

MUHANDISLIK

& IQTISODIYOT

№10

ijtimoiy-iqtisodiy, innovatsion texnik,
fan va ta'limga oid ilmiy-amaliy jurnal

2025 oktyabr



Milliy nashrlar

OAK: <https://oak.uz/pages/4802>

05.00.00 – Texnika fanlari
08.00.00 – Iqtisodiyot fanlar



Google Scholar

OPEN ACCESS

ULRICHSWEB™
GLOBAL SERIALS DIRECTORY

Academic
Resource
Index
ResearchBib

ISSN INTERNATIONAL
STANDARD
SERIAL
NUMBER
INTERNATIONAL CENTRE

CYBERLENINKA

OpenAIRE

ROAD

INDEX COPERNICUS
INTERNATIONAL

BASE

Crossref

НАУЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ
БИБЛИОТЕКА
LIBRARY.RU



РЭУ.РФ
РОССИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Г.В. ПЛЕХАНОВА
ТАШКЕНТСКИЙ ФИЛИАЛ



muhandislik **& iqtisodiyot**

ijtimoiy-iqtisodiy, innovatsion texnik,
fan va ta'limga oid ilmiy-amaliy jurnal

Elektron nashr, 307 sahifa.
2025-yil, 16-oktyabr,

Bosh muharrir:

Zokirova Nodira Kalandarovna, iqtisodiyot fanlari doktori, DSc, professor

Bosh muharrir o'rinbosari:

Shakarov Zafar G'afarovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori, PhD, dotsent

Tahrir hay'ati:

Abduraxmanov Kalendar Xodjayevich, O'z FA akademigi, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Sharipov Kongratbay Avezimbetovich, texnika fanlari doktori, professor

Maxkamov Baxtiyor Shuxratovich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Abduraxmanova Gulnora Kalandarovna, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Shaumarov Said Sanatovich, texnika fanlari doktori, professor

Turayev Bahodir Xatamovich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Nasimov Dilmurod Abdulloyevich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Allayeva Gulchexra Jalgasovna, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Arabov Nurali Uralovich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Maxmudov Odiljon Xolmirzayevich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Xamrayeva Sayyora Nasimovna, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Bobonazarova Jamila Xolmurodovna, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Irmatova Aziza Baxromovna, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Bo'taboyev Muhammadjon To'ychiyevich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Shamshiyeva Nargizaxon Nosirxuja kizi, iqtisodiyot fanlari doktori, professor,

Xolmuxamedov Muhsinjon Murodullayevich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent

Xodjayeva Nodiraxon Abdurashidovna, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent

Amanov Otabek Amankulovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent

Toxirov Jaloliddin Ochil o'g'li, texnika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Qurbonov Samandar Pulatovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Zikriyoyev Aziz Sadulloyevich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Tabayev Azamat Zaripbayevich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Sxay Lana Aleksandrovna, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent

Ismoilova Gulnora Fayzullayevna, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent

Djumaniyazov Umrbek Ilxamovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent

Kasimova Nargiza Sabitdjanovna, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent

Kalanova Moxigul Baxritdinovna, dotsent

Ashurzoda Luiza Muxtarovna, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Sharipov Sardor Begmaxmat o'g'li, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Sharipov Botirali Roxataliyevich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, professor

Tursunov Ulug'bek Sativoldiyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), dotsent

Bauyetdinov Majit Janizaqovich, Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti dotsenti, PhD

Botirov Bozorbek Musurmon o'g'li, Texnika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Sultonov Shavkatjon Abdullayevich, Kimyo fanlari doktori, (DSc)

Jo'raeva Malohat Muhammadovna, filologiya fanlari doktori (DSc), professor.

muhandislik **& iqtisodiyot**

ijtimoiy-iqtisodiy, innovatsion texnik,
fan va ta'limga oid ilmiy-amaliy jurnal

- 05.01.00 – Axborot texnologiyalari, boshqaruv va kompyuter grafikasi
- 05.01.01 – Muhandislik geometriyasi va kompyuter grafikasi. Audio va video texnologiyalari
- 05.01.02 – Tizimli tahlil, boshqaruv va axborotni qayta ishlash
- 05.01.03 – Informatikaning nazariy asoslari
- 05.01.04 – Hisoblash mashinalari, majmualari va kompyuter tarmoqlarining matematik va dasturiy ta'minoti
- 05.01.05 – Axborotlarni himoyalash usullari va tizimlari. Axborot xavfsizligi
- 05.01.06 – Hisoblash texnikasi va boshqaruv tizimlarining elementlari va qurilmalari
- 05.01.07 – Matematik modellashtirish
- 05.01.11 – Raqamli texnologiyalar va sun'iy intellekt
- 05.02.00 – Mashinasozlik va mashinashunoslik
- 05.02.08 – Yer usti majmualari va uchish apparatlari
- 05.03.02 – Metrologiya va metrologiya ta'minoti
- 05.04.01 – Telekommunikatsiya va kompyuter tizimlari, telekommunikatsiya tarmoqlari va qurilmalari. Axborotlarni taqsimlash
- 05.05.03 – Yorug'lik texnikasi. Maxsus yoritish texnologiyasi
- 05.05.05 – Issiqlik texnikasining nazariy asoslari
- 05.05.06 – Qayta tiklanadigan energiya turlari asosidagi energiya qurilmalari
- 05.06.01 – To'qimachilik va yengil sanoat ishlab chiqarishlari materialshunosligi
- 05.08.03 – Temir yo'l transportini ishlatish
- 05.09.01 – Qurilish konstruksiyalari, bino va inshootlar
- 05.09.04 – Suv ta'minoti. Kanalizatsiya. Suv havzalarini muhofazalovchi qurilish tizimlari
- 10.00.06 – Qiyosiy adabiyotshunoslik, chog'ishtirma tilshunoslik va tarjimashunoslik
- 10.00.04 – Yevropa, Amerika va Avstraliya xalqlari tili va adabiyoti
- 08.00.01 – Iqtisodiyot nazariyasi
- 08.00.02 – Makroiqtisodiyot
- 08.00.03 – Sanoat iqtisodiyoti
- 08.00.04 – Qishloq xo'jaligi iqtisodiyoti
- 08.00.05 – Xizmat ko'rsatish tarmoqlari iqtisodiyoti
- 08.00.06 – Ekonometrika va statistika
- 08.00.07 – Moliya, pul muomalasi va kredit
- 08.00.08 – Buxgalteriya hisobi, iqtisodiy tahlil va audit
- 08.00.09 – Jahon iqtisodiyoti
- 08.00.10 – Demografiya. Mehnat iqtisodiyoti
- 08.00.11 – Marketing
- 08.00.12 – Mintaqaviy iqtisodiyot
- 08.00.13 – Menejment
- 08.00.14 – Iqtisodiyotda axborot tizimlari va texnologiyalari
- 08.00.15 – Tadbirkorlik va kichik biznes iqtisodiyoti
- 08.00.16 – Raqamli iqtisodiyot va xalqaro raqamli integratsiya
- 08.00.17 – Turizm va mehmonxona faoliyati

