



ISSN 2091-5187

СЕРВИС

№2

ИЛМИЙ-АМАЛИЙ
ЖУРНАЛ

2025



СЕРВИС

ИЛМИЙ-АМАЛИЙ ЖУРНАЛ 2025 йил, 2-сони

Муассис: Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти

Ўзбекистон Матбуот ва ахборот агентлиги томонидан 2008 йил 31 декабрда
0561-рақам билан рўйхатга олинган.

ЎзР ОАК Риёсатининг 19.03.2017 й., 239/5-сонли қарори билан эътироф этилган

**Тахририят ижодий
жамоаси:**

Бош муҳаррир:

и.ф.д., проф. М.Э.Пўлатов

Бош муҳаррир

ўринбосари:

и.ф.н., проф. Д.Х.Асланова

Масъул котиб:

и.ф.д., проф. М.Қ.Пардаев

Муҳаррирлар:

и.ф.д., доцент Ф.А.Сафаров

PhD, доцент И.М.Пардаева

PhD, И.Ш.Эрназарова

Техник муҳаррир:

и.ф.н., проф. А.Н.Холиқулов

Корректор:

PhD, доц. С.А.Бабаназарова

Саҳифаловчи:

PhD Х.Н.Очилова

1 йилда 4 маротаба
чоп этилади.

Ўзбекистон худудида
тарқатилади.

Тахририят манзили:

140100, Самарқанд шаҳар,
Амир Темур кўчаси, 9-уй,

тел.: +998(66)233-28-38,

+998(97)913-74-40

факс: +998(366)231-12-53

эл.почта:

samisiservis@mail.ru

Тахририят кенгаши раиси:

М.Э.Пўлатов – Самарқанд иқтисодиёт ва сервис
институти ректори, и.ф.д., профессор

Тахририят кенгаши раиси ўринбосари:

Д.Х.Асланова – СамИСИ илмий ишлар ва
инновациялар бўйича проректори, и.ф.н., профессор

Тахрир кенгаши аъзолари:

Б.А.Бегалов – Ўзбекистон Республикаси Президенти
ҳузуридаги Статистика агентлиги директори, и.ф.д.,
профессор

М.Қ.Пардаев – СамИСИ профессори, и.ф.д.

Б.К.Ғоибназаров – и.ф.д., профессор.

М.М.Мухаммедов – СамИСИ профессори, и.ф.д.

Д.Р.Зайналов – СамИСИ профессори, и.ф.д.

О.М.Муртазаев – ТДИУ СФ директори, и.ф.д., проф.

М.Р.Болтабаев – ТДИУ профессори, и.ф.д.

Р.Х.Эргашев – ҚарМИИ профессори, и.ф.д.

И.С.Тўхлиев – СамИСИ профессори, и.ф.д.

К.Б.Уразов – СамИСИ профессори, и.ф.д.

Қ.Ж.Мирзаев – СамИСИ профессори, и.ф.д.

Б.И.Исроилов – ТДИУ профессори, и.ф.д.

Г.М.Шодиева – СамИСИ профессори, и.ф.д.

Б.Абдукаримов – СамИСИ профессори, и.ф.н.

Р.Қобилов – Самарқанд вилояти ҳокими ўринбосари

С.Н.Тошназаров – СамИСИ профессори, и.ф.д.

Р.Н.Нормахматов – СамИСИ профессори, т.ф.д.

А.Бектемиров – СамИСИ профессори, и.ф.д.

О.М.Пардаев – СамИСИ профессори, и.ф.д.

М.Т.Алимова – СамИСИ профессори, и.ф.д.

З.Дж. Адилова – ТДИУ профессори, и.ф.д.

Ш.О.Қувондиқов – СамИСИ профессори в.б., иқтисод
фанлари доктори

Л.Н.Халикова – СамИСИ профессори, DSc

Ф.А.Сафаров – СамИСИ доценти, DSc

А.М.Каримова – СамИСИ профессори в.б., DSc

МУНДАРИЖА:

