



ТАМБОВСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Г.Р. ДЕРЖАВИНА



**“ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИНИ
ИННОВАЦИОН ВА РАҚАМЛИ
ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА
РИВОЖЛАНТИРИШ МУАММОЛАРИ”**

халқаро илмий-амалий анжуман

МАТЕРИАЛЛАРИ ТЎПЛАМИ
(VI-қисм)

(2021 йил 19-20 феврал)

Самарқанд - 2021

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ ОЛИЙ ВА ЎРТА
МАХСУС ТАЪЛИМ ВАЗИРЛИГИ**

САМАРҚАНД ИҚТИСОДИЁТ ВА СЕРВИС ИНСТИТУТИ

**Г.Р.ДЕРЖАВИН НОМИДАГИ
ТАМБОВ ДАВЛАТ УНИВЕРСИТЕТИ**

“Самарқанд иқтисодиёт илмий мактаби”

**«ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИНИ ИННОВАЦИОН
ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА
РИВОЖЛАНТИРИШ МУАММОЛАРИ»**

**халқаро илмий-амалий анжуман
МАТЕРИАЛЛАРИ ТЎПЛАМИ**

(VI қисм)

(2021 йил 19-20 февраль)

САМАРҚАНД – 2021

**МИНИСТЕРСТВО ВЫСШЕГО И СРЕДНЕГО СПЕЦИАЛЬНОГО
ОБРАЗОВАНИЯ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН**

САМАРКАНДСКИЙ ИНСТИТУТ ЭКОНОМИКИ И СЕРВИСА

**ТАМБОВСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Г.Р. ДЕРЖАВИНА**

**“ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ СФЕРЫ УСЛУГ В
УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННОЙ И ЦИФРОВОЙ
ЭКОНОМИКИ”**

**СБОРНИК МАТЕРИАЛОВ
международной научно-практической конференции**

(часть 6)

(19-20 февраля 2021 г.)

ТАМБОВ – 2021

Хизмат кўрсатиш соҳасини инновацион ва рақамли иқтисодиёт шароитида ривожлантириш муаммолари. / Халқаро илмий-амалий конференцияси материаллари (VI қисм). 2021 йил 19-20 февраль кунлари. Самарқанд, СамИСИ, 2021. – 300 бет.

Тўпловчи ва нашрга тайёрловчи:

М.Қ.Пардаев – иқтисод фанлари доктори, профессор

Нашр учун масъуллар:

М.М.Мухаммедов – иқтисод фанлари доктори, профессор,

Ж.Р.Зайналов – иқтисод фанлари доктори, профессор,

И.С.Тухлиев – иқтисод фанлари доктори, профессор,

Н.А.Ибрагимов – иқтисод фанлари доктори, профессор,

К.Б.Уразов – иқтисод фанлари доктори, профессор,

Б.И.Исроилов – иқтисод фанлари доктори, профессор,

Т.С.Шарипов – иқтисод фанлари номзоди, доцент,

А.Н.Холиқулов – иқтисод фанлари номзоди, доцент

Саҳифаловчи: Ҳилола Очилова

Анъанавий илмий-амалий конференция материалларида Хизмат кўрсатиш соҳасини инновацион ва рақамли иқтисодиёт шароитида ривожлантириш муаммолари ва уларнинг ечимлари, соҳанинг алоҳида тармоқлари самарадорлигини ошириш истиқболларига оид масалалар ёритилган. Унда инновацион ва рақамли иқтисодиётнинг назарий ва методологик муаммолари ва уларни ҳал қилишнинг стратегик йўналишлари, аҳоли бандлиги, фаровонлиги, яшаш сифати ва турмуш даражасини ошириш масалалари, туризм соҳаси самарадорлигини ошириш механизмлари, ривожлантириш тенденциялари ва истиқболлари, хизмат кўрсатиш соҳасини ривожлантириш ва самарадорлигини оширишда менежмент, маркетинг ҳамда инвестицияларнинг ўрни, молиявий муносабатлар, бухгалтерия ҳисоби, иқтисодий таҳлил, аудит ва статистика фанларини такомиллаштириш масалалари, шунингдек, хизмат кўрсатиш соҳаси самарадорлигини оширишда рақобатбардош кадрларни тайёрлашни такомиллаштириш муаммоларини ҳал қилишга қаратилган илмий-назарий ва амалий тавсияларга бой мақола ва тезислар ўрин олган.