Ma'lumot uchun, OAK
Rayosatining 2024-yil 28-avgustdagi 360/5-son qarori bilan "Dissertatsiyalar asosiy ilmiy natijalarini chop etishga tavsiya etilgan milliy ilmiy nashrlar ro'yxati"ga texnika va iqtisodiyot fanlari bo'yicha "Muhandislik va iqtisodiyot" jurnali ro'yxatga kiritilgan.

Muassis: "Tadbirkor va ishbilarmon" MChJ

Hamkorlarimiz:

1. Toshkent shahridagi G.V.Plexanov nomidagi Rossiya iqtisodiyot universiteti
2. Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti
3. Toshkent irrigatsiya va qishloq xo'jaligini mexanizatsiyalash muhandislari instituti" milliy tadqiqot universiteti
4. Islom Karimov nomidagi Toshkent davlat texnika universiteti
5. Muhammad al-Xorazmiy nomidagi Toshkent axborot texnologiyalari universiteti
6. Toshkent davlat transport universiteti
7. Toshkent arxitektura-qurilish universiteti
8. Toshkent kimyo-texnologiya universiteti
9. Jizzax politexnika instituti



MUNDARIJA

JAHON MOLIYA TIZIMIDA “YASHIL” MOLIYALASHTIRISHNI RIVOJLANISHINING MUAMMOLARI VA SHARTLARI	12
Quliyev Begimqul Melikovich	
EKOLOGIK MIGRANTSIYANI MINTAQAVIY MIQYOSDA MUVOFIQLASHTIRISHNING ASOSIY YO‘NALISHLARI	18
Bahtiyor Ismoilov Ulug‘bek o‘g‘li, Kadirova Zulayxo Abduxalimovna	
O‘ZBEKISTONDA BANK XIZMATLARINI RAQAMLASHTIRISH HOLATI	25
Davletova Nilufar Tulanovna	
EKONOMETRIK MODELLASHTIRISHDA MINTAQANI IQTISODIY RIVOJLANISHIGA TA‘SIR ETUVCHI OMILLAR TAHLILI	30
Qodirov Farrux Ergash o‘g‘li	
SUV RESURSLARIDAN FOYDALANISH SAMARADORLIGINI OSHIRISHNING XORIY TAJRIBASI	37
Kadirxodjayeva Nilufar Raxmatullayevna	
MAHALLIY XOMASHYO BAZASIDAN FOYDALANISH ORQALI ISHLAB CHIQARISH XARAJATLARINI KAMAYTIRISH YO‘LLARI	46
Sultanov Dilshod Normamatovich	
IQTISODIYOTI RIVOJLANGAN DAVLATLARDA INSON KAPITALIGA INVESTITSİYALARNI JALB QILISHNING O‘ZIGA XOS XUSUSIYATLARI	50
Akhmadaliyeva Nikholakhon	
O‘QITUVCHILAR VA TALABALAR UCHUN INNOVATSION TA‘LIM DASTURLARINI ISHLAB CHIQISHDA XALQARO STANDARTLARGA MOSLASHUV MEXANIZMLARI	62
Yuldashev Iskandar Bahromovich	
YER QA‘RIDAN FOYDALANGANLIK UCHUN SOLIQLARNING ILMIY-TADQIQOTLAR SHARHI	68
Zoxidov Ismatjon Yunusjon o‘g‘li	
RESPUBLIKA IQTISODIY TARAQQIYOTIDA OLIY TA‘LIMNI MODERNIZATSIYA QILISH VA INVESTITSIYA JOZIBADORLIGINING O‘RNI	74
Jonuzokov Mirzabek Kulmamatovich	
DAVLAT IQTISODIY XAVFSIZLIGINI MUSTAHKAMLASHDA SIYOSIY INSTITUTLARNING SAMARADORLIGINI OSHIRISH STRATEGIYALARI	80
O. Nurmuradov	
ICHKI AUDIT SAMARADORLIGINI BAHOLASH MEZONLARI VA BUXGALTERIYA MA‘LUMOTLARINING ICHKI AUDIT JARAYONIDA EKONOMETRIK MODELLASHTIRISHNING AHAMIYATI	85
Xamidov Javoxir Shavkat o‘g‘li, Muxitdinov Shoxijaxon Xudoyor o‘g‘li	
XORIJIY INVESTITSİYALARNI JALB ETISHNING MOLIYAVIY MEXANIZMLARINI SHAKLLANTIRISHNING NAZARIY ASOSLARI	90
Xuramov Zafar Rajabaliyevich	
KORPORATIV TUZILMALARDA INVESTITSION JOZIBADORLIKNI TA‘MINLASHNING AHOLI DAROMADLARINI OSHIRISHDAGI ROLI	95
Qurbonov Javlonbek Jurabekovich, Raxmatov Faxriddin Xasanovich	
GLOBAL RIVOJLANISH JARAYONIDA SUG‘URTA XIZMATLARINI ISLOH QILISH MASALALARI	99
Xushmuradov Oman, Ismoilov Sherzod Ismoil o‘g‘li	



