

“SANOAT VA XIZMAT KO'RSATISH SOHALARINING RAQAMLI TRANSFORMATSIYASI: TENDENSIYALAR, BOSHQARUV, STRATEGIYALAR”

Xalqaro ilmiy-amaliy anjuman materiallari to'plami
2022 yil 2-3 mart



“Digital Transformation of Industry and Services: Trends,
Management, Strategies” collection of abstracts
March 2-3, 2022

«Цифровая трансформация промышленности и сферы услуг:
тенденции, управление, стратегии» сборник тезисов
2-3 марта 2022 года.

**OLIY VA OʻRTA MAXSUS TAʼLIM VAZIRLIGI
BUXORO DAVLAT UNIVERSITETI
IQTISODIYOT VA TURIZM FAKULTETI**

**“SANOAT VA XIZMAT KOʻRSATISH SOHALARINING RAQAMLI
TRANSFORMATSIYASI: TENDENSIYALAR, BOSHQARUV,
STRATEGIYALAR”**

Xalqaro ilmiy-amaliy anjuman materiallari toʻplami

2022 yil 2-3 mart

***«ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ
ПРОМЫШЛЕННОСТИ И СФЕРЫ УСЛУГ:
ТЕНДЕНЦИИ, УПРАВЛЕНИЕ, СТРАТЕГИИ»***

**сборник тезисов
2-3 марта 2022 года**

**“DIGITAL TRANSFORMATION OF INDUSTRY AND SERVICES:
TRENDS, MANAGEMENT, STRATEGIES”**

**collection of abstracts
March 2-3, 2022**

**“Durdona” nashriyoti
Buxoro – 2022**

“Sanoat va xizmat ko‘rsatish sohalarining raqamli transformatsiyasi: tendensiyalar, boshqaruv, strategiyalar” [Matn] / N.S. Ibragimov. - Buxoro: OOO "Sadriddin Salim Buxoriy" Durдона nashriyoti, 2022. - 464 b.

Dasturiy qo‘mita: i.f.d. O.X. Xamidov, i.f.d. O.S. Qahhorov, i.f.d., B.N.Navruz-Zoda, i.f.n. A.T.Jo‘raev, i.f.n. D. Sh. Yavmutov, i.f.d. N.S.Ibragimov, i.f.f.d. G.R.Xidirova, i.f.n. S.U.Tadjiyeva, i.f.f.d. A.J.Abdolloyev, i.f.f.d. Z.S.Nurov, M.A.Rajabova.

Tahrir hay‘ati: i.f.d. O.S. Qahhorov, i.f.n. A.T.Jo‘raev, O‘.U. Rashidov, t.f.n. G.T. Zaripov, i.f.n. D.Sh.Yavmutov, i.f.d. N.S.Ibragimov, i.f.d. A.B.Maydirova, i.f.d. O.V.Ivliyeva, i.f.n. L.M.Mutaliyeva, O.Q.Xurramov, J.Toxirov, N.D.Salixov.

Программный комитет: д.э.н. О.Х. Хамидов, д.э.н. О.С.Каххоров, д.э.н., Б.Н.Навруз-Зода, к.э.н. А.Т.Жураев, к.э.н. Д.Ш.Явмутов, д.э.н. Н.С.Ибрагимов, к.э.н. Г.Р.Хидирова, к.э.н. С.У.Таджиева, к.э.н. А.Ж.Абдуллоев, к.э.н. З.С.Нуров, М.А.Раджабова.

Редколлегия: д.э.н. О.С.Каххоров, к.э.н. А.Т.Жураев, У.У.Рашидов, к.т.н. Г.Т. Зарипов, к.э.н. Д.Ш.Явмутов, д.э.н. Н.С.Ибрагимов, д.э.н. А.Б.Майдирова, д.э.н. О.В.Ивлиева, к.э.н. Л.М.Муталиева, О.К.Хуррамов, Ж.Тохилов, Н.Д.Салихов.

To‘plam i.f.d. N.S. Ibragimov umumiy tahriri ostida chop etildi.

Сборник опубликован под общей редакцией д.э.н. Н.С. Ибрагимова

Mazkur to‘plamga kiritilgan maqolalar va ma'ruza tezislarning mazmuni, undagi statistik ma'lumotlar, sanalarning to‘g‘riligiga hamda tanqidiy fikr-mulohazalarga mualliflarning shaxsan o‘zlari mas’uldirlar.

Авторы несут личную ответственность за содержание статей и тезисов, включенных в этот сборник, содержащуюся в них статистику, точность дат и критические комментарии.

Buxoro davlat universiteti rektori
Obidjon Xafizovich Xamidovning tabrik so‘zi
Assalomu aleykum hurmatli mehmonlar va anjuman qatnashchilari!

“Sanoat va xizmat ko‘rsatish sohalarining raqamli transformatsiyasi: tendensiyalar, boshqaruv, strategiyalar” mavzusidagi xalqaro ilmiy-amaliy anjumanga xush kelibsizlar.