Олий ва ўрта махсус ўқув юртлари профессор-ўқитувчилари, талабалари, магистрлар, таянч докторантлар, докторантурада таҳсил олувчилар, мустақил изланувчилар ва соҳа мутахассисларига мўлжалланган.

Мақолалар муаллифлар таҳририда босилмоқда. Уларда келтирилган рақамлар, фактлар, хулоса ва тавсияларга муаллифлар масъул. Уларнинг айрим фикрлари ташкилий гуруҳ қарашларига тўғри келмаслиги мумкин.

Norqulova D.Z. Malikova F.Sh.	O`zbekistondagi tur firmalar faoliyatidagi yuzaga keluvchi muammolarning tahlili va yechimlari	116
Нарзиев М.М	Международный опыт создания гостиничных кластеров и применение их в Республики Узбекистан	119
Tursunova G.R.	Dunyodagi noodatiy va eng g`aroyib - «Giraffe manor» mehmonxonasi	122
Жуманиязова Ш.	Рақамли технологиялардан фойдаланишнинг туризм бозори ривожланишига таъсири	125
Зокирова Б.З.	Экологик туризмни ривожлантириш ва самарадорлигини ошириш масалалари	128
IV ШЎББА. “ХИЗМАТ КЎРСАТИШ СОҲАСИНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ВА САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШДА МЕНЕЖМЕНТ ВА МАРКЕТИНГНИ ИННОВАЦИОН ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА ТАКОМИЛЛАШТИРИШ МАСАЛАЛАРИ”		
Худояров А.А.	Ўзбекистон “Ziyarah tourism” брендини халқаро туризм бозорларига олиб чиқишда интеграциялашган маркетинг концепциясининг ўрни ва аҳамияти	132
Musayeva Sh.A., Sattarov M.A.	The role of marketing in improving the system of agricultural production	138
Хусанов Б.Ш., Баратов С.Н.	Маҳаллий бошқарув органлари томонидан капитал бозоридан ресурслар жалб этиш йўналишлари	142
Musayeva J.K., Hodjiyeva S.Sh. Murodova D.J.	Xizmat ko`rsatish sohasini rivojlantirishda raqamli iqtisodiyot va marketingning xususiyatlari	145
Камолиддинов И. Ахмедов М.Ш	Инновацион маркетингни Ўзбекистонда ривожланиш самарадорлиги	149
Холбоев У.Х., Абдуллаева М.	Бозор муносабатлари шароитларида корxonани бошқаришнинг тамойиллари	152
Аллаёров Р.А.	Худуд рақобатбардошлигини оширишда худудий маркетингнинг ўрни ва аҳамияти	155
Бахронов Ш.А. , Холбоев У.Х.	Бошқарув замонавий корxonалар фаолиятида объектив зарурият сифатида	158
Тошназарова Н.	Ишлаб чиқариш соҳасида бошқарувни такомиллаштириш	163

М.М.Нарзиев – докторант Бухарский государственный университети

МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ СОЗДАНИЯ ГОСТИНИЧНЫХ КЛАСТЕРОВ И ПРИМЕНЕНИЕ ИХ В РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН

Аннотация: В научных и бизнес кругах в последние годы всё чаще обсуждаются развитие гостиничного бизнеса на основании кластерного подхода. Этот подход способствует комплексному развитию отрасли, усиливает конкуренцию, инновационную деятельность, клиентского опыта и имиджа страны в международный туристический рынок.

Ключевые слова: гостиничный кластер, инновация, кооперация, государственно-частное партнерства.

Аннотация: Сўнгни йилларда меҳмонхона бизнесини кластерли ёндашув асосида ривожлантириш илмий ва ишбилармон доираларда тобора кўпроқ муҳокама қилинмоқда. Ушбу ёндашув, тармоқнинг комплекс ривожланишига ёрдам беради, рақобат, инновация, харидорларнинг тажрибаси ва халқаро туризм бозорида мамлакат нуфузини оширади.

Калит сўзлар: меҳмонхона кластери, инновация, ҳамкорлик, давлат-хусусий шериклик.

Abstract: In recent years, the development of the hotel business on the basis of the cluster approach has been increasingly discussed in scientific and business circles. This approach promotes the integrated development of the industry, enhances competition, innovation, customer experience and the country's image in the international tourist market.

Keywords: hotel cluster, cooperation, public-private partnerships.

В современных условиях глобализации, развитие сферы гостеприимство и гостиничного бизнеса находится под влиянием внешних и внутренних изменений, которые заставляют предприятия гостиничного хозяйства искать новые стратегии, инструменты и методы управления, основанные на системных и комплексных подходах. Для развития гостиничного хозяйства Узбекистана, процессы совмещения и интеграция гостиничных предприятий, формирование новых режимов и структур управления становятся актуально.

