



**ИЛМ-ФАН ВА  
ТАЪЛИМНИНГ  
РИВОЖЛАНИШ  
ИСТИҚБОЛЛАРИ**

**МАВЗУСИДАГИ ИЛМИЙ  
КОНФЕРЕНЦИЯ ТЎПЛАМИ**

[www.openscience.uz](http://www.openscience.uz)

**27 АПРЕЛЬ  
№1 2020**

**Конференция  
шўъбалари:**

- 1. Аниқ фанлар**
- 2. Табиий фанлар**
- 3. Техника фанлари**
- 4. Педагогика фанлари**



**SCIENCE AND EDUCATION**  
SCIENTIFIC JOURNAL  
ISSN 2181-0842

**ИЛМ-ФАН ВА ТАЪЛИМНИНГ РИВОЖЛАНИШ  
ИСТИҚБОЛЛАРИ**  
БИРИНЧИ КОНФЕРЕНЦИЯСИ ТЎПЛАМИ  
27 АПРЕЛЬ 2020 ЙИЛ

(4-ҚИСМ)

**PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF SCIENCE  
AND EDUCATION**  
PROCEEDINGS OF FIRST CONFERENCE  
27 APRIL 2020

(PART-4)

[www.openscience.uz](http://www.openscience.uz)

4018

TABLE OF CONTENTS/МУЪЛАВВА

HUMANITARIAN SCIENCES / HUKUMIY HADISLAR	
1.	Kitobning Axbek Mubiddin ugli, Rustamov Dostonbek Jamshid ugli PROSPECTS FOR THE DEVELOPMENT OF SMALL BUSINESS AND PRIVATE ENTREPRENEURSHIP
2.	Uzrova Nabira Toshmurova QAHRAMONLIK, BIRCH VA FIDOIYLIK
3.	Bekbaeva Marhoba Ahmedovna BADIY ADABIYOT YUG'DUSI
4.	Rahimkulova Gulbaro MUHAMMAD YUSUF SHE'RIYATINING LINGUISTIK XUSUSIYATLARI
5.	Nuriboyeva Solihaxon Xabibulloyeva TO'G'RI NITLO - SAMARALI NALTLA
6.	Nuruvkhonov Samariddin Amirxonov Ustun "AD-ЖОМЪ АС-САХИХ" АСАРИДАГИ ТАРИХИЙ ВОКЕАЛДАРНИ ТУШИНИШИДА САБАБУ ВУРУДИ ХАДИС ИЛМИНИНГ АХМИЯТИ
7.	Begimzadeva Ma'munaxon Rasuljanovna TL - MILLAT KO'ZGUSI
8.	Xusanov Sarvar USMON XUJANINING TARAQQIYTPARVARLIK FEOLOGIYATI- BUXOROLIK OLIMLAR TALKINIDA
9.	Umarova Umida Nasrulloeva MATN TANLIL VA O'QISH SAVODXONLIGINI VANOLASH XUSUSIDA
10.	Ilhom Xoiboyev ALISHER NAVOIYNING VUYUK XIZMATI
11.	Nomlova Moliichenra Rustamovna O'TKIR HOSHIMOV ASARLARIDA IJODIY FRAZEMALARNING O'ZIGA XOSLIGI
12.	Nishanova Gul'cheyra Esmonova, Usmonova Dilnafiza Djacoborova SVOBODRAZIE VOSTOCHNOY POEZIJI V TVORЧESTVE SERPEJA ALEKSANDROVICHА ЕСЕНИНА
13.	Nuriddin Abdullajon NAZAR ESHONQULNING "URUSH ODAMLARI" QISSASIDA QAHRAMON XARAКТЕРINING YORITILISHI
14.	Jalilovozov Eldor Asqarali o'g'li MOTURIDUYNING O'LAMNING TUZILISHI TO'G'RI SIDAGI QARASHLARI
15.	Abdulloeva Murasjar Xoшимжоновна КИТОБКОНЛИК МАДНИЯТИНИ РИВОЖЛАНТИРИШДА ОИДАННИНГ УРНИ
16.	Xaitova Zebo ПРИЗВЕЩЕНИЯ И ПОТЕРИ В ЛЕКСИКЕ РУССКОГО ЯЗЫКА
17.	Mudloeva Lalinxon Abdulvudlova TARIK-KELAJAK KUZGUSI
18.	Abdulloeva Mulasjar Xoшимжоновна КИТОБКОНЛИК МАДНИЯТИНИ РИВОЖЛАНТИРИШДА ОИДАННИНГ УРНИ
19.	Muratrova Saliyot Abdullayeva MUHAMMAD BOSH IJODIDA BAХORIY IFORLAR RAMZI...
20.	Rasulova Parvina Xodirovna ADABIYOT - O'Z SAN'ATI

