



4. Hasanov, S. (2019). Arab va o‘zbek tillarida fe’l va otning sintaktik vazifalari. Toshkent: Fan va Ta’lim.
5. Yusupov, M. (2016). O‘zbek tilida sintaksis va qiyosiy tahlil. Toshkent: Universitet nashriyoti.
6. Mirzaev, D. (2020). O‘zbek va arab tillarining sintaktik qiyosiy tahlili. Toshkent: Fan nashriyoti.

JIZZAX VILOYATI TURISTIK SALOHİYATINI RIVOJLANTIRISHDA RAQAMLI MARKETING STRATEGİYALARINING AHAMIYATI

Oqilova Iroda Baxodir qizi
Sambhram universiteti magistranti

Annotatsiya: Mazkur tezisda Jizzax viloyati turistik salohiyatini rivojlantirishda raqamli marketing strategiyalarining roli yoritiladi. Hududning ekoturistik yo‘nalishlari (Zomin milliy bog‘i, Forish tog‘lari, O‘smat dam olish maskani, Zomin sanatoriysi), tarixiy ob‘ektlari va rekreatsion resurslarini targ‘ib qilishda raqamli platformalar, ijtimoiy tarmoqlar, SEO, SMM, kontent marketingi va onlayn bron tizimlarining qo‘llanilishi tahlil qilinadi.

Kalit so‘zlar: raqamli marketing, turizm, Jizzax viloyati, SMM, SEO, hudud marketingi, turistik salohiyat, raqamli reklama.

ЗНАЧЕНИЕ СТРАТЕГИЙ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА В РАЗВИТИИ ТУРИСТИЧЕСКОГО ПОТЕНЦИАЛА ДЖИЗАКСКОЙ ОБЛАСТИ

Окилову Ироду Баходир кизи
Магистрант Университета Самбрам

Аннотация: В данном тезисе освещается роль стратегий цифрового маркетинга в развитии туристического потенциала Джизакской области. Проанализировано использование цифровых платформ, социальных сетей, SEO, SMM, контент-маркетинга и систем онлайн-бронирования в продвижении экотуристических направлений региона (Зааминский национальный парк, горы Фориш, курорт Усмаат, санаторий Заамин), исторических объектов и рекреационных ресурсов.

Ключевые слова: цифровой маркетинг, туризм, Джизакская область, SMM, SEO, маркетинг региона, туристический потенциал, цифровая реклама.

THE SIGNIFICANCE OF DIGITAL MARKETING STRATEGIES IN THE DEVELOPMENT OF THE TOURIST POTENTIAL OF THE JIZZAKH REGION

Okilova Iroda Bakhodir kizi
Master's student at Sambram University

Abstract: This thesis highlights the role of digital marketing strategies in the development of the tourism potential of the Jizzakh region. The use of digital platforms, social networks, SEO, SMM, content marketing, and online booking systems in promoting the region's ecotourism destinations (Zaamin National Park, Forish Mountains, Usmat Resort, Zaamin Sanatorium), historical sites, and recreational resources was analyzed.

Keywords: digital marketing, tourism, Jizzakh region, SMM, SEO, marketing of the region, tourism potential, digital advertising.

Jizzax viloyati O‘zbekistonning markaziy hududlaridan biri bo‘lib, o‘zining tabiiy boyliklari, tarixiy yodgorliklari, shifobaxsh maskanlari va ekologik turizm imkoniyatlari bilan ajralib turadi. Viloyat hududida Zomin milliy bog‘i, Forish tog‘lari, O‘smat etnoturizm zonalari, Sarmishsoy petrogliflari, shuningdek ko‘plab madaniy-tarixiy obidalar mavjud. So‘nggi yillarda turizmni rivojlantirish davlat siyosatining ustuvor yo‘nalishlaridan biriga aylangani sababli, Jizzax viloyati turizm sektorini targ‘ib qilishda raqamli marketing strategiyalarining roli keskin oshib bormoqda.



Bugungi zamonda turistlarning katta qismi sayohat yo‘nalishlarini Internet orqali izlaydi, taqqoslaydi va bron qiladi. Shuning uchun hududning turistik salohiyatini rivojlantirishda raqamli platformalar, onlayn reklama, ijtimoiy tarmoqlar va smart-tehnologiyalarning qo‘llanilishi muhim ahamiyat kasb etadi.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti tomonidan qabul qilingan “2022–2026-yillarga mo‘ljallangan Yangi O‘zbekiston taraqqiyot strategiyasi”da turizmni innovatsion yondashuvlar asosida rivojlantirish, marketing tizimini kuchaytirish va hududlarning turistik salohiyatini keng targ‘ib qilish ustuvor yo‘nalish sifatida belgilangan [1]. Jizzax viloyati tabiiy-iqlim resurslari, ekologik turizm uchun qulay hududlari va tarixiy ob‘ektlari bilan turizm salohiyati yuqori hududlardan biri hisoblanadi. Mazkur salohiyatni samarali namoyon qilishda raqamli marketing strategiyalari muhim o‘rin tutadi.