Ushbu xalqaro anjuman sanoat va xizmat ko‘rsatish sohalarini raqamli o‘zgartirish tendensiyalari va istiqbollarini baholash, raqamlashtirish jarayonlarini amalga oshirish mexanizmlari haqida nazariy bilimlarni shakllantirish, xizmat ko‘rsatish korxonalarini raqamli o‘zgartirish strategiyasini asoslashga bag‘ishlangan. Sanoat va xizmat ko‘rsatish sohalarini raqamli o‘zgartirishining dolzarb muammolari bo‘yicha fikr almashish, mintaqaviy va tarmoq iqtisodiyotining innovatsion rivojlanish muammolari va istiqbollarini oldindan ko‘ra olish maqsadida samarali ilmiy ishlar, konsepsiyalar va ilg‘or ilmiy g‘oyalarni jamlash konferensiyaning **maqsadi** bo‘lib, quyidagi muammolarni o‘rganish **vazifa** qilib olingan. Jumladan, iqtisodiyot raqamli transformatsiyasining joriy muammolari, yangi yo‘nalishlari va imkoniyatlarini sarhisob qilish; sanoat va xizmatlar sohasida raqamli texnologiyalarni joriy etishining zamonaviy xususiyatlarini tahlil qilish; mintaqalardagi raqamli infratuzilmani rivojlantirish, elektron xizmatlarni joriy etish tendensiyalarini o‘rganish; raqamli transformatsiyani qo‘llab-quvvatlashning tashkiliy va iqtisodiy mexanizmlarini takomillashtirish yo‘llarini aniqlash bo‘lib hisoblanadi.

Anjuman doirasida O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020 yil 5 oktabrdagi “Raqamli O‘zbekiston - 2030” strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PF-6079 sonli Farmonida, shuningdek 2020 yil 6 oktabrdagi “Axborot texnologiyalari sohasida ta‘lim tizimini yanada takomillashtirish, ilmiy tadqiqotlarni rivojlantirish va ularni IT-industriya bilan integratsiya qilish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PQ-4851-sonli Qarori, 2018 yil 3 iyul “O‘zbekiston Respublikasida raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi 3832-son Qarorida belgilangan vazifalarni amalga oshirish bo‘yicha ilmiy-amaliy taklif va tavsiyalar ishlab chiqish rejalashtirilgan.

Halqaro anjumanni tashkil qilishdan quyidagi natijalar kutilmoqda:

iqtisodiyotni raqamli transformatsiyaning yo‘nalishlari, dolzarb muammolarining yechimlari va rivojlanishning istiqbolli yo‘llari aniqlanadi;

mahsulot va xizmatlarning raqobatbardoshligini oshirishda raqamli texnologiyalarning yangi yo‘nalishlari va imkoniyatlari sarhisob qilinadi;

sanoat va xizmatlar sohasida raqamli transformatsiyani qo‘llab-quvvatlashning tashkiliy va iqtisodiy mexanizmlarini takomillashtirish usullari ishlab chiqiladi;

mintaqaviy va tarmoq iqtisodiyotining innovatsion rivojlanish muammolari va istiqbollari aniqlanadi va ularning yechimlariga oid taklif va tavsiyalar ishlab chiqiladi.

Raqamli transformatsiya yo‘nalishida erishilgan yutuqlar, olingan ilmiy natijalarni iqtisodiyot tarmoqlari, xususan sanoat va xizmatlar sohasiga tadbiq etish yo‘llari muhokama qilinadi va ularni O‘zbekiston sharoitida amaliyotga joriy qilish yo‘nalishlari belgilanadi.

Mamlakatimizda raqamli iqtisodiyotning ko‘lamini oshirish, mintaqalarning barqaror rivojlanishini ta‘minlash va ularning raqobatbardoshligini oshirish bilan bog‘liq muammolarni hal qilish hamda sanoat va xizmat ko‘rsatish sohalarida o‘zaro manfaatli raqobat muhitini yaratishga qaratilgan 100 dan ortiq ilmiy ma‘ruzalar respublikamiz va xorijiy davlatlarning turli oliy ta‘lim muassasalaridan kelib tushgan bo‘lib, bu hol anjumanning yuqori nufuzidan dalolat beradi.

Xalqaro anjuman Buxoro davlat universiteti Iqtisodiyot va turizm fakulteti tashabbusi asosida, Rossiya Federatsiyasining Rostov na Donu shahridagi Janubiy Federal universitet hamda Qozog‘iston Respublikasining Nursultan shahrida joylashgan L.M.Gumilev nomidagi Yevroaziya milliy universitetlari bilan hamkorlikda tashkil qilinayotgan bo‘lib, uning tashkilotchilariga o‘z minnatdorchiligimni bildiraman va uni yuqori darajada o‘tkazishlariga omad tilab qolaman!

Table 3

PEST analysis of the Logistic Mobile family business

P- Political factor	The Law of the Cabinet of Ministers of the Republic of Uzbekistan "On Transport" (No. 3PY-706 dated 09.08.2021) was signed by the President. According to the law, objects of automobile, air, rail, water, electric transport, metro and transport infrastructure form a single transport system of Uzbekistan. Transport and logistics centers provide them with services for warehousing, storage, processing, processing, packaging and distribution of incoming and outgoing goods by any type of transport.
E-economic factor	The total profit of the enterprise at the beginning of the period of 2020 amounted to 38043,19 thousand uzbek soums, and at the end of the period of 2020 amounted to 1231507,4 thousand uzbek soums, by the end of the reporting period, having increased by 220,7 % compared to the beginning. market confidence and the availability of bonus discounts for each service in relation to competitors ("Comfortable textiles").
S- Social factor	Hires university graduates in the field of logistics services (on average 20-25 per year)
T-technical factor	In 2021, a mini-workshop for the production of clothes for the company's employees working in the logistics network and a network of modern greenhouses for the supply of agricultural products abroad were created, which led to a reduction in the cost of logistics services.