101	Elmurat Toshmurodova, Xurshid Toshmurodov ADABIYATI	377
102	ONA TIL INING MAZMUN-MOHIVATI Po'latov Sherdor Ne'matjonovich HINDISTON MA'NAVIY AXLOQIY TALIMINING EVALYUTSIYASI	380
103	Hamrayeva Zilola Hamro qizi, Samiddov Orif Abdullim o'g'li SIRLI MANZILNING SIR-SINDOVI	383
104	Jalilova Soliha No'monolovna, Xalimova Sayodat Shiroffiddinova O'QON XONLIGIDA DAVLAT BOSHQARUVI, QO'SHIN TUZILISHI VA SUD TIZIMI	389
105	No'monova Ro'zaxon No'monjon qizi "SHAYTANAT" ASARIDAGI AYRIM BIRLIKLARINING PSIXOLOGIK TASHLIL	394
106	Rustamov Dostonbek Jamshid ugli ENSURING WOMEN'S EMPLOYMENT IN SMALL BUSINESS AND PRIVATE ENTREPRENEURSHIP	398
107	Saidova Fitza Kamolovna MARKETINGNING ZAMONAVIY UYLAGHUVI VA TURIZM	401
108	Sarbiyaz Nurimbetova QARQALPAQ TILINDE ANTRONIMLERDIN LEXIKALIZASIYA USLUBIDA JASALIVI	404
109	Davlatova Zaira Jemischbayeva AYIRIM TUUYSKANLIK ATAMLARDYGHAN JASALGHAN ANTRONIMLERDIN LINGVOMEDENIY ANALIZI	407
110	Sentiyazrova Guljahan Suxanatdinovna BASTASOZDE SHOLYU' JAHRY XEM SHOLYU'USHY SHERBILIGI	410
111	Shahlo Ibrohimova JOURNALISH KELISHIGINING USLUBIY MA'NOLARI	413
112	Shoxsamat Karimova YURITIMDA OLIB BORILAYOTGAN ISLHOTLARDA IJTIMOIY NIMOYA	416
113	Sultonova Nilola Ismatovna QADIMDA O'RTA OSIYODA IJTIMOIY-IJTISSODIY VA SIYOSIY HAYOT	421
114	Ali Kaljanov THE QUESTIONS OF NOMONYMS IN KARAKALPAK LANGUAGE	425
115	M.T. Garipova, N.Sh. Abdurakhimova TILDA SINONIMIK MOJZALAR	434
116	Toshmurodova Elmira, Xurshid Toshmurodov BADIY ASAR TANLILI	436
117	J.A. Tursinbayeva P. MIRZABAIEVA POEZIYASINDA KO'RKEMLIK MA'SELESI	440
118	Fazliddin Mamassidqov USMON NOSIR HAQIDA QISOQSAHA MULOHAZA	444
119	Usmanova Zulfiya Kulmurodovna «QIRIQ OIIZ» DASTANI - BIYVANA RUWXIY BAZIYENMIZ	448
120	Oybek Mamadrainov VAOT SHIDDA TI	452
121	Shokir Saiforov F. offorov, Turaynova Gavhar XIX ASRNING IKKINCHI YRMI XX ASR BO'SHLARIDA QOR XUKUMATINING ISLOM DINIGA BULGHAN MUNOSABATI	454