Raqamli marketing — turistik xizmatlarni internet, mobil ilovalar, ijtimoiy tarmoqlar, onlayn bron qilish tizimlari va raqamli reklama vositalari orqali targ‘ib qilish jarayonidir [2]. Bu yondashuv an‘anaviy marketingdan farqli ravishda tezkor, interaktiv va auditoriyani aniq segmentlash imkoniyatiga ega. Jizzax viloyatida ayniqsa Zomin milliy bog‘i, O‘smat dam olish maskani va Forish tog‘ tizmasi bo‘yicha raqamli kontent (foto, video, virtual tur, dron tasvirlari) yaratish turistlar qiziqishini sezilarli darajada oshirmoqda.

Zomin milliy bog‘i O‘zbekistonning eng yirik ekoturizm hududlaridan biri sifatida marketing kampaniyalarida asosiy brend obyekt bo‘lib xizmat qilmoqda. A.Hasanovning “Turizm industriyasi menejmenti” nomli ilmiy ishida ta’kidlanishicha, ekoturizmni targ‘ib qilishda raqamli media vositalari, ayniqsa ijtimoiy tarmoqlar orqali muloqot samaradorligi an‘anaviy reklama vositalaridan bir necha baravar yuqori natija beradi [3].

Jizzax viloyati turistik ob‘ektlarini raqamli bozorga olib chiqishda SEO (qidiruv tizimlarini optimallashtirish) muhim ahamiyat kasb etadi. “Zomin tog‘lari turpaket”, “Forish ekoturizm”, “Jizzax dam olish maskanlari” kabi kalit so‘zlar bo‘yicha onlayn qidiruv natijalarini yuqori o‘ringa olib chiqish turistlarning axborotga bo‘lgan kirishini yengillashtiradi [4]. Shuningdek, SMM (ijtimoiy tarmoqlar marketingi) orqali hududning turistik brendini shakllantirish jarayoni samaradorligi kuchayadi.

O‘zbekiston Milliy PR Assotsiatsiyasi ma’lumotlariga ko‘ra, mamlakatda turizm mahsulotlarini ijtimoiy tarmoqlar orqali targ‘ib qilish samaradorligi 35–40 % gacha, turistlar oqimini oshirish ko‘rsatkichi esa 20–25 % gacha formlar ko‘rsatgan [5]. Jizzax viloyatida ham aynan raqamli platformalar orqali targ‘ib qilish kampaniyalarini kuchaytirish orqali turistlar sonini sezilarli oshirish imkoniyatlari mavjud.

Mahalliy tadqiqotchi M.Yo‘ldoshevning fikriga ko‘ra, hududiy turizmni rivojlantirishda hudud marketingi, branding va vizual identifikatsiya (logo, brend-stil)ni yaratish turistlarning hudud haqidagi tasavvurida barqaror obraz shakllanishiga yordam beradi [6]. Jizzaxni “Ekoturizm markazi” sifatida pozitsiyalash, “Zomin – O‘zbekiston Shveysariyasi” kabi brend sloganlardan foydalanish raqamli reklamada yuqori samara beradi.

Onlayn booking tizimlarining joriy etilishi Jizzax turistik xizmatlar ko‘rsatish sohasining raqobatbardoshligini oshiradi. Bron qilish jarayonini avtomatlashtirish, to‘lov tizimlarini integratsiya qilish, mijozlar sharhlarini ko‘rsatish turistlarning qaror qabul qilishda ijobiy ta’sir ko‘rsatadi. Bu holat turizm xizmatlari bozorida shaffoflikni oshirishga xizmat qiladi.

Xulosa qilib aytganda, Jizzax viloyati turistik salohiyatini rivojlantirishda raqamli marketing strategiyalarini keng qo‘llash hududning global va mahalliy bozorda ko‘rinuvchanligini kuchaytiradi, turistlar oqimini barqaror oshiradi, xizmatlar sifatini yaxshilaydi va iqtisodiy faollikni rag‘batlantiradi. Raqamli marketing texnologiyalari hudud turizmining yangi bosqichga ko‘tarilishida asosiy omillardan biri bo‘lib qolmoqda.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. “Yangi O‘zbekiston taraqqiyot strategiyasi – 2022–2026”. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Farmoni.
2. Abduqodirov A.A. “Marketing asoslari”. – Toshkent: Iqtisodiyot, 2021.
3. Hasanov A. “Turizm industriyasi menejmenti”. – Toshkent: Turon-Iqbol, 2020.
4. Qo‘ziev M., Rashidov S. “Raqamli iqtisodiyot va marketing”. – Toshkent: Fan va texnologiya, 2022.
5. O‘zbekiston Milliy PR Assotsiatsiyasi. “Digital Marketing O‘zbekiston – yillik tahliliy sharh”, 2023.
6. O‘rmonjonov Azizbek Muhammadjon o‘g‘li. (2025). INKLYUZIV TA’LIM SHAROITIDA MUSIQA SAVODXONLIGINI SHAKLLANTIRISHDA MULTIMODAL YONDASHUVNING PEDAGOGIK IMKONIYATLARI. TA’LIM VA TARAQQIYOT, 4(4), 380-388.
7. R.A.Tursunov. (2025). IJTIMOIIY ONG VA MA’NAVIYAT UYG‘UNLIGINING IJTIMOIIY MUHITGA TA’SIRI. ZAMONAVIIY FAN: INNOVATION YONDASHUVLAR VA YOSH TADQIQOTCHILARNING DOLZARB IZLANISHLARI, 1(1), 16-19.