Conclusion: The strategic financial goals of the family-run «Logistic Mobile» can be achieved in a number of ways. The choice of the most effective of these methods is carried out in the process of making strategic financial decisions. Making strategic financial decisions involves considering possible ways to achieve strategic financial goals, taking into account the strategic financial position of the «Logistic Mobile» family business, and choosing the most effective ones to achieve the set goals.

It is recommended to analyze the main technical and economic indicators of the family enterprise «Logistic Mobile» and methods for determining the internal economic potential of the enterprise. If this method is implemented in practice, it will be possible to ensure the competitiveness of the family enterprise «Logistic Mobile», prevent bankruptcy, increase its financial and economic potential, and also give an economic assessment of their economic activities.

References

1. <https://btet.ru/uz/road-trip/turisticheskaya-zona-turistskie-zony-i-raiony-zachem-nuzhny-zony/>
2. <https://stat.uz/uz/default/choraklik-natijalar/9388-2021>
3. <file:///C:/Users/user/AppData/Local/Temp/Turistik%20oqim.pdf>
4. Khidirova G. The importance of the region's socio-economic potential of the tourism market //Asian Journal of Multidimensional Research (AJMR). – 2018. – T. 7. – №. 11. – C. 160-168.
5. Khidirova G. The methods of identify impact of leading idustry on social-economical development //International Finance and Accounting. – 2018. – T. 2018. – №. 4. – C. 15.
6. Khidirova G. The world experiance of providing economical development in the region //International Finance and Accounting. – 2018. – T. 2018. – №. 5. – C. 11.
7. Khidirova G. R. et al. The SWOT analysis of eco-tourism in Bukhara region and suggestions for its improvement (in the example of “Jayran” eco-centre) //The Third International Conference on Economic Sciences. – 2014. – C. 82-87.

8. Хидирова Г. Р. Новые технологии и инновации-важный фактор развития туризма в Узбекистане //Современные тенденции и актуальные вопросы развития туризма и гостиничного бизнеса в России. – 2017. – С. 469-471.
9. Хидирова Г. Р. Потенциал и пути развития международного экотуризма в Бухарском регионе Узбекистана //Современные инновации. – 2016. – №. 8 (10). – С. 41-43.
10. Хидирова Г. Р. Потенциал и пути развития международного экотуризма в Бухарском регионе Узбекистана //Современные инновации. – 2016. – №. 8 (10). – С. 41-43.

Салимова С.Ф., Кадилова Ш.Х.
преподаватели кафедры
«Туризм и гостиничное хозяйство»
Бухарского государственного университета

ВАЖНОСТЬ ВЕБ-САЙТОВ И СИСТЕМ ОНЛАЙН БРОНИРОВАНИЯ В ПРОДВИЖЕНИИ УСЛУГ СРЕДСТВ РАЗМЕШЕНИЙ

Annotation. *The importance of the hotel website and online booking systems in the marketing activities of accommodation facilities is growing day by day. Especially in promoting its brand and services. When we study the tourism markets of foreign countries, we are persuaded that the proportion of such systems is big. According to statistics, the volume of online booking is estimated at 817 billion dollars. Overall, the online travel booking market share is 63 percent of \$1.2 trillion, representing one of the largest market shares in the sector.*

Keywords: *digital marketing, websites, online booking systems, online travel agencies (OTA).*

Annotatsiya. *Mehmonxona veb-sayti va onlayn bron qilish tizimlarining joylashtirish ob'ektlarining marketing faoliyatidagi ahamiyati kundan-kunga ortib bormoqda. Ayniqsa o'z brendi va xizmatlarini targ'ib qilishda muhim ahamiyat kasb etmoqda. Xorijiy mamlakatlarning turizm bozorlarini o'rganar ekanmiz, bunday tizimlarning salmog'i katta ekanligiga ishonch hosil qilamiz. Statistik ma'lumotlarga ko'ra, onlayn bron qilish hajmi 817 milliard dollarga baholanmoqda. Umuman olganda, onlayn sayohatlarni bron qilish bozori ulushi 1,2 trillion dollarning 63 foizini tashkil etadi, bu sektordagi eng katta bozor ulushlaridan birini ifodalaydi.*

Kalit so'zlar: *raqamli marketing, veb-saytlar, onlayn bron qilish tizimlari, onlayn sayohat agentliklari (OTA).*

Аннотация. *Значение веб-сайта отеля и систем онлайн-бронирования в маркетинговой деятельности средств размещения растет день ото дня. Особенно в продвижении своего бренда и услуг. Когда мы изучаем туристические рынки зарубежных стран, то убеждаемся, что доля таких систем велика. По статистике объем онлайн-бронирования оценивается в 817 миллиардов долларов. В целом доля рынка онлайн-бронирования путешествий составляет 63 процента от 1,2 триллиона долларов, что представляет собой одну из крупнейших долей рынка в этом секторе.*

Ключевые слова: *цифровой маркетинг, веб-сайты, системы онлайн-бронирования, онлайн-турагентства (OTA).*

Введение. Ведение бизнеса радикально изменилось за последние двадцать лет. Метод ведения переговоров о сделках перешел от рукопися к нажатию цифровой кнопки, физические пространства были заменены веб-сайтами, и в то же время появилась концепция цифрового маркетинга, резко изменив время для традиционного бизнеса.

