности, вызванных внедрением цифровых технологий. Исследования последних лет фокусируются на применении таких инструментов, как искусственный интеллект, интернет вещей (IoT), большие данные (Big Data), дополненная и виртуальная реальность (AR/VR), а также цифровые платформы, обеспечивающие персонализацию туристических услуг и повышение качества клиентского опыта.

Среди отечественных ученых, активно изучающих цифровизацию туризма, можно отметить Н.У. Арабова, который анализирует цифровые инновации в рамках стратегического планирования туризма в Узбекистане. Современные работы узбекских исследователей посвящены формированию электронных платформ взаимодействия субъектов туристического рынка, онлайн-маркетингу и цифровому брендингу туристических направлений.

Анализ литературы свидетельствует о высоком интересе научного сообщества к вопросам эволюции туризма в условиях цифровой экономики.

Имеется богатая методологическая база, заложенная классиками туристической науки, которая сегодня дополняется новыми исследованиями, фокусирующимися на цифровых инструментах и технологической трансформации отрасли. Национальные разработки, в том числе в Узбекистане, также демонстрируют рост внимания к вопросам цифровизации туристического сектора, что формирует благоприятные предпосылки для дальнейшего научного и прикладного осмысления данного направления.

МЕТОДОЛОГИЯ

Методологическая основа исследования базируется на комплексном и системном подходе к анализу трансформации туристической деятельности под влиянием цифровых технологий. В качестве исходной базы использованы как теоретические положения современной туристической науки, так и нормативно-правовые документы, регламентирующие стратегическое развитие туристической отрасли в Республике Узбекистан.

Особое значение в рамках данного исследования имеют официальные документы, определяющие государственную политику в сфере туризма. В частности:

– Указ Президента Республики Узбекистан № УП-5611 от 5 января 2019 года «О дополнительных мерах по опережающему развитию туризма в Республике Узбекистан», в котором поставлена задача формирования современной туристической инфраструктуры с опорой на инновационные и цифровые решения [4];

– Указ Президента № УП-5781 от 13 августа 2019 года «О мерах по дальнейшему развитию туристической сферы в Республике Узбекистан», где акцент сделан на необходимости внедрения новых форм управления и цифровых коммуникаций в сфере туризма [5];

– Указ № УП-6165 от 9 февраля 2021 года «О мерах по дальнейшему развитию внутреннего и паломнического туризма в Республике Узбекистан», направленный на стимулирование внутренних туристических потоков и развитие онлайн-сервисов [6];

– Указ № УП-60 от 28 января 2022 года «О Стратегии развития нового Узбекистана на 2022–2026 годы», в котором цифровизация туризма обозначена как приоритетное направление государственной политики в рамках задач устойчивого экономического роста и расширения экспортного потенциала сферы услуг [7].

Для достижения целей исследования применялись следующие научные методы: системный анализ, сравнительно-аналитический метод, метод контент-анализа, интерпретационный подход.

Таким образом, данная методология позволила обеспечить всестороннее рассмотрение эволюции туристической деятельности в условиях цифровой трансформации на основе анализа как теоретических концепций, так и практической государственной политики в этой области.

АНАЛИЗ И РЕЗУЛЬТАТЫ

Современный туризм представляет собой не только динамично развивающуюся отрасль, но и один из важнейших секторов экономики, способствующий решению широкого круга социально-экономических задач. Его значимость обусловлена следующими факторами:

- Создание новых рабочих мест.
- Развитие смежных отраслей экономики, вовлечённых в производство туристических услуг.
- Стимулирование развития социальной и производственной инфраструктуры в туристических центрах.
- Поддержка народных промыслов и формирование новых туристических направлений.
- Повышение уровня и качества жизни местного населения.
- Рост валютных поступлений в страну.
- Снижение уровня безработицы.

В рамках современного понимания туристский продукт представляет собой комплекс основных и дополнительных туристических услуг и товаров, направленных на удовлетворение потребностей путешествующих лиц. Туроператоры, исходя из рыночной конъюнктуры или индивидуальных запросов клиентов, формируют турпакеты, включающие бронирование, трансфер, проживание, питание, экскурсионное обслуживание и сопутствующие услуги (страхование, информационное сопровождение, банковское обслуживание и др.) [8]. Всё это создаёт интегрированную систему обслуживания, где турист выступает конечным потребителем сложного, многоэлементного продукта.