DORIVOR O'SIMLIKLARNI QAYTA ISHLASHNING TASHKILY-IQTISODIY MEXANIZMINI TAKOMILLASHTIRISH YO'NALISHLARI	103
<i>Usmonov Mirg'ulom Xoshim o'g'li</i>	
BARQAROR IQTISODIY O'SISHGA ERISHISHDA SUN'IY INTELLEKT TIZIMLARINI QO'LLASH METODOLOGIYASINING AHAMIYATI	109
<i>Nasrulloev Hayotjon Xabibulloevich</i>	
НЕЙРОИНТУИТИВНЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТНОГО ПРЕИМУЩЕСТВА НА РЫНКЕ ТРУДА.....	115
<i>Ягудин Дмитрий Рустамович</i>	
RESURSLARNI SOLIQQA TORTISHGA OID TADQIQOTLARNING NAZARIY TAHLILI.....	123
<i>NasimdjanoV Yunusjon Zoxidovich</i>	
SOLIQ TO'LOVCHILAR FAOLIYATINI MUVOFIQLASHTIRISH: XULQ-ATVOR IQTISODIYOTI VA PROGRESSIV TARIFLARNI LOYIHALASH	129
<i>Abduraimova Nigora Abdugapparovna</i>	
DAVLAT RAQAMLI LOYIHALARI: UZINFOCOMNING TA'LIM TIZIMI VA IQTISODIY SAMARADORLIKKA QO'SHGAN HISSASI	134
<i>Raxmatxo'jayev Axrorxo'ja Akmal o'g'li</i>	
РОЛЬ ЦИФРОВЫХ ПАСПОРТОВ В ПРОМЫШЛЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ.....	140
<i>Мансурова Сайёра Бахтияровна</i>	
BANK XIZMATLARIDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALARDAN FOYDALANISHNING RIVOJLANISH ISTIQBOLLARI	148
<i>Xolikova Oydin Olimjonovna</i>	
PNEVMOMEXANIK YIGIRISH TEXNOLOGIYASI XUSUSIYATLARI	153
<i>Jumaniyazov Kadam, Salimov Shuhrat Halimovich, Nazarov Ramazon Anvarovich</i>	
GREEN INDUSTRY AND THE ECONOMY OF ENVIRONMENTALLY FRIENDLY CONSTRUCTION: INTERNATIONAL EXPERIENCE AND UZBEKISTAN'S OPPORTUNITIES.....	158
<i>Mansurova Sayyora Bakhtiyor kizi</i>	
TELEKOMMUNIKATSIYA SOHASINI RIVOJLANTIRISH TAHLILI	166
<i>Suyunov Asror Baxtiyorovich</i>	
RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA LOGISTIKA XIZMATLARINING MIKRO VA MAKRO TUZILMALARI, ULARNING FUNKSIONAL METADOLOGIK TAMOYILLARI.....	171
<i>Z.Teshayev</i>	
O'ZBEKISTONDA DAVLAT ULUSHI MAVJUD KORXONALARNI BOSHQARISHDA XORIJIY TAJRIBADAN FOYDALANISH IMKONIYATLARI	176
<i>Ismailov Allayor Rashidovich</i>	
MAHSULOT TANNARXINI ANIQLASHDA ISHLAB CHIQRISH XARJATLARINI OG'ISHISHLARI VA ULARNI TAQSIMLASH	183
<i>Raxmatov Baxriddin Baxtiyor o'g'li</i>	
ПОВЫШЕНИЕ СТОИМОСТИ СПОРТИВНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ И ОБЪЕКТОВ НА ОСНОВЕ АУТСОРСИНГА	186
<i>Исмагулова Гульмира Нуралиевна</i>	
RAQAMLI TEXNOLOGIYALAR ASOSIDA TURIZMNI RIVOJLANTIRISHNING NAZARIY KONSEPSIYASI.....	193
<i>Xaitov Oxunjon Nomoz o'g'li</i>	
O'ZBEKISTON SHAROITIDA XIZMATLAR SIFATINI OSHIRISHDA RAQAMLI TRANSFORMATSIYANING INSTITUTSIONAL VA TASHKILYIY MEXANIZMLARI.....	198
<i>Xudoyorov Lochinbek Bahromovich</i>	
TIJORAT BANKLARIDA UZOQ MUDDATLI RESURSLARNI JALB QILISHDA XALQARO TAJRIBA.....	203
<i>Abduraxmonov Akmal Nurmat o'g'li</i>	