Внедрение инновационных информационных технологий в маркетинг привело к появлению понятия «цифровой маркетинг».

Концепция цифрового маркетинга интерпретируется по-разному в разных источниках. Первая теоретическая проблема заключается в отсутствии общего понимания того, что такое цифровой маркетинг. Поэтому в литературе существуют разные определения.

Основная часть. Например, русский ученый Грудистова Ю.Г. цитирует: «Цифровой маркетинг — это интерактивный маркетинг для привлечения, удержания и удовлетворения потребностей клиентов с использованием цифровых технологий» [1]. Она считает, что, нанося «точечные» удары по целевой аудитории, цифровой маркетинг позволяет организации достигать поставленных целей, не затрачивая много ресурсов и требуя всесторонне развитых коммуникативных компетенций.

Н.И.Аркипова, М.Т.Гуриева считают: «Цифровой маркетинг в широком смысле можно трактовать как маркетинг с использованием любого электронного устройства»[2]. Они утверждают, что цифровой маркетинг существует уже давно и что маркетинг по электронной почте представляет собой гораздо большее явление, чем интернет-маркетинг и его инструменты.

Шайк Джавед Парвез, Х.М. Мойенудин, С. Арун, Р. Анандан, Сентхил Кумар Джанахан описывают «Цифровой маркетинг - это реклама продуктов или брендов в Интернете»[3]. Это несколько отличается от мнения российских ученых, так как цифровой маркетинг тесно связан с интернет-маркетингом (иногда оба являются синонимами). В то же время цифровой маркетинг — это более широкое понятие, включающее в себя интернет-маркетинг и другие рекламные каналы. Однако термин интернет-маркетинг по-прежнему распространен в США, а в Италии цифровой маркетинг часто называют веб-маркетингом.

Короче говоря, все определения основаны на использовании информационных технологий. Следовательно, цифровой маркетинг можно определить как набор методов, использующих информационные технологии для продвижения и продажи товаров и услуг.

Сегодня использование систем онлайн-бронирования в продвижении услуг средств размещения создало большие удобства как для самих средств размещения, так и для клиентов. Во-первых, долгожданный период звонков в режиме 24/7, когда сотрудники ведут с собой календарь, был заменен системами онлайн-бронирования, которые избавляют бизнес от многих проблем. Во-вторых, туристы могут легко забронировать номер онлайн и сделать покупки, планируя свое путешествие.

В 2018 году 82% всех заказов на путешествия были сделаны онлайн без вмешательства человека через мобильное приложение или веб-сайт. По прогнозам, в 2019 году рынок онлайн-путешествий достигнет 756 миллиардов долларов. В целом доля рынка онлайн-бронирования путешествий составляет 63 процента от 1,2 триллиона долларов[29].

Такие системы позволяют клиентам бронировать онлайн различными способами, в том числе с помощью мобильного телефона, при этом значительно расширяя возможности бронирования транспортных средств для размещения и более эффективно используя растущий социальный Интернет[30].

Цифровой маркетинг отелей делает доступность средств размещения видимой в Facebook, Twitter, Instagram и других платформах социальных сетей, в дополнение к тому факту, что средства размещения должны иметь собственный веб-сайт и расширят свое присутствие в различных онлайн-туристических агентствах (ОТА), т.е. системы онлайн бронирования.

Продвижение онлайн-сервисов размещения может осуществляться двумя способами: непосредственно на официальном сайте отеля, через продажи или другие каналы распространения, через различные ОТА.

Сайт гостиницы должен соответствовать специфике бизнеса, быть понятным и продуманным с точки зрения удобства. И вот несколько важных аспектов:

1. Особое внимание следует уделить структуре и навигации — все должно быть максимально просто и удобно.

2. В оформлении желательно иметь лаконичную палитру и умеренный креатив, так как основная задача ресурса - предоставить посетителю необходимую информацию и

упростить процедуру бронирования, а не удивить его воображение. Таким образом, не рекомендуется перегружать страницы яркими картинками и слайдами – они оставляют негативное впечатление и усложняют восприятие.

3. Сайт должен быть адаптирован под как можно большее количество различных мобильных устройств – это расширит круг потенциальных клиентов[30].

Преимущество этих сайтов в том, что клиент подключается напрямую к отелю и бронирует номер. Но надо сказать, что эти сайты требуют особых маркетинговых вмешательств, программиста, много времени и бюджета от гостиницы. Услуги, которые предлагают гостиницу без перехода на сайт гостиницы и дают возможность забронировать номер онлайн, называются ОТА – онлайн турагентства. Примерами таких систем онлайн-бронирования являются Booking.com, Expedia.com, Hotels.com, 101hotels.com и другие. Использование нескольких таких систем одновременно зависит от возможности средств размещения. Конечно, чем больше в таких системах они предложат своих услуг, тем больше у них будет возможность завоевать клиентов и продвигать гостиничный бренд. Это сэкономит им много денег на рекламе.

Лучшие агентства онлайн-бронирования предоставляют услуги, обеспечивающие фильтрацию предложений по ряду параметров, в том числе: города и даты; популярность; расположение на карте мира, страны, региона (близость к центру, достопримечательностям, транспортная доступность); число гостей; дополнительные удобства (аренда автомобиля, завтрак, wi-fi, кондиционер); календарь событий и вход в веб сайт отеля через ссылку.