НАЗАРИЯ ВА МЕТОДОЛОГИЯ	
Кнарлик Карапетовна Арабян, Дилбар Хасановна Асланова, Мария Валерьевна Рубель Развитие предпринимательского мышления: опыт платформы системного развития «Бизнес созидание»	5
Мамаюнус Қаршибаевич Пардаев, Обид Мамаюнусович Пардаев Креатив иқтисодиёт индустриясининг мазмуни ва унинг назарий масалалари	10
Дилдора Собиржонова Джураева Пути повышения уровня жизни населения в Республике Узбекистан: теоретико-методологический анализ и практические рекомендации	19
G'olib Sultonmurodovich Mustafoyev, Sabina Baxtiyor qizi Xudoyberdiyeva Zamonaviy xalqaro iqtisodiy munosabatlarni shakllantiruvchi asosiy omillar	24
Аскар Хайдарович Джумаев Хулқ-атвор иқтисодиётининг қисқача мазмун-моҳияти, аҳамияти ва истиқболлари	28
Анвар Нематович Холиқулов Сервис фаолияти маданияти тушунчасининг назарий талқини	31
ИННОВАЦИЯ ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ	
Комил Бахрамович Уразов, Мадина Шайманкуловна Хушмуродова Тенденции развития электронной торговли в Узбекистане	35
Dilafroz Marufovna Vofaxojayeva Tibbiyot turizmini rivojlantirishda raqamlashtirishning o'rnini	39
Наргиза Музафаровна Бабаева Инновацияларнинг Ўзбекистон иқтисодий ривожланишидаги роли	45
САНОАТ ВА ҚИШЛОҚ ХЎЖАЛИГИ	
Muxitdin Abduxamidovich Aynakulov Agroklasterni tashkiliy jihatdan optimallashtirish negizidagi kooperatsion aloqa usullari, yo'nalish va mexanizmlari	50
Umar Xudayberdiyev, Marifat Umarovna Xudoyberdiyeva O'zbekistonda go'sht yetishtirishdagi muammolar va ularning yechimi	53
Boburmirzo Botirovich Abduvaxobov Sutni qayta ishlash korxonalarida ta'minot zanjiri tizimining tashkiliy mexanizmini takomillashtirish	56
G'ayrat Ablaqulovich Ibragimov, Diyora O'tkir qizi Toshqulova, Shaxnoza G'ayrat qizi Ablakulova Oziq-ovqat mahsulotlari yetishtirishda suv resurslaridan foydalanishning o'rnini	60
Akhror Abdihakimovich Shermatov The importance of intellectual capital in manufacturing enterprises in the economy	64
Barno Asatullojevna Mardanova Sut mahsulotlari ta'minot zanjiri: muammolar, imkoniyatlar va yechimlar	69
Eldor Toshtemirovich Xamdorov, Shuhrat Saidahmadovich Sharifov O'zbekiston qishloq hududlarida maishiy xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirish	74
ХИЗМАТ КЎРСАТИШ ВА СЕРВИС	
Munavvar Farxod qizi Axrorova Samarqand viloyatida tibbiy xizmatlarni davlat-xususiy sherikchiligi asosida takomillashtirishning istiqbollari	77
Sanjar Nasriddinovich Nazarov Raqamli iqtisodiyot sharoitida aloqa-axbarotlashtirish xizmatlarini tashkiliy mexanizmini takomillashtirish	82

<p>K.Urazov, M.Hushmuradova O‘zbekistonda elektron savdoni rivojlanish tendensiyalari</p>	<p>K.Urazov, M.Hushmuradova Trends in the development of electronic commerce in Uzbekistan</p>
<p>Annotatsiya. Ushbu maqolada jahon va respublikamizda ro‘y berayotgan global o‘zgarishlar sharoitida elektron savdoni rivojlantirishning asosiy tendensiyalari ko‘rib chiqilgan; Elektron tijorat holatining sotsiologik tahlili o‘tkazildi, bu bizga elektron tijoratni faollashtirishga yordam beradigan talab o‘zgarishining asosiy tendensiyalarini aniqlash imkonini beradi.</p> <p>Kalit so‘zlar: elektron tijorat bozori, elektron tijoratni rivojlantirish omillari, onlayn savdo va xalqaro platformalarga o‘tish, veb-saytlarni modernizatsiya qilish, rebrending, bozorga o‘tish.</p>	<p>Abstract. This article examines the main trends in the development of e-commerce against the backdrop of global transformations taking place in the world and our republic, a sociological analysis of the state of e-commerce is conducted, which will allow identifying the main trends in demand changes that contribute to the activation of e-commerce.</p> <p>Keywords: e-commerce market, factors in the development of e-commerce, transition to online trading and international platforms, website modernization, rebranding, transformation into marketplaces</p>

Dilafroz Marufovna Vofaxojayeva – TDIUSF “Buxgalteriya hisobi va audit” kafedrasida katta o‘qituvchisi