MEHNATGA LAYOQATLI TRANSPORT SOHASIDAGI AHOLINI ISH O'RINLARI BILAN TA'MINLANGANLIK HOLATINI TAHLILI	207
Abdullayeva Nigora Shamsiddinovna	
TO'QIMACHILIK SOHASINI BARQAROR RIVOJLANTIRISH MODELI	212
Madraximova Gulasal Ro'zimboy qizi	
TIJORAT BANKLARIDA KREDIT PORTFELI DIVERSIFIKATSIYASI VA GAROV TA'MINOTI SIFATINING BANK BARQARORLIGIGA TA'SIRI	220
Xolbozorov Husniddin Norbek o'g'li	
O'ZBEKISTON - 2030 STRATEGIYASI DOIRASIDA TIJORAT BANKLARIDA KREDIT RISKLARINI BOSHQARISH: MUAMMOLAR VA TAKOMILLASHTIRISH YO'LLARI	226
Norova Nozima Nabiyevna	
UY-JOY KOMMUNAL XIZMATLARNI INNOVATSION RIVOJLANTIRISHNING KLASTERLI MEXANIZMI TAHLILI	232
Odamboev Oybek Ravshanbek o'g'li	
KORPORATIV BOSHQARUV TUZILMALARIDA MOLIYAVIY MUNOSABATLARNING RIVOJLANISH TENDENSIYALARI	236
Qurbaniyazov Shaxzodbek Karimovich	
XALQARO SAVDONING RIVOJLANISHI VA ZAMONAVIY TENDENSIYALARI	242
Jalolov Bekzod Sherzod o'g'li	
TA'LIM TIZIMINI MOLIYALASHTIRISHNING YANGI TIZIMINI JORIY ETISHGA QARATILGAN NAZARIY JIHATLAR	247
Dusanov Salim Mamarasulovich	
O'ZBEKISTONDA BUDJET TUSHUMLARINI OSHIRISHDA BOJXONA AUDITINI TAKOMILLASHTIRISH MASALALARI	254
Aktamov Akbarjon Aslan o'g'li	
DAVLAT TA'LIM TASHKILOTLARIDA QURILISH XARAJATLARI HISOBINI YURITISH	262
Ostonokulov Azamat Abdukarimovich	
РАЗРАБОТКА ОРГАНИЗАЦИОННЫХ МОДЕЛЕЙ ИНТЕГРАЦИИ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ В ТУРИСТИЧЕСКУЮ ИНФРАСТРУКТУРУ РЕСПУБЛИКИ КАРАКАЛПАКСТАН	273
Хошимова Камилла Навфал қизи	
A NEW STAGE IN THE APPLICATION OF MARKET MECHANISMS TO ENTREPRENEURIAL ACTIVITY	285
Ibrayim Maxkamov	
RESURSLARDAN SAMARALI FOYDALANISH ORQALI SOG'LIQNI SAQLASH XIZMATLARINING IQTISODIY SAMARADORLIGINI OSHIRISH USULLARI	291
Eshbekova Xayriniso Baxtiyorovna	
QASHQADARYO VILOYATI IQTISODIYOTIDA DXSH ASOSIDA INVESTITSIYA MUHITINING SHAKLLANISHI	297
Hamroyev G'ayratjon Sultonovich	
TURIZM XIZMATLARI BOZORIDA MIJOZLAR EHTIYOJLARINI O'RGANISH VA TAHLIL QILISH	301
Shaymanov To'liqin Mahmayusupovich	



TURIZM XIZMATLARI BOZORIDA MIJOZLAR EHTIYOJLARINI O'RGANISH VA TAHLIL QILISH



Shaymanov To'liqin Mahmayusupovich

Mustaqil tadqiqotchi

Email: To'liqinshaymanov7@gmail.com

ORCID: 0009-0005-5314-1768

Annotatsiya. Ushbu maqolada turizm xizmatlari bozorida mijozlar ehtiyojlarini o'rganishning nazariy asoslari va amaliy yo'nalishlari tahlil qilingan. Tadqiqotda mijozlar xulq-atvoriga ta'sir etuvchi asosiy omillar, ehtiyojlarni tahlil qilish usullari hamda zamonaviy axborot texnologiyalarining ushbu jarayondagi o'rni yoritilgan. Shuningdek, mijoz ehtiyojlarini chuqur o'rganish orqali turistik korxonalar faoliyati samaradorligini oshirishga qaratilgan ilmiy asoslangan taklif va tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Kalit so'zlar: turizm, xizmatlar bozori, mijozlar ehtiyojlari, SWOT-tahlil, raqamli texnologiyalar.

Abstract. This article analyzes the theoretical foundations and practical directions of studying customer needs in the tourism services market. The study highlights the main factors influencing customer behavior, methods of analyzing needs, and the role of modern information technologies in this process. Also, scientifically based proposals and recommendations aimed at increasing the efficiency of tourism enterprises through an in-depth study of customer needs have been developed.

Keywords: Tourism, services market, customer needs, SWOT analysis, digital technologies.

Аннотация. В данной статье проанализированы теоретические основы и практические направления изучения потребностей клиентов на рынке туристических услуг. В исследовании освещены основные факторы, влияющие на поведение клиентов, методы анализа потребностей, а также роль современных информационных технологий в данном процессе. Кроме того, разработаны научно обоснованные предложения и рекомендации, направленные на повышение эффективности деятельности туристических предприятий за счёт глубокого изучения потребностей клиентов.

Ключевые слова: туризм, рынок услуг, потребности клиентов, SWOT-анализ, цифровые технологии.

KIRISH

Global turizm industriyasining jadal rivojlanishi sharoitida mijozlar ehtiyojlarini o'rganish masalasi turizm marketingi tizimining ustuvor yo'nalishlaridan biri sifatida namoyon bo'lmoqda. Bugungi kunda turizm xizmatlari bozorida raqobat darajasi ortib borayotgani sababli, turistlarning ehtiyoj va talablarini to'g'ri anglash, ularning xulq-atvori hamda motivatsiyasini chuqur tahlil etish turistik tashkilotlar muvaffaqiyatining muhim omiliga aylanmoqda.

O'zbekiston Respublikasida turizm sohasi davlat siyosati darajasida rivojlantirilmoqda. "2022–2026-yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlantirish strategiyasi"da turizm sohasini diversifikatsiya qilish, xizmatlar sifatini oshirish va ichki turizmni rag'batlantirish ustuvor yo'nalish sifatida belgilangan. Shunga qaramay, amaliyotda ko'plab turistik tashkilotlarda mijoz ehtiyojlarini ilmiy asosda o'rganish jarayoni yetarli darajada yo'lga

qo'yilmagan. Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, aksariyat korxonalar marketing strategiyasini ishlab chiqishda hanuz umumiy yondashuvlardan foydalanmoqda. Shu sababli, ichki turizmda mijoz so'rovlari, raqamli tahlil platformalari va xizmat sifati indikatorlarini keng joriy etish dolzarb ahamiyat kasb etadi.