Преимущества для отелей при работе с агрегатами: реклама в поисковых системах, в том числе контекстная реклама; круглосуточная техническая поддержка; актуальные отзывы гостей в карточке отеля; работа со всеми типами объектов: гостиницы, хостелы, гостевые дома, апартаменты и т.д.; мгновенное подтверждение онлайн-бронирования без участия отеля.

Минусом является комиссия за обслуживание. Все сервисы берут комиссию за каждое бронирование. Многие не раскрывают его размер в открытых источниках, проценты указаны в договоре.

Сегодня маркетологи гостиничного бизнеса предлагают несколько стратегий цифрового маркетинга для ОТА и прямого бронирования.

7 правил цифрового маркетинга:

- Доступность в Интернете
- Реклама в поисковых системах
- Рекламные кампании в социальных сетях
- Реклама на видео-сайтах: YouTube, MyTube
- Контекстная реклама в Google Ads и Яндекс Директ
- Активное использование чат - ботов
- Управление имиджем гостиницы онлайн[32].

Большинство людей проводят много времени в социальных сетях. Реклама отеля на таких платформах, как Facebook, Twitter, Instagram — хороший выбор, но лучше использовать систему бронирования отелей, которая позволяет гостям бронировать комфортабельные номера через социальные сети.

Заключение. Итак, веб-сайты и систем онлайн бронирования дают возможность для различных типов средств размещения: напрямую общаться с посетителями через системы онлайн бронирования на сайте; создать предложения с различными скидками для постоянных клиентов и с легкостью отправлять личные сообщения; сэкономить время при выполнении административных задач. Без системы бронирования, интегрированной с сайтом, средства размещения лишатся возможности собрать много клиентов!

Список использованных литератур

1. Грудистова Е. Г. (2020) Цифровой маркетинг в сфере сервиса и туризма как инструмент развития цифровой экономики // Научный результат. Технологии бизнеса и сервиса. – Т. 6, № 1, с. 45-54.
2. Архипова Н.И., Гуриева М.Т. (2018). Современные тенденции развития цифрового маркетинга // Текст научной статьи по специальности «СМИ (медиа) и массовые коммуникации» // Вестник РГГУ. Серия «Экономика. Управление. Право», № 1(11). С. 9-21.
3. Shaik Javed Parvez, H.M. Moyeenudin, S. Arun, R. Anandan, Senthil Kumar Janahan. (2018). “Digital marketing in hotel industry”// Article in International Journal of Engineering & Technology · April
4. Salimova, S. F. (2021). JOYLASHTIRISH VOSITALARIDA MARKETING FAOLIYATINING ANAMIYATI. *Scientific progress*, 1(6).
5. Юлдашев, К. Ш. (2021). СПОСОБЫ УЛУЧШЕНИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ И КОНСАЛТИНГОВЫХ УСЛУГ В СФЕРЕ ТУРИЗМА. In *НАУКА, ОБЩЕСТВО, ИННОВАЦИИ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ* (pp. 95-105).
6. Sarvinoz, S. (2021). THE IMPORTANCE OF MARKETING ACTIVITIES IN PLACEMENT TOOLS. *ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz)*, 8(8).
7. Dushanova, Y. F., & Radjabov, O. O. (2021). Importance and development of tourist clusters in Uzbekistan. *ACADEMICIA: An International Multidisciplinary Research Journal*, 11(5), 342-347.
8. Davronov, I. O. (2021). Economic Development Mechanisms of Innovative Services in Bukhara Hotels. *International Journal of Business, Technology and Organizational Behavior (IJTOB)*, 1(6), 500-509.
9. Джураев, А. Т., & Ахматова, М. Э. (2015). Перспективы развития инфраструктуры туризма в Узбекистане. *Молодой ученый*, (10), 624-627.
10. Раджабов, О. О. (2021). ЭФФЕКТИВНЫЕ СПОСОБЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНСТРУМЕНТОВ PR-PUBLIC RELATION (СВЯЗЕЙ С ОБЩЕСТВЕННОСТЬЮ) В ТУРИЗМЕ. In *НАУКА, ОБЩЕСТВО, ИННОВАЦИИ: АКТУАЛЬНЫЕ ВОПРОСЫ И СОВРЕМЕННЫЕ АСПЕКТЫ* (pp. 106-117).
11. Davronov, I. O. (2021). Economic Importance of Innovative Technologies for Improving Hotel Services. *International Journal of Business, Technology and Organizational Behavior (IJTOB)*, 1(3), 169-175.
12. Davronov, I. O., & Farmonov, E. A. (2019). The impact of Innovations in tourism and hospitality. *International Multilingual Journal of Science and Technology*, 4(9), 658-660.
13. Alimovich, F. E., Habibulloevna, K. S., & Bahodirovna, D. N. (2020). Central features of halal tourism and halal food. *Academy*, (3 (54)).
14. Olimovich, D. I. (2020). The impact of innovative technologies for improving economy of hotels. *Asian Journal of Multidimensional Research (AJMR)*, 9(5), 194-201.
15. Oktyamovna, A. S., Atoevna, T. S., & Kodirovna, B. S. (2020). The role of animator to the development of tourism animation activities. *Academy*, (12 (63)).
16. Olimovich, D. I., & Khudoynazarovich, S. A. (2020). The cost-effectiveness of improving the quality of hotel services. *Academy*, (4 (55)).
17. Atoevna, T. S., Kodirovna, B. S., & Oktyamovna, A. S. (2020). Features and methods of formation of the cost of tour packages. *Academy*, (12 (63)).
18. Olimovich, D. I., Samatovich, R. S., Farmanovna, E. A., Khabibulayevna, K. S., & Saymurodovich, N. Z. (2020). The economic impact of innovations in tourism and hospitality. *Journal of Critical Reviews*, 7(9), 258-262.
19. Kodirovna, B. S., Atoevna, T. S., & Oktyamovna, A. S. (2020). Main features of advertising in tourism. *Economics*, (4 (47)).