### MARKETINGNING ZAMONAVIYLASHUVI VA TURIZM

Saidova Firuza Kamolovna  
f.k.saidova@buxdu.uz  
Buxoro davlat universiteti

**ANNOTATSIYA:** Maqolada marketingning zamonaviylashuvi va turizm haqida fikrlar bayon etilgan. Marketing iqtisodiy va biznes bosimi ortiga qarshi rivojlangan. Bu bosim iste'molchilar talabini qondirishga asoslangan turlari boshqaruv o'lchovlari qabul qilishga muhtojlik oshdi. Turizm marketing muhimligi iqtisodiy o'sish darajasi keyingi hayot standartlari yaxshilanishiga, aholining ko'payishiga va bo'sh vaqtning oshishiga olib keladi.

**Kalit so'zlar:** marketing, iqtisodiyot, turizm, Internet, internet marketing

Qisqa vaqt ichida turizm industriyasi iqtisodiy jihatdan dunyoning eng muhim industriyalaridan biriga aylandi. Ushbu rivojlanish sabablari turizm sanoatida katta va kichik tashkilotlarga alohida e'tibor bera boshlandi. Bunday tashkilotlar iste'molchilar didi va ehtiyojlari kabi dastlabki bilimlar yetishmovchiligidan hosil bo'lgan, boshqaruv apparati hamda xaridorlar orasidagi o'rtib borayotgan uzulishni kamaytirishlari kerak.

Marketing rivojlanish xuddi ijtimoiy va biznes bosimi oqibati kabi zamonaviydir. Adabiyotga ko'z tashlaydigan bo'lsak, marketing tarixi va zamonaviy biznes amaliyoti hisobi 3 aniq bosqich sifatida namoyon bo'ladi:

1. Ishlab chiqarish davri. Bu mahsulot yetarlicha arzon narxda bo'lsa, ular sotib olinadi degan ishonch bo'lgan vaqtda yuz bergan. Shuning uchun ham mahsulotni urg'u berilgan izchil pasaytirilgan narx bilan bozorga yetkazish muhim bo'lgan. Boshqaruv markazida tashqi, bozor yo'natirilgan e'tibor emas, balki ichki, mahsulot yo'natirilgan e'tibor jalb qilish ishlab chiqarish samaradorligini oshirdi. menagement uchun muhimroq maqsad bozoriga eng past baho taklif qilish mumkin bo'lgan standartlashtirilgan mahsulot ishlab chiqish edi.

2. Sotuv davri. Bu kompaniyalar ular yomon shakllantirish mahsulotlarini sotishga uringan evolyutsion bosqich hisoblanadi. Bu sotish yanada samarali vositalarini izlanishiga olib keldi. Raqobat kuchayganda, kompaniyalar turli xil bozorlar va ularning savdo texnikalarini takomillashtirish haqida ko'proq bilimdan yashay olomastliklarini tushunishdi. Shuning uchun ular talabiga ta'sir qilish va oddiy savdo yo'li bilan ularning ta'minoti qonitirishga moslashtirishga urunishdi.

3. Marketing davri. Bu davr oldingi falsafalarga qarama-qarshi usul bo'lib, korxonalar nima ishlab chiqargan mahsulotni emas, sotish mumkin bo'lgan mahsulotlar bilan ta'minlash boshlashi bilan xarakterlanadi. Tashkilotlar iste'mol

boshchiligidagi yondashuvni qabul qilingan va marketing mix yaxshilashga e'tibor qaratildi. Ushbu davr mijozlar ehtiyojini qondirish va iste'molchilar ehtiyojini qondirishini ta'minlash rejalashtirishdagi eng samarali asos bo'ldi va o'sha tashkilotlar muvaffaqiyatga erishish uchun tashqariga e'tibor berishlari kabilar bilan samarali e'tirof etildi.