Turizm xizmatlari bozori o'z mohiyatiga ko'ra dinamik va o'zgaruvchan tizim bo'lib, unda iste'molchi ehtiyojlari tez-tez yangilanib boradi. Shu bois mijozlar ehtiyojlarini muntazam o'rganish, ularning afzalliklari va talablariga mos turistik mahsulotlar ishlab chiqish, xizmatlar sifatini oshirish hamda yangi marketing strategiyalarini joriy etish bugungi kun talabi hisoblanadi.

Mijozlarning ehtiyoj va xatti-harakatlari iqtisodiy, ijtimoiy, madaniy, psixologik hamda texnologik omillar bilan chambarchas bog'liq. Ayniqsa, raqamli texnologiyalar, onlayn bron qilish tizimlari va ijtimoiy tarmoqlarning keng tarqalishi turizm sohasida iste'molchilarning qaror qabul qilish jarayoniga sezilarli ta'sir ko'rsatmoqda. Shu nuqtayi nazardan, turistik tashkilotlar o'z marketing faoliyatida zamonaviy axborot-kommunikatsiya vositalaridan foydalanish, mijozlar haqidagi ma'lumotlarni tizimli tahlil etish va shaxsiylashtirilgan xizmatlarni taklif etish orqali raqobatbardoshlikni oshirishi zarur.

Mijoz ehtiyojlarini tizimli o'rganish va tahlil qilish nafaqat turistik xizmatlar sifatini yaxshilash, balki butun turizm sohasida strategik boshqaruv qarorlarini ilmiy asosda shakllantirish imkonini beradi. Shu sababli, ushbu yo'nalish bugungi global turizm amaliyotida muhim ilmiy-tadqiqot sohasi sifatida qaralmoqda.

MAVZUGA OID ADABIYOTLAR SHARHI

Ilmiy adabiyotlarda ta'kidlanishicha, ehtiyoj tushunchasi insonning moddiy va nomoddiy talablarini qondirishga bo'lgan ichki istagini ifodalaydi. Turizm sohasida esa bu ehtiyojlar nafaqat dam olish yoki hordiq chiqarish bilan, balki shaxsiy rivojlanish, yangi tajriba orttirish, madaniy qadriyatlar bilan tanishish va ijtimoiy mavqeyini mustahkamlash kabi motivlar bilan chambarchas bog'liqdir. Shu bois, turistik xizmatlar bozori mijozlarning psixologik, madaniy, iqtisodiy va sotsiologik xususiyatlarini chuqur o'rganishni talab etadi.

Turizm xizmatlari bozorida mijoz ehtiyojlarini o'rganish masalasi xalqaro va mahalliy ilmiy manbalarda keng yoritilgan. Zamonaviy marketing nazariyasiga ko'ra, iste'molchi ehtiyojlarini chuqur tahlil qilish har qanday xizmat ko'rsatish sohasining muvaffaqiyati uchun zaruriy shart hisoblanadi (Kotler, Bowen & Makens, 2017). Tadqiqotchilar ta'kidlaydilarki, turizmda mijoz ehtiyojlari ko'p qirrali bo'lib, ular iqtisodiy imkoniyatlar, madaniy qadriyatlar, shaxsiy motivatsiya va ijtimoiy omillar bilan chambarchas bog'liq (Middleton, Fyall & Morgan, 2018).

Ilmiy adabiyotlarni tahlil qilish shuni ko'rsatadiki, turizm marketingida ehtiyojlarni o'rganish jarayoni bir necha bosqichlardan iborat: ma'lumot yig'ish, iste'molchi xatti-harakatlarini modellashtirish, segmentatsiya va tahlil, hamda strategik qarorlar ishlab chiqish. Holloway (2016) ta'kidlaganidek, turizm korxonalarining muvaffaqiyati iste'molchilar ehtiyojlarini to'liq anglash va ularga moslashtirilgan mahsulotlarni taklif etish darajasiga bevosita bog'liqdir.

Shuningdek, mahalliy olimlar (Masudov A., 2020; Yuldashev Sh., 2021) tomonidan olib borilgan tadqiqotlarda O'zbekiston turizm bozorida mijoz ehtiyojlarini o'rganish jarayonida so'rovnomalar, intervyu va kuzatuv kabi usullar keng qo'llanilayotgani qayd etilgan. Ularning fikricha, mijozlarning demografik, psixografik va xulq-atvoriy xususiyatlarini tahlil qilish turistik xizmatlarni takomillashtirishda muhim ahamiyatga ega.

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Ushbu tadqiqotning metodologik asosini tizimli yondashuv, marketing tadqiqotlari nazariyasi hamda empirik tahlil usullari tashkil etadi. Mijoz ehtiyojlarini o'rganish jarayonida quyidagi ilmiy metodlardan foydalanilgan: SWOT-tahlil – turizm xizmatlarini rivojlantirish jarayonida kuchli va zaif tomonlar, imkoniyatlar hamda tahdidlarni aniqlashda muhim vosita sifatida qo'llanilgan. Turli metodologik yondashuvlarning uyg'un qo'llanilishi tadqiqot natijalarining ishonchligini ta'minlaydi hamda turizm korxonalarini uchun amaliy tavsiyalar ishlab chiqishga imkon yaratadi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Mijoz ehtiyojlarini o'rganishning ilmiy asoslari bir nechta metodologik yondashuvlarga tayanadi. Ular qatoriga marketing tadqiqotlari, sotsiologik so'rovlar, fokus-guruhlar, kuzatuv va kontent-tahlil usullari kiradi. Ushbu yondashuvlar turizm tashkilotlariga iste'molchilarning afzalliklari, xizmatlardan foydalanish sabablari, narx sezgirligi hamda brendga nisbatan ishonch darajasini aniqlash imkonini beradi.

