

ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ
ОЛИЙ ТАЪЛИМ, ФАН ВА ИННОВАЦИЯЛАР ВАЗИРЛИГИ
ТОШКЕНТ МОЛИЯ ИНСТИТУТИ



“ТУРИЗМ СОҲАСИГА САЙЁҲЛАРНИ ЖАЛБ ҚИЛИШДА МИЛЛИЙ
ҲУНАРМАНДЧИЛИК МАҲСУЛОТЛАРИНИ РИВОЖЛАНТИРИШ
ИСТИҚБОЛЛАРИ”

“ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ РЕМЕСЛЕННОЙ
ПРОДУКЦИИ В ПРИВЛЕЧЕНИИ ТУРИСТОВ”

“PROSPECTS OF THE DEVELOPMENT OF NATIONAL CRAFT PRODUCTS IN
ATTRACTING TOURISTS”

МАВЗУСИДА ХАЛҚАРО ИЛМИЙ-АМАЛИЙ АНЖУМАНМАТЕРИАЛЛАРИ ТўПЛАМИ

25 МАРТ 2023 ЙИЛ
ТОШКЕНТ
“TOTISOD-MOLIYA” 2023

**ЎЗБЕКИСТОН РЕСПУБЛИКАСИ
ОЛИЙ ТАЪЛИМ, ФАН ВА ИННОВАЦИЯЛАР
ВАЗИРЛИГИ
ТОШКЕНТ МОЛИЯ ИНСТИТУТИ**



**“ТУРИЗМ СОҲАСИГА САЙЁҲЛАРНИ ЖАЛБ ҚИЛИШДА
МИЛЛИЙ ҲУНАРМАНДЧИЛИК МАҲСУЛОТЛАРИНИ
РИВОЖЛАНТИРИШ ИСТИҚБОЛЛАРИ”**

**“ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ НАЦИОНАЛЬНОЙ
РЕМЕСЛЕННОЙ ПРОДУКЦИИ В ПРИВЛЕЧЕНИИ
ТУРИСТОВ”**

**“PROSPECTS OF THE DEVELOPMENT OF NATIONAL
CRAFT PRODUCTS IN ATTRACTING TOURISTS”**

**МАВЗУСИДА ХАЛҚАРО ИЛМИЙ-АМАЛИЙ АНЖУМАН
МАТЕРИАЛЛАРИ ТЎПЛАМИ**

25 МАРТ 2023 ЙИЛ

**ТОШКЕНТ
“IQTISOD-MOLIYA”
2023**

MILLIY HUNARMANDCHILIK MAHSULOTLARINI SOTISHDA RAQAMLI MARKETING O'RNI

Ergasheva Aziza Farmonovna
Buxoro davlat universiteti tayanch doktoranti
Elektron manzili: azizaergasheva1986@gmail.com

Barcha o'lchamdagi korxonalar o'z faoliyatini boshqarish uchun zamonaviy axborot kommunikasiya texnologiyadan foydalanmoqda. Kuchli raqobat sharoitida raqobatchilar soni tadbirkorlar uchun muhim omil hisoblanadi.

Mavzuning dolzarbligi: Keyingi yillarda O'zbekiston Respublikasi hukumati va Prezidenti tomonidan ushbu sohani qo'llab-quvvatlash maqsadida bir qator qonun va qarorlar qabul qilinib kelinmoqda. Bunga yaqqol misol tariqasida O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 28.01.2022 yildagi PF-60-sonli: "2022 – 2026 yillarga mo'ljallangan yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida" farmonida keltirilgan davlat dasturida xususiy sektorning eksportdagi ulushini oshirish, shuningdek dasturning ustuvor yo'nalishlar, maqsadlar va vazifalarida hunarmandlar mahsulotlarini jahon elektron savdo maydonchalariga chiqarish va reklama qilish xarajatlarini eksportni rag'batlantirish agentligi mablag'lari hisobidan qoplab berish kabi amalga oshirish mexanizmlari ta'kidlab o'tilgan⁷³.