Важным направлением в развитии отрасли является инновационная деятельность, ориентированная на модернизацию инфраструктуры, совершенствование качества услуг, освоение новых рынков и внедрение современных организационно-управленческих моделей [9]. Внедрение цифровых и информационно-коммуникационных технологий (ИКТ) в сферу туризма стало катализатором глубокой трансформации туристического продукта — от планирования маршрута и бронирования до цифровой поддержки в пути и обратной связи после поездки [10].

По данным Национального комитета по статистике Республики Узбекистан, в январе-декабре 2024 года число иностранных граждан, посетивших страну, составило 7 957,2 тыс. человек, что на 20,1 % больше по сравнению с аналогичным периодом 2023 года. Наибольшая доля туристов прибыла пешком (79,4 %), что объясняется близостью границ с соседними странами, такими как Кыргызстан (2 331,3 тыс.), Таджикистан (2 325,4 тыс.) и Казахстан (1 483,6 тыс.). Из стран дальнего зарубежья наибольший поток был зафиксирован из России (788,6 тыс.), Турции (118,8 тыс.), Китая (74,3 тыс.), США (30,3 тыс.), Германии (37,5 тыс.), Франции (23,4 тыс.) и других [11].

Цифровая трансформация в туризме сегодня охватывает все этапы туристического цикла — от выбора направления до получения послепродажного

сервиса [12]. Использование искусственного интеллекта (AI) позволяет делать более осознанные выборы: AI-платформы формируют персонализированные рекомендации по экологически чистому размещению, транспорту и досугу. Сервисы на основе Big Data позволяют анализировать поведение потребителей и предсказывать туристические тренды.

Современные мобильные приложения способствуют популяризации устойчивого туризма, позволяя путешественникам планировать поездки с минимальным воздействием на окружающую среду. В то же время технология блокчейн становится важным инструментом повышения прозрачности в цепочке поставок туристических услуг. С её помощью можно отслеживать происхождение продуктов и услуг, используемых туроператорами и гостиничными комплексами, тем самым усиливая доверие потребителей к принципам экологичности и социальной ответственности компаний.

Таким образом, цифровизация туризма в Узбекистане не только отражает глобальные тренды, но и становится фактором повышения эффективности, конкурентоспособности и устойчивости всей отрасли, способствуя её интеграции в международное цифровое туристическое пространство.

ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

Цифровая трансформация коренным образом изменила ландшафт мировой туристической индустрии. В новых условиях конкурентоспособность стран и регионов определяется не только природными и культурными ресурсами, но и уровнем технологической зрелости, способностью интегрировать цифровые инструменты в стратегию и практику туристического обслуживания.

Цифровая трансформация стала ключевым фактором эволюции туристической деятельности, затрагивая как структуру туристического продукта, так и формы взаимодействия между туристами и поставщиками услуг. Использование современных ИКТ, включая искусственный интеллект, Big Data, блокчейн и мобильные платформы, обеспечивает более гибкое, персонализированное и устойчивое развитие туристических услуг.

Развитие цифровой инфраструктуры в туризме способствует ускорению процессов бронирования, планирования маршрутов, коммуникации с клиентами и управления качеством обслуживания. Государственная поддержка цифровизации туризма в Узбекистане, зафиксированная в стратегических указах Президента, создает прочную нормативно-институциональную базу для развития инновационного туризма. Анализ статистических данных подтверждает рост международного туристического потока в Узбекистан, в том числе благодаря внедрению цифровых решений в сфере продвижения, логистики и сервиса.

В Узбекистане цифровизация туризма активно поддерживается на государственном уровне, отражаясь в нормативных актах и стратегических документах. Внедрение современных цифровых технологий способствует росту международного туристического потока, улучшению качества обслуживания, повышению прозрачности бизнеса и продвижению устойчивых форм туризма.

Необходимо усилить цифровую грамотность субъектов туристической отрасли, особенно малого и среднего бизнеса, через образовательные программы и курсы повышения квалификации. Развивать национальные цифровые платформы бронирования, продвижения и аналитики туризма, включая интеграцию с международными системами.

Стимулировать использование технологий устойчивого туризма, таких как AI для экологических маршрутов, приложения с рекомендациями по ответственному отдыху и блокчейн-прозрачность в цепочках поставок. Обеспечить гибкую государственную политику, поддерживающую цифровые стартапы в туристической сфере, включая налоговые и инвестиционные преференции. Продолжать мониторинг цифровых трендов и трансляцию лучших международных практик в национальную стратегию развития туризма.