Zamonaviy turizm sharoitida, ayniqsa raqamli texnologiyalar keng joriy etilayotgan davrda, mijoz ehtiyojlarini o'rganish jarayoni yanada tizimli tus olmoqda. Internet platformalari, ijtimoiy tarmoqlar, mobil turizm ilovalari va onlayn bron tizimlari orqali katta hajmdagi ma'lumotlarni yig'ish va tahlil qilish imkoniyati paydo bo'lgan. Bundan tashqari, ma'lumotlar tahlili (data analytics), sun'iy intellekt (AI) va mijozlar bilan o'zaro



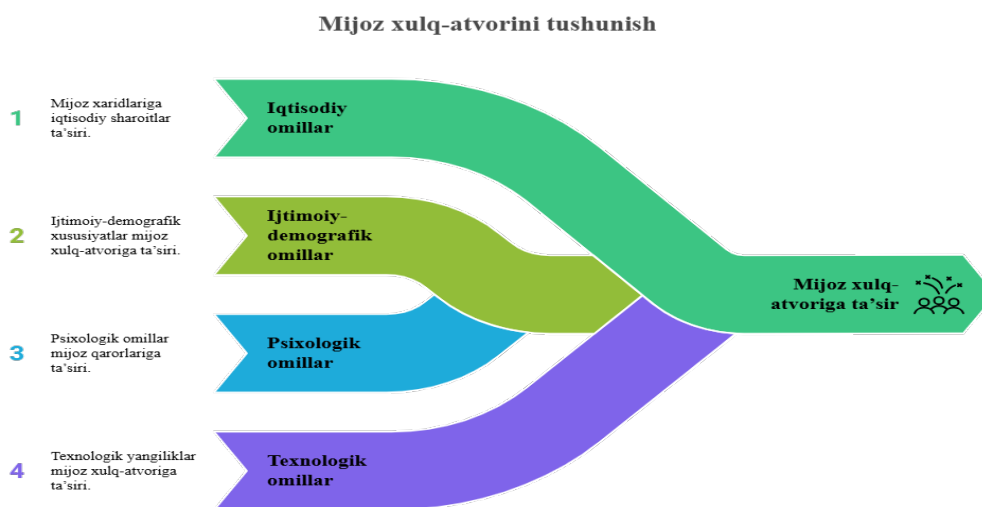
aloqalarni boshqarish tizimlari (CRM) iste'molchilarning xulq-atvorini real vaqt rejimida tahlil etish, ularning ehtiyojlariga moslashtirilgan individual xizmatlar taklif etish imkonini bermoqda.

Mijoz ehtiyojlarini tahlil qilishda ilmiy-uslubiy yondashuvlarning qo'llanilishi turizm korxonalariga nafaqat xizmatlar sifatini oshirish, balki bozordagi o'z o'rnini mustahkamlash, mijoz sadoqatini ta'minlash va barqaror raqobat ustunligini shakllantirish imkonini beradi. Shu sababli, mijoz ehtiyojlarini tizimli va ilmiy asosda o'rganish turizm industriyasining strategik rivojlanishida hal qiluvchi ahamiyatga ega hisoblanadi (1-jadval).

1-jadval. Ehtiyojlarni tahlil qilish usullari¹

So'rov va anketa tadqiqotlari	turistlarning fikr va intilishlarini empirik ma'lumotlar asosida aniqlash, ularning xizmatlardan qoniqish darajasini baholashga xizmat qiladi.
Kontent-tahlil	onlayn platformalardagi fikr-mulohazalar, reytinglar va mijoz sharhlarini o'rganish orqali xizmat sifati haqidagi real tasavvurlarni shakllantirish imkonini beradi.
CRM tizimlaridan foydalanish	mijozlar haqidagi ma'lumotlarni yig'ish, saqlash va ularni tahlil qilish asosida xizmatlarni individuallashtirish imkonini beradi.
PEST va SWOT tahlillari	tashqi va ichki muhit omillarini aniqlash orqali korxonaning strategik qarorlarini shakllantirishda qo'llaniladi. Mazkur usullar bir-birini to'ldiruvchi va kompleks tahlil imkonini beruvchi metodlar hisoblanadi. Ularning uyg'un qo'llanilishi natijasida turistik tashkilotlar mijozlarning ehtiyojlarini to'liq anglash, ularning xulq-atvoridagi o'zgarishlarni prognoz qilish hamda xizmatlarni takomillashtirish bo'yicha samarali strategiyalar ishlab chiqish imkoniga ega bo'ladi.

Mijozga yo'naltirilgan yondashuv bugungi kunda turizm industriyasining asosiy tamoyillaridan biri sifatida qaraladi. Bunday yondashuv xizmatlar sifatini oshirish, mijoz sodiqligini shakllantirish hamda turistik brendning ijobiy imijini yaratishda muhim ahamiyat kasb etadi. Shuning uchun turizm tashkilotlari marketing faoliyatini tashkil etishda mijoz ehtiyojlarini chuqur o'rganish, ularning motivatsiyasi va kutgan natijalarini tahlil qilish orqali raqobat ustunligini ta'minlashlari zarur. Turizm xizmatlari bozorida turistlarning xulq-atvoriga ta'sir etuvchi omillar kompleks xarakterga ega bo'lib, ular bir nechta asosiy toifalarga ajratiladi (1-rasm):



1-rasm. Mijoz xulq-atvoriga ta'sir etuvchi omillar²

Iqtisodiy omillar — bu omillar iste'molchilarning moliyaviy imkoniyatlarini ifodalaydi. Ular orasida daromad darajasi, sayohat uchun ajratilgan budjet, narxga nisbatan sezgirlik va to'lov shakllari muhim o'rin tutadi. Ushbu ko'rsatkichlar turistlarning xarid qarorlariga bevosita ta'sir ko'rsatadi.

Ijtimoiy-demografik omillar — turistlarning yoshi, jinsi, oila tarkibi, ijtimoiy mavqei hamda madaniy qadriyatlariga bog'liq bo'lib, sayohat maqsadi va xizmat tanloviga sezilarli darajada ta'sir etadi.

Psixologik omillar — bu guruh omillari turistlarning ichki motivatsiyasi, xavfsizlik hissi, shaxsiy tajriba, emotsional ehtiyoj va sayohatdan kutilgan taassurotlari bilan belgilanadi. Ushbu omillar mijoz qarorining shakllanishida eng subyektiv, ammo muhim rol o'ynaydi.