Maqsadli bozorga erishish, sotish va foydani yaxshilash uchun tegishli marketing va media usullari qo'llaniladi. Raqamli marketing keng ommaga turli xildagi mahsulot va xizmatlarni targ'ib qilishning eng mashhur usullaridan biridir. Ular asta-sekin an'anaviy marketing paradigmasidan voz kechib, zamonaviyroq bo'lgan raqamli marketing foydasiga almashmoqda. Raqamli marketing natijasida korxonalar istalgan yo'nalishda operatsiyalarni amalga oshirishlari mumkin. Kichik va o'rta korxonalar chatga asoslangan ijtimoiy media foydalanuvchilari soni ortib borayotganidan, shuningdek, chatga asoslangan ijtimoiy media foydalanuvchilari soni kundan-kunga kengayib borayotganidan foydalanishlari mumkin.

Marketing va operatsion strategiyalar endi bir-biri bilan chambarchas bog'liq. Ham onlayn, ham oflayn marketing harakatlarini o'z ichiga olgan integratsiyalashgan marketing strategiyasi ham korporativ, ham operatsion maqsadlar uchun foydali bo'ladi. 2022-yil boshida O'zbekistonda internetdan foydalanuvchilar soni 31 mlndan oshganini statistic ma'lumotlarda qayd etilgan. Ulardan 29,5 mln nafari mobil internet orqali tarmoqqa ulanadi. Shuningdek, xalqaro internet-kanalga ulanish tezligi so'nggi ikki yilda 2,6 baravarga oshib, 3200 Gbit/s ga yetganini ham ma'lumot sifatida berilgan⁷⁴.

So'nggi avlod mobil telefonlari yoki smartfonlari allaqachon hunarmandlar tomonidan qo'llaniladi. Bozor segmentatsiyasi tobora kengayib bormoqda, chunki marketing qamrovi raqamli marketingning ko'plab afzalliklari, jumladan, Internet orqali yaxshilangan segmentatsiya bilan kengayadi. U dunyodagi hamma uchun mavjud bo'lganligi sababli, marketing haqida gap ketganda, Internetning geografik chegaralari yo'q.

⁷³ <https://lex.uz/uz/docs/-5841063>

⁷⁴ <https://www.gazeta.uz/oz/2022/12/15/internet-users/>

Mavzudagi mavjud muammolar: Marketing tashabbuslari uchun javobgarlikning yuqori standartlari o'rnatilgan. Ijtimoiy medianing internet texnologiyasi orqali hunarmandlar faoliyatlari haqida ma'lumot berishlari va hamkasblari bilan uchrashishlarini baham ko'rishlari mumkin. Zamonaviy dunyoda ma'lumot topish, u haqida o'qish, suhbatlashish va boshqalar bilan baham ko'rish haqida gap ketganda, ijtimoiy media katta o'zgarishlarni anglatadi. Ijtimoiy tarmoqlarning qulayligi va odamlar uchun shaxsiy aloqalar, siyosat va biznes orqali onlayn ulanish imkoniyati tufayli u tobora ommalashib bormoqda. Bundan tashqari, ijtimoiy media ijtimoiy muloqot uchun platforma bo'lib xizmat qiladi.

Hunarmandlar ijtimoiy tarmoqlardan turli yo'llar bilan foydalanishdan katta foyda olishlari mumkin, jumladan, mijozlar bilan to'g'ridan-to'g'ri muloqot qilish, ularning ishini targ'ib qilish, mijozlarning xohishlarini kuzatish va qabul qilish kabilar. Ijtimoiy tarmoqlardan uy sektori buyumlari uchun marketing vositasi sifatida foydalanish hunarmandlar uchun katta muvaffaqiyat bo'ldi.

Hunarmandlarning mahsulot ishlab chiqarishda, iste'molchilar va mijozlar, distribyutorlar bilan muloqot qilishda ijtimoiy tarmoqlardan foydalanishda davom etishi hamda savdo hajmining oshishiga olib keladigan kengroq bozor tarmog'ini rivojlantirish harakatlantiruvchi omillardan biridir.