8. Yo‘ldoshev M. “Hududiy turizmni rivojlantirishda strategik boshqaruv”. – Toshkent: Innovatsiya-Ziyo, 2021.

AYOLLAR MEHNATINI TASHKIL ETISHNI BOSHQARISH STRATEGIYASI

Nabixo‘jayeva Dilafruz Sobir Qizi

Sambhram universiteti o‘qituvchisi

Annotatsiya: Ushbu maqolada boshqaruv tizimida ayollarning ishtiroki va uni ta’minlashni davlat tomonidan tartibga solishning turli vositalari keltirilib, iqtisodiyotning real talablaridan kelib chiqqan holda, ayollar mehnatini tashkil etish, samarali ish bilan bandligini ta’minlashning ijtimoiy-iqtisodiy mexanizmlarini takomillashtirishga doir tavsiyalar taklif qilingan.

Kalit so‘zlar: boshqaruvda ayollarning ishtiroki, ish bilan bandligi, gender tengligi, ishchi kuchiga talab va taklif, ijtimoiy-iqtisodiy mexanizmlar, ayollar ish bilan bandligini tashkil etish strategiyasi.

СТРАТЕГИЯ УПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИЕЙ ТРУДА ЖЕНЩИН

Набиходжаеву Дилафруз Собир Кизи

Преподаватель Университета Самбрама

Аннотация: В данной статье приведены различные способы государственного регулирования участия женщин в системе управления и его обеспечения, исходя из реальных потребностей экономики, предложены рекомендации по совершенствованию социально-экономических механизмов организации женского труда и эффективной занятости.

Ключевые слова: участие женщин в управлении, занятость, гендерное равенство, спрос и предложение рабочей силы, социально-экономические механизмы, стратегия организации женской занятости.

STRATEGY FOR MANAGING THE ORGANIZATION OF WOMEN'S LABOR

Nabikhodzhaeva Dilafruz Sobir Qizi

Teacher at Sambhram University

Abstract: In this article, various means of state regulation of women's participation in the management system and its provision are given, based on the real demands of the economy, recommendations are offered to improve the socio-economic mechanisms of women's labor organization and effective employment.

Key words: women's participation in management, employment, gender equality, demand and supply of labor force, socio-economic mechanisms, strategy for organizing women's employment.

Jahonning rivojlangan mamlakatlarida axborot texnologiyalari va robotatexnika tobora rivojlanib borayotgan 4,0 sanoat inqilobi davrida aholisning bandligi, jumladan, ayollarning ish bilan bandligi borasidagi tizimli vazifalarni tadqiq qilish muhim dolzarb ahamiyatga ega bo‘lib bormoqda. O‘zbekiston Respublikasida ham keyingi yillarda olib borilayotgan islohotlarda xotin-qizlarning ta’lim va kasbiy ko‘nikmalar olishlari, munosib ish topishlariga har tomonlama ko‘maklashish, tadbirkorligini qo‘llab-quvvatlash, iqtidorli yosh xotin-qizlarni aniqlash va ularning qobiliyatlarini to‘g‘ri yo‘naltirish, bu borada gender tenglikni ta’minlash siyosatini davom ettirish, oilalarda ma’naviy-axloqiy muhitni yaxshilash va ularning farovonlik darajasini oshirish singari vazifalarga alohida e’tibor qaratilmoqda. Xususan, 2017 yilda boshqaruv sohasida xotin-qizlar o‘rtacha 20 foizni tashkil etgan bo‘lsa, hozirda bu raqam 35 foizga etdi. Oliy Majlis Qonunchilik palatasi deputatlarining 38 foizini, Senat a’zolarining 27 foizini ayollar tashkil etmoqda.

O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti ta’kidlaganidek, “Ayollarning davlat boshqaruvi va parlament faoliyatidagi ishtiroki kuchaygani jamiyatimiz rivojiga ham ijobiy ta’sir etayotganini hayotning o‘zi