1 Muallif ishlanmasi

2 Muallif ishlanmasi

Texnologik omillar — zamonaviy raqamli vositalar va axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining rivojlanishi turistlarning tanlov jarayoniga sezilarli ta'sir ko'rsatmoqda. Onlayn bron tizimlari, mobil ilovalar, ijtimoiy tarmoqlar va raqamli marketing vositalari turistlarning qaror qabul qilish jarayonini osonlashtiradi hamda ularning xatti-harakatlarini shakllantiradi. Ushbu omillarni tizimli tahlil etish turistik tashkilotlarga bozor talabini chuqurroq anglash, maqsadli mijoz segmentlarini aniqlash va ular uchun individual xizmat turlarini ishlab chiqish imkonini beradi. Natijada bu yondashuv turizm xizmatlari sifatini oshirish, mijozlar sodiqligini ta'minlash va uzoq muddatli hamkorlikni rivojlantirishda muhim ahamiyat kasb etadi (2-jadval).

2-jadval. Mijoz xulq-atvorini chuqur o'rganish raqobatbardosh strategiyalarni ishlab chiqishda SWOT tahlili

Kuchli tomonlar (Strengths)	Zaif tomonlar (Weaknesses)
<p>Iste'molchilar diversifikatsiyasi – turli yosh, jins va ijtimoiy guruhlar uchun mos turistik mahsulotlarning mavjudligi.</p> <p>Texnologik rivojlanish – raqamli platformalar, onlayn bron tizimlari va ijtimoiy tarmoqlarning keng qo'llanilishi mijoz xulq-atvorini tahlil qilishni yengillashtiradi.</p> <p>Turistik xizmatlar sifati va xilma-xilligi – mijozlar ehtiyojiga moslashtirilgan xizmat turlarining taklif qilinishi sodiqlikni oshiradi.</p> <p>Psixologik motivatsiyaning kuchliligi – sayohat, dam olish va yangilik izlash istagi turistlar uchun asosiy harakatlantiruvchi omil sifatida namoyon bo'ladi.</p>	<p>Bozor tadqiqotlarini yanada chuqurlashtirish — mijozlarning xulq-atvori va ehtiyojlarini tizimli o'rganish orqali strategik qarorlar samaradorligini oshirish imkonini beradi.</p> <p>Mahalliy tadbirkorlar o'rtasida raqamli savodxonlikni rivojlantirish — texnologik imkoniyatlardan to'liq foydalanish, marketing jarayonlarini optimallashtirish va raqobatbardoshlikni kuchaytirish uchun keng yo'l ochadi.</p> <p>Narx omiliga nisbatan muvozanatli yondashuvni shakllantirish — mijozlar uchun sifat va qiymat uyg'unligini ta'minlab, xizmatlarning raqobatdoshligini oshiradi.</p> <p>Mijozlar sodiqligini mustahkamlash — individual yondashuv, brend ishonchligi va xizmat sifati orqali turistlarning uzoq muddatli aloqadorligini ta'minlash imkonini beradi.</p>
Imkoniyatlar (Opportunities)	Tahdidlar (Threats)
<p>Raqamli transformatsiya – onlayn tahlil tizimlari va sun'iy intellekt yordamida mijoz xulqini chuqur o'rganish imkoniyati.</p> <p>Xalqaro bozorga chiqish imkoniyati – xorijiy turistlar ehtiyojlarini o'rganish orqali eksport yo'nalishidagi turizm xizmatlarini rivojlantirish.</p> <p>Madaniy va ekologik turizm segmentining kengayishi – yangi motivatsion omillar paydo bo'lishi bilan yangi segmentlarni jalb etish imkoniyati.</p> <p>Hamkorlik aloqalarining rivojlanishi – davlat, xususiy sektor va ta'lim muassasalari o'rtasidagi hamkorlik tahlil jarayonlarini samarali qiladi.</p>	<p>Global iqtisodiy beqarorlik – daromadlar pasayishi turistlar xulq-atvoriga bevosita salbiy ta'sir ko'rsatadi.</p> <p>Texnologik raqobatning kuchayishi – ilg'or tahlil tizimlari va platformalarga ega xorijiy kompaniyalar mahalliy subyektlar uchun raqobatni murakkablashtiradi.</p> <p>Ijtimoiy va siyosiy omillar – xavfsizlik, siyosiy beqarorlik yoki pandemiyalar turistlar xulq-atvorini o'zgartiradi.</p> <p>Madaniy tafovutlar – xalqaro turistlarning madaniy qadriyatlarini bilan mahalliy xizmatlar o'rtasidagi nomuvofiqlik mijoz qoniqishiga ta'sir qiladi.</p>

Turizm xizmatlari bozorida mijoz xulq-atvorini chuqur o'rganish jarayonida SWOT tahlili muhim analitik vosita sifatida alohida o'rin tutadi. Mazkur tahlil turi turistik korxonalar faoliyatini kompleks baholash, ichki resurslarni to'g'ri yo'naltirish va tashqi omillarga moslashuvchan strategiyalar ishlab chiqishda samarali metod hisoblanadi. SWOT tahlili orqali korxonaga o'zining kuchli (Strengths) va zaif (Weaknesses) jihatlari aniqlab, ularni mavjud imkoniyatlar (Opportunities) hamda tahdidlar (Threats) bilan solishtirish imkoniga ega bo'ladi.

Turizm sohasida mijoz ehtiyojlarini to'g'ri tushunish va ularning xulq-atvoriga ta'sir etuvchi omillarni baholash aynan shu tahlil natijalariga asoslanadi. Agar kuchli va imkoniyatli jihatlari strategik boshqaruv jarayonida to'g'ri qo'llansa, turistik korxonaga o'z raqobatbardoshligini oshiradi, mijozlar sodiqligini mustahkamlaydi hamda bozor ulushini kengaytiradi. Shu bilan birga, zaif tomonlarni kamaytirish va tashqi tahdidlar ta'sirini yumshatish orqali korxonaga barqaror rivojlanish yo'liga chiqadi.