Эволюция туристической деятельности в условиях цифровой трансформации требует не только технологических решений, но и новой философии управления, ориентированной на клиента, экологичность, инновации и гибкость. В этих условиях ключевой задачей становится формирование экосистемы, где технологии и человек дополняют друг друга, обеспечивая устойчивое развитие всей отрасли.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Абдурахманов К.Х., Сафаров Б.Ш. Туризм: экономика, организация и управление. – Ташкент: “IQTISODIYOT”, 2020. – 312 с.
2. Тухлиев И.С. Туризм: теория и практика. – Ташкент: “Fan va texnologiya”, 2019. – 360 с.
3. Алиева М.Т., Норчаев А.Н. Современные тенденции развития туристической индустрии Узбекистана. // Журнал “Экономика и инновационные технологии”. – 2022. – №2. – С. 45–52.
4. Указ Президента Республики Узбекистан от 5 января 2019 г. № УП-5611 “О дополнительных мерах по опережающему развитию туризма в Республике Узбекистан” // Сборник законодательства Республики Узбекистан. – 2019. – №1.
5. Указ Президента Республики Узбекистан от 13 августа 2019 г. № УП-5781 “О мерах по дальнейшему развитию туристической сферы в Республике Узбекистан” // Сборник законодательства Республики Узбекистан. – 2019. – №8.
6. Указ Президента Республики Узбекистан от 9 февраля 2021 г. № УП-6165 “О мерах по дальнейшему развитию внутреннего и паломнического туризма в Республике Узбекистан” // Сборник законодательства Республики Узбекистан. – 2021. – №6.
7. Указ Президента Республики Узбекистан от 28 января 2022 г. № УП-60 “О Стратегии развития нового Узбекистана на 2022–2026 годы” // Народное слово. – 2022. – 29 января.
8. Walker, J.R. Introduction to Hospitality. – 7th ed. – Pearson Education, 2017. – 480 p.
1. 9. Kotler, P., Bowen, J., Makens, J. Marketing for Hospitality and Tourism. – 6th ed. – Pearson, 2016. – 704 p.

9. Enright, M. J., Newton, J. Developing a Regional Tourism Strategy: The Case of Hong Kong. // Long Range Planning. – 2005. – Vol. 38, No. 2. – P. 79–102.

10. Arabov N.U., Ismailov B.M. Digital technologies and infrastructure in tourism of Uzbekistan. // Journal of Eastern European and Central Asian Research. – 2023. – Vol. 10, No. 4. – P. 150–161.

11. Carolyn Cooper. Tourism as a strategic economic tool for emerging economies. // Journal of Tourism and Development Studies. – 2019. – No. 11(3). – P. 24–33.



Marketing

ilmiy, amaliy va ommabop jurnali

Muharrir: Xakimov Ziyodulla Axmadovich
Ingliz tili muharriri: Tursunov Boburjon Ortiqmirzayevich
Rus tili muharriri: Kaxramonov Xurshidjon Shuxrat o'g'li
Musahhah: Karimova Shirin Zoxid qizi
Sahifalovchi va dizaynerlar: Sadikov Shoxrux Shuxratovich
Abidjonov Nodirbek Odijon o'g'li

2025-yil, may, 5-son

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar mas'ul. Tahririyat fikri har vaqt ham mualliflar fikriga mos kelavermasligi mumkin. Tahririyatga yuborilgan materiallar qaytarilmaydi.

Mazkur jurnalda maqolalar chop etish uchun quyidagi havolalarga murojaat qilish mumkin. Ilmiy maqola, ommabop maqola, reklama, hikoya va boshqa ilmiy-ijodiy materiallar yuborishingiz mumkin.

Materiallar va reklamalar pullik asosda chop etiladi.

Elektron pochta: info@marketingjournal.uz
Bot: [@marketinjournalbot](https://t.me/@marketinjournalbot)
Tel.: +998977838464, +998939266610

Jurnalning rasmiy sayti: <https://marketingjournal.uz>

Marketing jurnali O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi **Oliy attestatsiya komissiyasi rayosatining 2024-yil 04-oktabrdagi 332/5 sonli qarori** bilan milliy ilmiy nashrlar ro'yxatiga kiritilgan



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali 2024-yil 15-martdan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Administratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan **C-5669517** reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan. **Litsenziya raqami: №240874**



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnalining xalqaro darajasi: **9710. ГОСТ 7.56-2002** " Seriyali nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlataro standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**