Raqamli ommaviy axborot vositalari har qanday biznes sohasida B2B va B2C aloqalari uchun muvaffaqiyatli kanal sifatida qaraladi. Hunarmandlarning aksariyati raqamli media, ijtimoiy media va kundalik aloqa uchun internet va muvaffaqiyatli marketing strategiyasi allaqachon foydalanmoqda. Raqamli bo'lishiga qaramay ommaviy axborot vositalari va ayniqsa raqamli marketing eski biznes modeli o'rnini bosadigan muhim vositadir. Tezroq, samaraliroq va qulay aloqa bilan ma'lumotlarning yaxshiroq mavjudligini ta'minlaydi potentsial mijoz va xarajatlarni tejash, u hali ham ba'zi hududlarda amalga oshirilmaydi. Bu raqobatbardosh bo'lmagan muhit, noqulay narxlar va past ishlab chiqarish quvvatiga olib kelishi mumkin. Bu muammo O'zbekistondagi an'anaviy hunarmandchilik qishloqlari, O'zbekistonda turizmning kengayishi bilan an'anaviy hunarmandchilik yodgorlik san'atiga aylandi va bu o'zgarish tufayli u tashqi bozorni qondiradi.

Shunday qilib, hunarmandchilik mahsulotlarini sotishni qo'llab-quvvatlash kerak va milliy va xalqaro mijozlarga erishish uchun zamonaviy tarzda targ'ib qilinishi zarur. Raqamli marketingning samarali instrumentlaridan biri - bu veb-marketing bo'lib, u hunarmandchilik mahsulotlari savdosiga sezilarli ta'sir ko'rsatishi mumkin. Boshqaruv salohiyati maqsadli auditoriyaga erishish uchun turli marketing kanallaridan foydalanilsa maqsadga muvofiq bo'lar edi.

Hunarmandchilik sanoatida raqamli marketingning ta'siri sifatida quyidagilarni ko'rsatish mumkin:

- elektron tijorat mijozlar bilan muloqot qilishning oson usuli sifatida;
- xarajatlarni kamaytiradi va vaqtni tejaydi;
- hunarmand hech qanday to'siqlar internet orqali global yo'nalishda bozorga kirib boradi;
- sotishni oshirishda katta imkoniyatlar;
- aniqroq maqsadli bozorlar;
- yaxshilangan marketing tadqiqotlari olib boorish uchun imkoniyat;
- bozorga kirish to'sig'ining yo'qligi;

- mijozlarning sodiqligini shakllantirish kabilar.

Raqamli marketingdan hunarmandchilikda foydalanishda bir qancha elementlar ta'sir qiladi. Hunarmandchilik korxonalari “tezkorlik” tufayli boshqa marketing muammolariga duch kelmoqda iste'molchilarning xohish-istaklari va didlarining o'zgarishi, reklama va reklamaning noto'g'riligi, to'lovsiz narx belgilash va vositachilar tomonidan ekspluatatsiya kabilar.

Muammoni hal qilish usullari: Yuqorida ko'rsatilgan muammolarni hal qilish uchun quyidagi takliflarni ko'rsatish mumkin:

- xodimlarni malakasini oshirish, hunarmandchilik mahsulotlarni onlayn savdoga chiqarish va ularning raqobatbardoshligini oshirishda maslahatlar berish;
- zamonaviy boshqaruv texnologiyalarini joriy etish va sifat standartlari tashkil etish;
- marketing tadqiqotlari va konsalting, chet elda savdo ko'rgazmalari ishtirok etishni rag'batlantirish;
- bozorni o'rganish;
- hunarmandchilik mahsulotlari tashqi ko'rinishini takomillashtirish va qadoqlash tizimlarini joriy etish;
- hunarmandchilik mahsulotlari sifatini yaxshilash;
- hunarmandchilik mahsulotlari assortimentini kengaytirish kabilar.
- yuridik maslahat, hujjatlarni rasmiylashtirish bo'yicha bir qancha chora-tadbirlar tashkil etish zarur.