SWOT tahlilining afzalligi shundaki, u nafaqat mavjud holatni tahlil qilish, balki istiqboldagi o'sish yo'nalishlarini belgilash imkonini beradi. Turizm xizmatlari bozorida bu yondashuv mijoz ehtiyojlariga mos mahsulot strategiyasini shakllantirish, xizmat sifatini oshirish, innovatsion marketing vositalarini joriy etish va yangi segmentlarga kirib borishda ilmiy asos vazifasini bajaradi.

Shunday qilib, SWOT tahlili turizm korxonalarini uchun mijozga yo'naltirilgan strategiyalarni ishlab chiqishda, raqobat muhitini tahlil qilishda va uzoq muddatli rivojlanish konsepsiyasini belgilashda muhim ahamiyat kasb etadi. U nafaqat iqtisodiy natijalarga, balki xizmatlar sifati va brend imijini mustahkamlashga ham bevosita ta'sir ko'rsatadi.



XULOSA VA TAKLIFLAR

Turizm xizmatlari bozorida mijozlar ehtiyojlarini ilmiy asosda o'rganish va tahlil qilish — sohada strategik boshqaruvni takomillashtirish hamda raqobatbardoshlikni oshirishning muhim omilidir. Mijoz ehtiyojlarini chuqur tahlil etish natijasida turizm tashkilotlari nafaqat iqtisodiy samaradorlikka, balki xizmatlar sifati, brend obro'si va iste'molchilar ishonchini mustahkamlashga erishadi.

Raqamli texnologiyalar, sun'iy intellekt va ma'lumotlar tahlili vositalaridan foydalanish orqali mijozlarning xulq-atvori, afzalliklari va qoniqish darajasini aniqlash mumkin. Bu esa turizm korxonalariga bozor konyunkturasiga mos strategiyalar ishlab chiqish, xizmatlarni individuallashtirish va mijozlar bilan uzoq muddatli hamkorlikni yo'lga qo'yish imkonini beradi.

Shunday qilib, turizm sohasida mijoz ehtiyojlarini tizimli o'rganish — barqaror rivojlanish, milliy turizm brendini shakllantirish va xalqaro bozorda raqobat ustunligini ta'minlashning muhim omillaridan biridir. Shu bilan birga, yoshlar, oilaviy sayohatchilar va xorijiy turistlar kabi asosiy segmentlarning ehtiyojlarini chuqur o'rganish, ular uchun innovatsion turistik mahsulotlar yaratish, shaxsga yo'naltirilgan xizmatlar tizimini joriy etish hamda raqamli marketing va onlayn tahlil texnologiyalaridan foydalanish mamlakat turizm salohiyatini sezilarli darajada oshirish imkonini beradi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2017). *Marketing for Hospitality and Tourism*. 7th Edition. Pearson Education Limited.
2. Middleton, V. T. C., Fyall, A., Morgan, M., & Ranchhod, A. (2018). *Marketing in Travel and Tourism*. Routledge.
3. Holloway, J. C., Humphreys, C., & Davidson, R. (2017). *The Business of Tourism*. 11th Edition. Pearson Education.
4. Swarbrooke, J., & Horner, S. (2007). *Consumer Behaviour in Tourism*. Butterworth-Heinemann.
5. Buhalis, D., & Foerste, M. (2015). SoCoMo marketing for travel and tourism: Empowering co-creation of value. *Journal of Destination Marketing & Management*, 4(3), 151–161.
6. UNWTO (2023). *Tourism Market Intelligence and Competitiveness Report*. Madrid: United Nations World Tourism Organization.
7. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 20-maydagi PQ–263-son qarori — “Turizm sohasini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to'g'risida”.
8. Ergashxodjayeva, Sh. (2020). *Turizm industriyasida marketing strategiyalarini shakllantirishning nazariy asoslari*. Toshkent: Iqtisodiyot va ta'lim nashriyoti.
9. Karimov, B. (2021). *Turizm marketingi: nazariya va amaliyot*. Toshkent: Iqtisodiyot nashriyoti.
10. Ruzmetov, A. (2022). O'zbekiston turizm sohasida mijoz ehtiyojlarini o'rganishning marketing yondashuvlari. *Turizm va Servis ilmiy jurnali*, №4, 45–52-betlar.
11. Shaymanova, N. (2023). Rekreatsiya turizmini rivojlantirishda Smart texnologiyalardan foydalanish. *YASHIL IQTISODIYOT VA TARAQQIYOT*, 1(maxsus son).
12. Hasanov, U., & Abdullayeva, N. (2023). Raqamli texnologiyalar asosida turistik xizmatlarni rivojlantirish istiqbollari. *O'zbekiston Iqtisodiy Axborotnomasi*, №2, 63–70-betlar.

muhandislik **& iqtisodiyot**

ijtimoiy-iqtisodiy, innovatsion texnik,
fan va ta'limga oid ilmiy-amaliy jurnal

Ingliz tili muharriri: Feruz Hakimov

Musahhih: Zokir Alibekov

Sahifalovchi va dizayner: Iskandar Islomov

2025. № 10

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Muhandislik va iqtisodiyot" jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar ma'sul. Tahririyat fikri har vaqt ham mualliflar fikriga mos kelmasligi mumkin. Tahririyatga yuborilgan materiallar qaytarilmaydi.

"Muhandislik va iqtisodiyot" jurnali 26.06.2023-yildan
O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Adminstratsiyasi huzuridagi
Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan
№S-5669245 reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan.

Litsenziya raqami: №095310.

**Manzilimiz: Toshkent shahri Yunusobod
tumani 15-mavze 19-uy**





+998 93 718 40 07



<https://muhandislik-iqtisodiyot.uz/index.php/journal>



t.me/yait_2100