Biroq, marketingning eng muhim jihati va har qanday ta'rifi qalbida bo'lishi kerak bo'lgan jihati, tashkilotning barcha harakatlarining kelib chiqishi sifatida buyurtmachi ehtiyojlari e'tibor qaratilganligi hisoblanadi. Marketing tushunchasi: King Burgerning "sizing ayganingizcha bo'lsin" dan boshlab, to United Airlinesning "Siz xo'jayinsiz" gacha kabildan juda ko'plab qisqa yo'llar bilan izhor etilgan. Bu zamonaviy marketing kontseptsiyasining asosi hisoblanadi, muvaffaqiyatning asosiy vositasi sifatida nafaqat iste'molchilarning turli ehtiyojlarini aniqlash, balki taqdim etayotgan turistik mahsulotlarning raqobatchilarga nisbatan afzalroq qondirishini ta'minlash. Bundan tashqari, bu qondirishlar iqtisodiy tomondan samarali bo'lishi kerak, madoniki marketing uning xarajalar samaradorligiga asosan baholanishi lozim.

Internet marketing rivojlanish tarixi 1969 yil oxirida AQSh Xavfsizlik vazirligi harbiy bo'limning ARPANET (Advanced Research Projects Agency Network) nomi kompyuterlar tarmogini yaratishdan boshlangan. Bunday tarmoqning foydaliligini tez orada anglagan universitet va kollej olimlari ma'lumot almashinuvi uchun o'xshash tarmoq yaratdilar. Sekin-sekin o'zaro bog'langan yangidan-yangi lokal tarmoqlar paydo bo'la boshladi. Shunday qilib, XX asrning 80 yil oxirlariga kelib, Internet deganda xalqaro "tarmoqlar tarmog'i" tushunila boshlandi. Internet rivojlanishi davomida individual va korporativ foydalanuvchilar elektron aloqalari shakllandi. Bu esa axborotni ancha qiymatga ega va topish ancha oson bo'lgan yangi elektron sohaning yaratilishiga asos bo'lgan. Internet-bunday yangi iqtisodiyot ko'rinishi paydo bo'lishining ham sababi, ham natijasi, fundamental texnologik va iqtisodiy o'zgarishlar mahsuli hamda uning muhiti va bozori hisoblanadi. Bularning hammasi iqtisodiyotda sezilarli o'zgarishlarni keltirib chiqardi. Biznes yuritishning asosiy munosabatlari va modellari o'zgardi:

- ishlab chiqaruvchi yoki xizmat ko'rsatuvchilarning ushuligidan, dalilning keyin iste'molchining etakchi roligacha;
- omnaviy ishlab chiqarishdan buyurtmaga ishlab chiqarishgacha;
- material resurslar va aktivlar muhimligidan axborot, bilim, salohiyat muhimligigacha.

1990 yil boshlarida Internetning faol tijoratlashuvidan yangi atamalar paydo bo'ldi: internet biznes, elektron tijorat va internet marketing. Axborot texnologiyalari biznes muvaffaqiyatida ilgari hech qachon bunday muhim rol o'ynamagan edi. Haqiqatdan ham, bugungi kunda istalgan sohani axborot texnologiyalaridan xoli

tasavvur etib bo'lmaydi. Axborot texnologiyalari rolining o'sib borishi barcha faoliyat turlariga ta'sir ko'rsatyapti. Etakchi mamlakatlar Internetni ishlatish va internet marketing rivojlanishida yuqori yuksalishga erishishmoqda.