MUNDARIJA

Buxoro davlat universiteti rektori O.X.Xamidovning tabrik soʻzi	3
1-SHOʻBA: OʻZBEKISTON VA XORIJIY DAVLATLARDA RAQAMLI IQTISODIYOT: MUAMMOLAR VA RIVOJLANISH ISTIQBOLLARI	
Khamidov O. Kh.	Development of the economic system "natural and recreational zones in the sphere of tourism" 6
Khayrullaeva N.N.	Худуд иқтисодиёти рақобатбардошлигини оширишнинг инновацион модели 10
Навруз-Зода Б.Н.	
D.Sh. Yavmutov	Oʻzbekistonda sanoatni yashil iqtisodiyot tamoyillari asosida rivojlantirish masalalari 15
A.T.Joʻrayev	Elektron tijoratda raqamli bank xizmati 17
Ergashev R.X.	Аккредитация АССА экономических ВУЗов как инструмент оценивания квалификации их выпускников в рамках цифровой экономики 20
Хожиева И.А.	
Bazarova M.S.	Features of employment in the digital economy 24
Farmonova M.N.	Raqamli iqtisodiyot muammolari va rivojlanish istiqbollari 27
Шарипова М.М.	Пути эффективного использования трудовых ресурсов в цифровой экономике 32
Тохиров А.Т.	Sanoat korxonalarini boshqarishda raqamli texnologiyalardan foydalanish orqali boshqaruv samaradorligini oshirish va iqtisodiy xavfsizlikni taminlash masalalari 35
Махмудова Н.Ж.	Methods of risk assessment in industrial enterprises in the digital economy 41
Қиёмов Ҳ. Т.	Raqamli iqtisodiyotning bugungi kundagi ahamiyati va uning muammolari hamda rivojlanish istiqbollari 44
Илҳамова З.П.	Хоразм вилояти туризм соҳасини ақамлаштириш имкониятлари 48
А.Д.Анаркулов	Ўзбекистон Республикаси саноат иқтисодиётининг технологик ривожланиш даражаси 50
Тўраев Ш.А.	Оʻzbekistonda pandemiya sharoitida taqchilikni bartaraf etish imkoniyatlari 54
Ashurova M.X.	
Зайиров З.Х.,	Кооперативное хозяйство: история и проблемы развития 58
Халилова Л.М.	
Болтаева М.Ш.	Хизматлар соҳасини рақамли иқтисодиёт шароитида ривожлантириш имкониятлари 61
Djabbarov R.	Raqamli iqtisodiyot rivojlanishida mobil ilovalarni qoʻllashning statistik tahlili 66
Ҳашимов П.З.,	Ўзбекистонда рақамли иқтисодиётни ривожлантириш конуниятлари ва хусусиятлари 70
Фахриддинова З.Ф.	Globalashuvning hunarmandchilik istiqboliga ta'siri 76
Ergasheva A. F.	After the pandemic: improving the quality of transport services using the digital economy tools 80
Farmanov E.	
Jalolov Otabek	Improving and developing the mechanism for managing the advertising activities of tourism organizations 84
Кулиев Н.Х.,	Озиқ-овқат саноатини трансформациялаш орқали унинг рақобатбардошлигини ошириш йўналишлари 86
Бакаева М.А.	Рақамли иқтисодиёт асосида ишбилармонлик муҳитини такомиллаштириш 90
Арипов О.А.	
Sharifova Sh. Sh.	Restoranlarda halol ovqatlanishga boʻlgan aholining ehtiyoji (Buxoro shahrida oʻtkazilgan tadqiqot natijalari tahlili) 97
Ҳакимов З.А.	Саноат кластерларнинг рақамли трансформацияси 102
Ахмадова Р.Ж.	

2-SHO‘BA:

**MAHSULOTLAR VA XIZMATLARNING RAQOBATBARDOSHLIGINI
OSHIRISHDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALAR**

Абдуллаев И.С., Сапарова М.А.	Современные технологии цифрового маркетинга для распределения товаров и услуг	108
Akhmedov T. M., Yakubov N.A.	Features of application of modern information and communication technologies in sociological surveys of living standards of the population	111
Мирсодиқов А.Т.	Курилиш соҳасида логистика харажатларини бошқаришнинг интеграциялашган тизимини такомиллаштириш	119
J.A.Kuralbaev G‘aniyev Sh.Sh.	Digital transformations in the tourism industry Inson resurslarini boshqarishda innovatsiyalar va raqamli texnologiyalardan foydalanish yo‘nalishlari	123 127
Nurova G.N.	The role of strategic trade policy in the economic development of the country	131
Hayitov U.H.	Ta’limda axborot-kommunikatsiya texnologiyalardan foydalanishning ahamiyati	135
Хайтбоева Н.Б.	Тўқимачилик саноат корхоналарини ривожлантиришда рақамли маркетингдан фойдаланиш	138
Tadjieva S.U.	Digital transformation of higher education	141
Aliyeva G.I.	Xizmat ko‘rsatish sohasida raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish	145
Аминов Ф.Б.	Савдо соҳасида рақамли технологияларнинг самарадорлиги	147
Салаев С.К. Ходжаниязов Э.С.	AAS (mobility as a service) концепцияси туризм соҳасида сифатли ва барқарор транспорт хизматларини ишлаб чиқиш омили сифатида	151
Ходжаниязов Н.С.	Кичик бизнес ва хусусий тадбиркорлик субъектлари фаолиятида рақамли маркетинг аҳамияти	154
Сапаев А.Д.	Минтақада транспорт хизматлари ривожига ахборот ва алоқа хизматлари ролини баҳолаш	157
Tursunxodjaev S.	Foreign experience of competitive intelligence tools enterprise’s economic security system	162
Хуррамов О.К.	Цифровые технологии в повышении конкурентоспособности туристических услуг	166
Ruziyeva G.F.	Milliy hunarmandchilik biznesini tashkil etishda raqamalshirishning o‘rni	170