Развития гостиничного бизнеса на основании кластерного подхода показал свою эффективность в развитых странах мира. Кластерный подход развития подразумевает в определенной территории концентрация нескольких фирм работающих в одной сферы деятельности.

Понятие кластера и его теоретического обозначения в своих научных трудах представил профессор Гарвардского университета Майкл Портер.

В своей книге «Международная конкуренция: конкурентные преимущества стран»¹ Портер описывает кластер как группу географически взаимосвязанных компаний и связанных организаций, которые работают вместе в определенной области и дополняют друг друга. Географический

¹ А. Маршалл. «Принципы экономической науки», 1890, Англия.

размер кластера может расширяться от одного города к другому или даже к ряду соседних государств. Кластер можно рассматривать как систему взаимосвязанных фирм и организаций, которые вместе образуют систему ценностей.

Хорватия - страна, где широко используется кластерный подход, и успешный пример в развитии гостиничной индустрии. Здесь членами кластера являются Министерство национального туризма, гостиничные комплексы, туроператоры, рестораны, концессии, транспортные организации, сувенирные магазины, музеи и университеты. Созданы кластерные рабочие группы по маркетингу и брендингу, жилищной организации, человеческим ресурсам, инфраструктуре, законодательству и нормативно-правовой базе.

Профессор Российского государственного экономического университета имени Плеханова С.В. Валеева в своем исследовании приводит различные популярные модели кластерообразования (таблица 1)¹.

Таблица-1.

Модели формирования и управления кластером

Модели формирования и управления кластером		
	Модели	Особенности модели
1.	Североамериканская модель	Стимулирование инновационных кластеров, поддержка грантов, создание агентства кластерного развития. Требуется участие малого бизнеса.
2.	Западноевропейская модель	Ведущая роль будет отведена образовательным и научным учреждениям. Основная форма поддержки - финансирование НИОКР, формирование инфраструктуры инновационного развития.
3.	Скандиновские модели	Государство работает как заказчик. Основная форма поддержки - финансирование научно-технического сотрудничества, инвестиционных проектов.
4.	Индийская модель	Кластеры финансируются за счет иностранных инвестиций.
5.	Китайская модель	Инициаторами выступают государства и регионы. Формирование кластеров будет вращаться вокруг крупных промышленных и высокотехнологичных организаций. Инновации максимально интегрированы.
6.	Японская модель	Акцент будет сделан на крупный бизнес, работающий по долгосрочному контракту с малым бизнесом.

Развитые страны создают кластеры в разных секторах экономики и успешно ими управляют, а также создают единый кластерный веб-сайт по всей стране, через который можно получить последние новости, связанные с отраслью кластера, взаимный обмен информацией, экспертную помощь соискателям кластеров и другую актуальную информацию.

Анализ этих веб-сайтов показывает, что, согласно теории кластеров М. Портера (повышение конкурентоспособности региона), территория штата/региона делится на группы в зависимости от развития конкретного

¹ С.В. Валеева. "Развитие концепции кластерного подхода в туризме", Российский экономический университет им. Г.В. Плеханова, Москва, 2016.

производственного сектора или сектора услуг в этом регионе, и это называется кластерной картой.

Изучая международный опыт, в Республике Узбекистан планируются создать гостиничные кластеры. В частности, Бухарская область является одним из лидеров в сфере туризма. 2020 год объявлен годом «Бухара – столица исламской культуры»¹ и проводится множество онлайн конференций и семинаров по религиозной тематике. Не смотря на пандемию, в городе активно строятся новые гостиницы, хостелы, рестораны и другие объекты сферы туризма. Повышается квалификация сотрудников сферы услуг, состоялось церемония открытия тематического центра «Bukhara Desert Oasis & Spa»², на побережье Тудакуля открылся новый пляжный курорт «Silk Road Family Resort»³ и другие.

В результате крупномасштабных реформ и привлечение инвесторов в сфере туризма Узбекистана, средства размещения Бухарской области интенсивно расширяется и в настоящее время в области общее число средств размещения составляет 365, а мест у них 8573⁴.