TIBBIYOT TURIZMINI RIVOJLANTIRISHDA RAQAMLASHTIRISHNING O‘RNI

Anatatsiya. Ushbu maqolada Samarqand viloyatida tibbiy turizm salohiyatini ochib beradigan ijtimoiy tarmoqlardagi ma’lumotlarni iste’molchilar uchun yetarli ekanligi, bu ma’lumotlarning turistlar soniga ta’sir darajasi tahlil qilingan bo‘lib, tibbiy xizmatlarning elektron texnologiyalari orqali amalga oshirilishi, raqamli texnologiyalarning keng joriy etish jarayonlari aholiga tez va sifatli tibbiy xizmat ko‘rsatish, sohani yanada takomillashtirish, tibbiyot xodimlari va bemorlar uchun maqbul shart-sharoitlar yaratishdagi ahamiyati ham yoritilgan. Shu nuqtayi nazardan mazkur maqolada tibbiyot turizmini rivojlantirishda raqamlashtirishning ahamiyati, muammolari tahlili amalga oshirilgan.

Kalit so‘zlar: turizm, tibbiyot, sog‘lomlashtirish, davolash, sayohat, qiymat zanjiri, tur, operator.

Kirish. Kun sayin ortib borayotgan texnologik o‘zgarishlar boshqa barcha sohalar qatori turizm sohasiga ham o‘z ta’sirini o‘tkazmoqda. Rivojlanayotgan texnologiya bilan raqamli vositalardan to‘g‘ri foydalanish sayyohlik biznesiga katta foyda keltiradi. Bundan tashqari, aloqa ham sog‘lomlashtirish turizmida muhim omil hisoblanadi. Aloqa texnologiyalarining rivojlanishi bilan odamlarga barcha turdagi ma’lumotlarning yetib borishi tezlashdi, bundan tashqari internet tarmoqlari sog‘lomlashtirishga yo‘naltirilgan sayohatlarga qiziqishni oshirish va uni targ‘ibotini amalga oshirishda muhim rol o‘ynaydi¹. Bundan tashqari, raqamli texnologiyalar sayyohlar sonini oshirishga, turistlar orasida ishonchni qozonishga va ularning fikr-mulohazalarini olish hamda tahlil qilishga juda katta yordam beradi². Shuningdek, o‘z mamlakatlarida mavjud bo‘lmagan tibbiyot mahsulotlar yoki xizmatlarga cheklanganligi yoki taqiqlangan holatlarning mavjudligi sog‘liqni saqlash turizmi uchun chet elga sayohat qilishga olib keladi³.

Raqamlashtirish butun dunyoni egallayotgan vaqtda yangi terminlar ham fanga kirib kela boshladi. Aynan iqtisodiyotda raqamli iste’molchi atamasi keng egallamoqda. Yangi texnologik vositalarni ishlab chiqish shaxslarni biznes bilan bevosita muloqot qilish orqali faolroq bo‘lishga olib keldi⁴. Raqamli muhitlar butun dunyo bo‘ylab turizm sohasidagi o‘zgarishlarning tez suratlarda o‘zgarishiga, shuningdek, iste’molchilar o‘z tajribalarini bir-birlari bilan baham ko‘rishga zamin yaratadi. Tadqiqotlar shuni ko‘rsatdiki, ijtimoiy tarmoqlardan foydalanadigan

¹ Aydın, O. (2012). An Alternative Tourism in Turkey; Health Tourism. Karamanoğlu Mehmetbey University Journal of Social and Economic Research, 14(23), 91-96.

² Öksüz, B. and Altıntaş, V. (2017). Use of Digital Communication Channels in Health Tourism, Journal of Travel and Hotel Management, 14(1), 59-75. doi:10.24010/soid.303662

³ Howze, K.S. (2007). Note: Medical Tourism: Symptom or Cure?, Georgia Law Review, 41(3), 1013-51.

⁴ Happ, E. and Ivancso-Horvath, Z. (2018). Digital Tourism is the Challenge of Future a New Approach to Tourism. Knowledge Horizons-Economics, 10(2), 9-16.

mijozlar raqobatchilarga qaraganda samaraliroq va muvaffaqiyatliroqdir. So‘nggi yillarda iste‘molchilar Facebook, Twitter va Instagram kabi ijtimoiy media vositalarida ma‘lum bir mahsulotni qidirishlari, kuzatishlari, o‘rganishlari vaqtini tejashga katta yordam bermoqda. Odamlar ushbu ijtimoiy media platformalaridan foydalanish orqali mahsulotlar haqida ma‘lumotni osonroq to‘playdi va o‘z tajribalarini baham ko‘rish orqali fikr almashadi.