Ilmiy asoslangan taklif va tavsiyalar: O'zbekistonda faoliyat yuritayotgan hunarmandlarning daromadini oshirish, global bozorga kirishini qo'llab-quvvatlash uchun raqamli marketingni qo'llash uchun quyidagi chora-tadbirlarni amalga oshirishni tavsiya etgan bo'lar edik:

- turistik bozorlar uchun mahsulot ishlab chiqish;
- chakana savdo do'konlarini boshqarish, sotish bo'yicha treninglar;
- import qilinadigan mahsulotlar bilan raqobatlashish uchun brendni rivojlantirish kampaniyasi;
- turoperatorlar, mehmonxonalar, sayohat yo'riqnomalari va onlayn sayohat saytlari bilan ishlash;
- festivallar va tadbirlar uchun chakana savdo nuqtalari haqidagi bilimlarni oshirish kabi chora-tadbirlar amalga oshirilsa maqsadga muvofiq bo'lar edi.

Yuqorida ko'rsatilgan chora-tadbirlar davlat tomonidan rag'batlantirilsa, hunarmandlar faoliyatini yaxshilash va kelajakda kengaytirishga imkon yaratilgan bo'lar edi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Farmonovna, E. A., Mirjonovna, T. A., & Aminovna, J. G. (2020). National handicrafts and tourism. Вопросы науки и образования, (9 (93)), 23-26.
2. Ergasheva, A. (2021). A HANDICRAFT AND TOURISM INDUSTRY. ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz), 3(3).
3. Farmonovna, E. A. (2021). Impact of Globalization in a Handicraft Perspective in Uzbekistan. Spanish Journal of Innovation and Integrity, 1, 9-13.

4. Farmonovna, E. A. (2021). Prospectuses for the Development of National Handicrafts in Uzbekistan. Academic Journal of Digital Economics and Stability, 12, 85-92.

5. Эргашева, А. (2021). GLOBALLASHUVNING HUNARMANDCHILIK ISTIQBOLIGA TA'SIRI. ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu.uz), 8(8).

6. Farmonovna, E. A., Mirjonovna, T. A., & Aminovna, J. G. (2020). National handicrafts and tourism. Вопросы науки и образования, (9 (93)), 23-26.

MARG'ILON IPAKCHILIGINING TURISTIK AHAMIYATINI OSHIRISH.

Sultonova Nazokatxon Otabek qizi

Farg'ona davlat universiteti talabasi .

Sayyohlik (turizm) sohasi dunyo iqtisodining eng jadal rivojlanayotgan sohalaridan biridir. Uning keng qamrovli taraqqiyoti esa, ko'plab mamlakatlar uchun katta daromad manbaiga aylanib bormoqda. BMTning Jahon sayyohlik tashkiloti ma'lumotida 2015 yilda dunyo bo'yicha 1 milliard 184 million sayyoh qayd etilgan bo'lsa, 2016 yil yakuni bo'yicha bu ko'rsatkich 1 milliard 235 millionga ya'ni, 3.9 foizga oshgan. Sayohatchilarga ko'rsatilgan eksport xizmatlari qiymati 2015 yilda qariyb 1,5 trillion AQSh dollarini tashkil qilgan. 2016–2017 yillarda ham bu raqamlarda katta tafovutni ko'rish mumkin.

Farg'ona xususan Marg'ilon shahri qadim qadimdan ipakchilik markazi hisoblangan . 2022-yil Qo'qon yog'och o'ymakorligi ,Buxoro zardo'zlik sohasi bo'yicha “ Jahon ipak va ikat hunarmandlar shahri maqomini olgan bo'lsa qadim Marg'ilon ipakchilik sohasi bo'yicha ushbu ushbu maqomga erishdi . Bungi kunda bu yerda tashkillangan “ Oltin ipak karvonsaroyi „turistik markazi nafaqat ichki turistik faoliyatni tashkillashga balki butun dunyoni o'ziga mahliyo etishga erishmoqda . Prezidentimiz SH.M.Mirziyoyev shu yilning fevral oyida Farg'onaga tashrifi chog'ida aynan mana shu markaz faoliyati bilan tanishib chiqqan va unga yuksak baho bergan edi.Ushbu muzey qadim o'zbek xonadoning ko'rinishini eslatib u yerga dastlab kirgan odam ,milliylik ,qadimiy tarix bilan yuzlashadi.