3-SHO‘BA:

**RAQAMLI TRANSFORMATSIYANI QO‘LLAB-QUVVATLASHNING
TASHKILY VA IQTISODIY MEKANIZMLARI**

Маматов А.А. Мухтаров Ж.М. Бегдуллаев Ш.К.	Рақамли иқтисодиётнинг тармоқли тузилмалари рақобатбардошликни ошириш омили сифатида	176
Маҳмудов М.Ф. Хақимов З.А.	Саноат кластерлари инновацион иқтисодиётни шакллантиришнинг асосий драйвери сифатида	181
Мирсодиқов А.Т.	Курилиш соҳаси кластерларида логистик жараёнларни бошқаришнинг ташкилий-иқтисодий механизмларини такомиллаштириш	184
Mustafoyev Q.M.	Transformation of the fuel industry in the digital economy	188
Chulliyev S.R.	The role of venture capital on the digital economy	191
Жалилов Ж.Ф.	Саноат корхоналарини трансформация қилиш соҳасидаги ислохотларнинг асосий йўналишлари	194
Ибрагимов Ф.Ф.	Озиқ-овқат саноати корхоналарида трансформация жараёнларини амалга оширишнинг муҳим жиҳатлари	198

Паязов М.М.	Хизмат кўрсатиш соҳаларининг рақамли трансформацияси: тенденциялар, бошқарув, стратегиялар	202
Алимжанов Н.Х.	Рақамли трансформация шароитида электрон турдаги суғурта хизматларини такомиллаштириш	206
Курбанов Ф.Г.	Цифровые технологии – важный инструмент музейной коммуникации	211
Рустамов Н.И.	Иқтисодиёт тармоқларини трансформациялашга доир назарий қарашлар ва уларнинг илмий асослари	215

4-SHO‘BA:

MINTAQAVIY VA TARMOQ IQTISODIYOTINING INNOVATSION RIVOJLANISH MUAMMOLARI VA ISTIQBOLLARI

Ивлиева О.В.	Информационная обеспеченность разделов «туризм» на туристских сайтах субъектов Северного Кавказа	220
Муталиева Л.М.	Стратегические и тактические проблемы развития кадровой политики в отельном бизнесе Казахстана	226
Рахманов С.У.	Возможности развития внутреннего туризма в Бухарской области	231
Хидирова Г.Р., Касимова Ш.М.	Роль интернета в развитии устойчивого туризма в Узбекистане	236
Таджиева С.У.	Formation of a tourist brand in the Republic of Kazakhstan	
Акрамова Н.А. Zharkenov B.R., Mukanov A.H.	Turizmda transport xizmatlarini optimallashtirish chora tadbirlari	239
Mutaliyeva L.M. Axmatova M.E.	The role of advertising in the movement of Bukhara tourism destination	244
Bozorova S.K. Rajabov O.O.	Priorities for improving the quality of hotel services through innovative development	248
Davronov I.O. Nurov Z.S.	Turizmning axloqiy o'lchamlari	252
Yuldashev K.Sh. Radjabov O.O.	The role of culture and arts in society and the development of managerial skills of leaders in this field	256
Hamroyev H.R. Navruz-zoda L.B.	Inson kapitali va undan foydalanish samaradorligini oshirish omillari	260
Negmurodova Sh. Jo'rayeva Z.T.	The role of diversification in the world economy	263
Kamolov X. Abdullayev A.J.	Mintaqalar iqtisodiyotini innovatsion rivojlantirish istiqbollari	267
Saidova F.K. Rajabova M.A.	Tourism development strategies in the scope of carec counries initiatives	270
Djabbarov I.G.	Mintaqalar va tarmoqlar iqtisodiyotining innovatsion rivojlanish muammolari va istiqbollari	273
Berdiqulova S.T.	Organizational and economic mechanisms for ensuring the innovative development of science and services in the conditions of the formation of an innovative economy	276
Djuraeva D.D.	Reunite the lost ties with the help of nostalgic tourism	280
Tukhtaev T.T. Ibragimov N.S.	The role and importance of tourism in the development of the country and the region	284
Khidirova G.R.	Ta'lim turizmi mohiyati va mamlakat iqtidiyotini rivojlantirishdagi o'rni	286
Maxmudova N.O'.		290