Internet marketing - marketing faoliyatini internet, axborot texnologiyalari va telekommunikatsion tizimlar orqali amalga oshirilishidir. Internet marketing - elektron marketing, web marketing, online marketing yoki digital marketing ham deb ham ataladi.

#### Foydalanilgan adabiyotlar

1. Bayazovna G. N. Marketing communication strategy and its essence //Вопросы науки и образования. – 2020. – №. 1 (85).
2. Muhammedrisaevna T. M. S., Bayazovna G. N., Kakhramonovna D. A. Goal and objectives of integrated marketing communications //Economics. – 2020. – №. 2 (45).

## QARAQALPAQ TILINDE ANTROPONIMLERDİN LEKSİKALİZACIYA USILINDA JASALIWI

Sarbinaz Nurimbetova  
sarbinaznurimbetova01@gmail.ru  
Ajiniyaz atındağı NMPI

**Annotaciya:** Bul teziste qaraqalpaq tilinde sóz jasaw usılları, sonın ishinde leksikalizaciya usılı hám qaraqalpaq antroponimleriniń usı usıl arqalı jasalıwına toqtap ótildi. Qalaberse, tildegi bunday adam atamalarınń jasalıwınıń kórkem shıǵarmalarda qollanılıwına ayrıqsha itibar berildi.

**Tayanış sózler:** sóz jasaw usılı, leksika-sintaksislik usıl, leksikalizaciya, antroponim.

Qaraqalpaq til iliminde burınnan bar sózlerden sol tildin ishki nızamlıqlarına sáykes jańa mánidegi sózlerdin jasalıwın sóz jasaw tarawı izertleydi.

Leksikalizaciya – sózlerdin leksika-sintaksislik usıl arqalı jasalıwı bolıp, onda sózdin dáslepki komponenti qálegen sóz shaqabınan, al ekinshi komponenti feyil sóz shaqabınan jasaladı hám ekewi bir mánini anlatıp keledi. [1:7] Qaraqalpaq tilinde leksikalizaciya usilinda jasalgán sózler kóp hám olar jámiyettin túrli tarawlarında qollaniladi.

Sonın menen birge, qaraqalpaq tilinde antroponimler de leksikalizaciya usilinda jasaladı.

*Atlıq + feyil (geldi, keldi):* Hajıgeldi biy ógiz minip júredi eken, ózi júdá iri adam bolǵan. Ózimniń Ajıgeldi, Xojageldi, Sultangeldi atlı úsh ulımdı qatarǵa qosıw ushın aytpadım, qonırat ushın aytım. [7:73]

*Atlıq + feyil (bergen):* Jaraqpan Allambergendi onnan arı báláátley almadı. Qudaybergen menen Jabbarbergen bolǵanda ma, qatırar edi-aw. [5:301] Sen Bul sózdi esitiwden Úbbiniyazov Jumanazar menen Embergen keyin qaray juwıra ketti. [4:35] Taǵabergen seyis juwap beriwge úlgermey atırıp, seyisxanaǵa erejep kirip keldi. [6:22] Rasbergen inim, qonaqtın aldında qulaǵıma sibırlap meni qısındırma, gápin bolsa ashıq ayta ber. [6:218] ...Ilgeri zamanda Shımkent degen alatta Panabergen degen baydın shańaraǵında izli-izinen eki ul perzent tuwıladı. [4:64]

*Atlıq + feyil (berdi, durdı):* Xıywa soramındaǵı tuwısqanlardan ne xabar bar,- dep sózge aralastı saqalı kókiregin jawıp turǵan Iymanberdi axun. [6:51] Qayırberdi, beri kel, sen qayta tuwıldıń, sonın ushın ullı dástúrdi buzıp, seniń menen kórissek heshteńemiz ketpes! [6:341]

*Atlıq + feyil (jaw):* Bir kesa shay ishimdey waqıt bolǵan joq, ózimizdin avtobazanın direktorı Qarjawbay aǵa entigip jetip keldi. [8:11]