Marg'ilon ipakchilik hududini katta turistik markazga aylantirish va turistlarni ko'proq jalb qilish uchun :

- Marg'ilon hududida “Oltin ipak karvonsaroyi „ singari hovli-muzeylar sonini ko'paytirish ,alohida mahalla tashkillash lozim ,ushbu mahalla-muzeyga kirgan inson o'zini butunlay tarixga tushib qolganday his etishi kerak ;

	ЮҚОРИ МАЛАКАЛИ КАДРЛАР ТАЙЁРЛАШНИНГ	
55	<i>Xonkeldiyeva.K,Sultonova.N.</i> TURIZM SOHASIGA SAYYOHNLARNI JALB QILISHDAN HUNARMANDCHILIKDAN FOYDALANISH.....	233
56	<i>Vaxramov.A</i> OPPORTUNITIES FOR THE DEVELOPMENT OF DIGITAL TOURISM IN INDUSTRIAL ENTERPRISES IN UZBEKISTAN.....	236
57	<i>Н.А.Алиева , М.Д.Глеумуратова</i> РОЛЬ ШЕЛКОВОДСТВА ПО УВЕЛИЧЕНИЮ ЭКСПОРТНОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕМЕСЛЕННИКОВ ДЛЯ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ТУРИСТОВ....	242
58	<i>Ibragimov.N</i> HUNARMANDLARNING EKSPORT SALONIYATINI OSHIRISH MAMLAKATGA SAYYOHNLARNI JALB QILISH VOSITALARIDAN BIRI SIFATIDA....	245
59	<i>Хонкелдиева Г, Каххорова М.</i> РАЗВИТИЕ ЭКОТУРИЗМА ПРИНЦИПЫ И МЕТОДЫ ЭФФЕКТИВНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	250
60	<i>Хонкелдиева Г, Каххорова М</i> ХАРАКТЕРИСТИКА АГРОТУРИСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ И ПРОЦЕССЫ ЕЁ ОРГАНИЗАЦИИ И УПРАВЛЕНИЯ.....	253
61	<i>Мухамеджанова.М</i> О'ZBEKISTON TURIZMINI MUSTAQIL VA UYUSHGAN SAYYOHNLAR SEGMENTIGA MOSLASHTIRISH.....	257
62	<i>Ходжаева Д.</i> КЛАССИФИКАЦИЯ И ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ СЕЛЬСКОГО ТУРИЗМА.....	259
63	<i>Ergashev J,Xolmatovov.D</i> THE IMPACT OF DIGITAL MARKETING TO TOURISM ВЛИЯНИЕ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА НА ТУРИЗМА RAQAMLI MARKETINGNI TURIZMGA TA'SIRI.....	264
64	<i>Axrorova N,Mamatov.M</i> TURIZM VA MILLIY HUNARMANDCHILIKNI RIVOJLANTIRISHDA RAQAMLI MARKETINGDAN FOYDALANISHNING AHAMIYATI....	266
65	<i>Ergasheva.A</i> MILLIY HUNARMANDCHILIK MAHSULOTLARINI SOTISHDA RAQAMLI MARKETING...	269
66	<i>Sultanova M.</i> MARG'ILON IPAKCHILIGINING TURISTIK AHAMIYATINI OSHIRISH.....	272
67	<i>Кулибоев А.</i> ТИББИЙ ТУРИЗМНИ РИВОЖЛАНТИРИШ ВА УНИНГ МАМЛАКАТ ИҚТИСОДИЁТИГА ТАЪСИРИ.....	275
68	<i>Ivanovich.K,Saminjonov.A</i> МАМЛАКІТІМІЗДА TURIZM	278