Nazarov N.N.	Strategic analysis and planning methodology of development of regions	295
Radjabov O.O. Davronov I.O. Nurov Z.S. Yuldashev K.Sh.	The role of communications in improving the quality of services in the hotel industry	298
Ravshanova G. Niyazova I.	Innovative ways of the management system of a family enterprise	302
Салимова С.Ф., Кадирова Ш.Х. Aytiyeva S.A.	Важность веб-сайтов и систем онлайн бронирования в продвижении услуг средств размещений	306
	Logistik tizimlarning iqtisodiyotda tutgan o‘rni va samaradorligi	311
Tokhirov J.R.	Possibilities of using online learning platforms to improve the quality of educational services	316
Yuldashev K.Sh., Davronov I.O., Radjabov O.O., Nurov Z.S.	Ўзбекистон республикасида мустақил туризм инфратузилмасини такомиллаштиришнинг устувор йўналишлари	320
Алимжанов Н.Х.	Суғурта соҳасида олий маълумотли кадрлар тизимини тайёрлаш давр талаби	325
Шадиёв А.Х. Бердибекова А.	Учебная экскурсия как инновационная форма обучения	330
	Анализ влияния политической обстановки на приток потенциальных туристов в Республику Казахстан	334
Касимова Ф.Т. Ашурметова Н.У. Ражапов Х.Б.	Тенденции цифрового маркетинга в малом бизнесе и предпринимательстве	338
	Озарбайжон Республикаси балиқчилик соҳасида кичик бизнес ва хусусий тадбиркорликни айрим хусусиятларини Ўзбекистонда қўллаш	342
Бойтўраев О.У.	Туризм соҳасини инновацион ривожлантиришдаги муаммолар	348
Dilmonov K.B.	The impact of self-employment in the service sector on the standard of living of the population	352
Khodjayev K.	South Korean experience in improving the public service system in Uzbekistan	355
Мадаминов С.	Тўқимачилик саноати корхоналарида ходимларни бошқариш тизимини такомиллаштириш	359
Батирова Н.Ш. Амонов Ў. Облақулов Ҳ.А. Рахматов Ю.Б. Буранов Ё.Р. Салихов С.А.	Тошкент вилоятида саноати ривожланишининг ташкилий-иқтисодий механизмининг такомиллаштириш	363
	Навоий вилоятининг демографик вазияти	372
	Мева – сабзавот маҳсулотлари экспортини самарали ташкил этишда хориж тажрибаси	377
Зойиров З.Х. Чуллийев С.Р. Хомидов С.О.	Туристический потенциал регионов республики Узбекистан и пути его эффективного использования	382
	Фармацевтика саноатининг инновацион ривожланиш даражаси бўйича ҳудудларни оптимал таснифлаш услубиёти	386
Очилов Ш.Б. Пулатова З.А. Садыкова Г.Т.	Дифференциальный метод прогнозирования трудовых ресурсов на основе корреляционных моделей	391
	Создание регионального экономического коридора Шымкент-Ташкент-Худжанд: перспективные возможности и риски	396
Жанназарова Г.К.	Инновационное развитие региона путь экономического	400

	прогресса в развивающихся экономиках	
Каленов К.Т.	Хитой бозорига мева-сабзаёт маҳсулотлари экспортини суғурталашни такомиллаштириш	404
Содиқов Х.Т.	Иновационные методы мотивации персонала транспортной компании	407
Фаттаева Н.	Логистик тизимлар фаолияти ҳамда уларни такомиллаштириш йўллари	410
Хасанова Н.Ш.	Инсон ресурсларини бошқариш стратегиясининг моҳияти ва аҳамияти	413
Бозоров А.А.	Ўзбекистонда хизматлар соҳасини ривожлантиришда солиқлар дастагидан фойдаланиш масалалари	416
Бозоров А.О.		
Билялов Е.Я.		
Ходжаева Д.Х.	Экологическое образование как фактор устойчивого развития экономики	420
Хусаинов О.Дж.	Чорвачилик соҳасида инфратузилма хизматларини йўлга қўйишда исроил давлати тажрибаларининг аҳамиятли жиҳатлари	423
Шодмонов Ш.	Қишлоқ хўжалигида оилавий тадбиркорлик фаолиятининг ижтимоий-иқтисодий моҳияти	426
Самадқулов М.И.	Ўзбекистон Республикасининг иновацион салоҳияти ва ундан фойдаланиш самарадорлиги	428
5-SHO‘BA: SANOAT RAQAMLI TRANSFORMATSIYASINING JAMIYAT VA ATROF -MUHITGA TA‘SIRI		
Абулкасимов Х.П.	Хизмат кўрсатиш соҳасида иқтисодий хавфсизликни таъминлашнинг ўзига хос хусусиятлари	436
Очилов В.Ш.	Иқтисодиёт тармоқларида рақамли трансформациянинг самараси	441
Karimov A.	Cybersecurity: the key factor of a successful digital transformation	445
Toxirov A.T.	Yog‘-moy korxonalari iqtisodiy xafvsizligini ta‘minlashda raqamli texnologiyalardan foydalanishining SWOT – tahlili	449
Muxamedova SH.A.		
Бурханова Ш.Б.	Иқтисодиётни рақамлаштиришнинг аҳоли даромадларига таъсири ва уни давлат томонидан тартибга солиш йўналишлари	452

“Садриддин Салим Бухорий” МЧЖ босмахонасида чоп этилди.
Адади 50 нусха. Ҳажми 462 бет. Формат А4. Буюртма №78. 2022.

Бухоро шаҳри, М. Иқбол кўчаси, 11-уй.