Вышеизложенный международный опыт показывает что, формирование гостиничных кластеров осуществляется в несколько этапов, к которым относятся следующие:

1. Определить спрос на новую услугу: Анализируется, где находится гостиница, какой сегмент рынка она обслуживает, какие дополнительные услуги и новые туристические маршруты можно создать в низкий туристический сезон с учетом спроса. Отель может быть расположен на набережной, в деловом или историческом центре города, так что он может обслуживать пляжников или бизнесменов на пляже;

2. Определить участников кластера: Определите участников кластера и договоритесь о взаимодействиях между ними. Например, если у гостиницы нет собственного комфортабельного и удобного туристического транспорта, она может работать как с транспортной компанией на кластерной основе, так и с другими туристическими организациями.

3. Создание нового турпродукта и его маркетинг. Формирование нового домашнего продукта и его маркетинг. После того, как гостиница сформировала новую услугу с участниками кластера, она должна проинформировать об этом иностранных и отечественных туристов. Через Интернет, газеты, телевидение, выставки и другие маркетинговые инструменты.

4. Продажа и продвижение нового турпродукта: Стимулы к продаже новых продуктов, основанные на принципе «дефект», процесс бронирования нового продукта для иностранных и местных гостей, период от прибытия до

¹ Национальное информационное агентство Узбекистана:
<https://uza.uz/ru/society/bukhara-stolitsa-islamskoj-kultury-18-02-2020>

² Официальный веб-сайт Государственного комитета Республики Узбекистан по развитию туризма:
<https://uzbektourism.uz/ru/newnews/view?id=1328>

³ Официальный веб-сайт Государственного комитета Республики Узбекистан по развитию туризма:
<https://uzbektourism.uz/ru/newnews/view?id=1305>

⁴ Составлено автором на основании статистических данных с официального веб-сайта Государственного комитета Республики Узбекистан по развитию туризма.

отъезда и организованного возвращения домой, теплые воспоминания и возвращение гостей. Достижение цепочки создания стоимости.

5. Послепродажный мониторинг нового турпродукта: Мониторинг новинок. При этом посетители могут собрать свои положительные и отрицательные отзывы о продукте с помощью анкеты, электронной почты или телефона, и на следующих этапах устранить эти недостатки.

6. Расширить кластер за счет увеличения туристического потенциала региона: Увеличить туристический потенциал территории кластера, привлечь иностранных и отечественных инвесторов, пригласить других новых участников с целью расширения кластера на основе государственно-частного партнерства.

Будет успешным, если гостиничный кластер будет организован в соответствии с вышеуказанными 6 шагами. Это в свою очередь, будет обеспечить крупных налоговых поступлений в бюджет региона, способствовать развитию, занятости и других смежных сфер, где расположен гостиничный кластер, обогатит экономику региона и прославит его.

G.R.Tursunova – SamISI, «Turizm» kafedrası katta o‘qituvchisi

DUNYODAGI NOODATIY VA ENG G‘AROYIB - «GIRAFFE MANOR» MEHMONXONASI

Annotasiya: Ushbu maqolada dunyodagi noodatiy va eng g‘aroyib mehmonxonalaridan biri «Giraffe Manor» mehmonxonasi, uning o‘ziga xos xizmat ko‘rsatish uslibi, odamlarning tabiat bilan uzviy aloqadorligi hamda xorijiy turistlarni jalb qilishi imkoniyati haqidagi ma’lumotlar yoritib berilgan.

Kalit so‘zlar: dunyoning noodatiy va g‘aroyib mehmonxonasi, «Giraffe Manor» mehmonxonasi, Rothschild jirafalari, Nayrobi qo‘riqxonasi.

Аннотация: В статье рассказывается об отеле Giraffe Manor Hotel, одном из самых необычных и причудливых отелей в мире, его уникальном стиле обслуживания, его тесной связи с природой и возможности привлечения иностранных туристов.

Ключевые слова: самый необычный и причудливый отели мира, отель Giraffe Manor, жирафы Ротшильда, заповедник Найроби.

Abstract: The article tells about the Giraffe Manor Hotel, one of the most unusual hotels in the world, its unique style of service, its close connection with nature and its potential to attract foreign tourists.

Keywords: most unusual and unique hotels in the world, Giraffe Manor, Rothschild giraffes, Nairobi nature reserve.

Bugungi kunda an’anaviy mehmonxonalardan charchagan sayyohlar tanlashi uchun juda ko‘p imkoniyatlarga ega. Turistlarni tunab qolishlari uchun mehmonxonaga jalb qilishni istagan turli mehmonxonalar yaratuvchilarning tasavvurlari bejiz emas. Uzoq vaqt davomida eng g‘ayrioddiy joylar va