Internet va ijtimoiy media vositalari bilan raqamli iste‘molchilar bilan muloqotga kirishish, ularni jalb qilish, reklamalarni jonlantirish, ularning xohishini o‘rganish, ko‘p iste‘molchilarning ehtiyojini aniqlash mumkin. Shu sababli, mamlakatlar va korxonalar ishonchli imidjni tanitishi osonlashmoqda. Globallashuv iste‘molchilarning xulq-atvoriga ta‘sir ko‘rsatdi, bu odamlarga xizmatlarni sotib olish uchun kerakli mahsulotlarni qidirishga imkon beradi. Bu yo‘nalishda aynan tibbiyot turizmi xizmatlarini xarid qilishdan oldin raqamli muhitdan foydalangan holda barcha turdagi ma‘lumotlarni olishlari, tahlil qilishlari, xulosa chiqarishi uchun imkon yaratadi, bu esa sog‘lomlashtirish turizmida raqamli aloqaning qanchalik muhim ekanligini ochib beradi. Shu nuqtayi nazardan, olib borgan tadqiqotlarimizda ba‘zi shifoxonalarning korporativ veb-saytlari va Instagram, Twitter va Facebook kabi ijtimoiy media tarmoqlaridan foydalanish holatini o‘rganib chiqdik.

Mavzuga oid adabiyotlar tahlili. A.R.Ilyasova o‘zining ilmiy-tadqiqotlarida “tibbiy turizm” kategoriyasiga quyidagicha ta‘rif beradi: “tibbiy turizm – bu tibbiy yordam ko‘rsatadigan insonlar va tashkilotlarni qamrab oluvchi tarmoqdir¹. D.V.Rojkovning fikricha, sog‘liqni saqlash – bu ijtimoiy-iqtisodiy va tibbiy tadbirlar majmuidan iborat bo‘lib, uning maqsadi har bir insonning va aholining sog‘lig‘ini tiklash va mustahkamlashga, ishlab chiqarishning ijtimoiy rivojlanishini ta‘minlashga qaratilgan”².

“Akademik Q.X.Abduraxmonovning fikricha, sog‘liqni saqlash tizimi milliy iqtisodiyotimizda aholining sog‘lig‘ini saqlash va ularga tibbiy yordam hamda tibbiy xizmatlar ko‘rsatish bilan jamiyatning ishlab chiqaruvchi kuchlarini kasallikdan saqlash, davolash, reabilitatsiya qilish va sog‘lom tarzda hayot kechirishni targ‘ib qiluvchi tizimdir³.

Saidov M.X., Nasriyev I.I. va boshqalar esa tibbiy xizmatlar-tibbiyot muassasasi tomonidan sug‘rta qilingan shaxsga bir martalik yoki mujassama ambulatoriya va stasionar tibbiy yordam ko‘rsatish, shu jumladan, dori-darmon bilan ta‘minlash, tashxis qo‘yish, davolash kasallik, sog‘liqning boshqacha tarzda izdan chiqishi, homiladorlik, tug‘ish munosabati bilan bemorga qarshi va reabilitatsiyalashdan iboratligi ta‘kidlanadi”⁴.

Solixojayev Z., Alyavi A. va boshqalar tomonidan tayyorlangan “Tibbiyot ensiklopediyasi”da ta‘riflanishicha, sog‘liqni saqlash – aholi sog‘lig‘ini muhofaza qilishga yo‘naltirilgan ijtimoiy, iqtisodiy va tibbiy tadbirlar tizimidan iborat. Sog‘liqni saqlash kasalliklarning oldini olish va davolash, sog‘lom turmush va mehnat sharoitini yaratish, yuqori mehnat qobiliyatini va uzoq umr ko‘rishni ta‘minlashga qaratilgan umumiy tadbirlarni ko‘zda tutadi: uning vazifasi bemorlarga zamonaviy ixtisoslashgan yordam ko‘rsatishdan iborat”⁵.

“X.E.Rustamova., N.K.Stojarova va boshqalar tomonidan yozilgan o‘quv qo‘llanmada keltirilishicha: tibbiyot – bu odamlarning sog‘lig‘ini saqlash va mustahkamlash, bemorlarni davolash va kasalliklarning oldini olish hamda insoniyat jamiyatining salomatligi va ishlashi shart-sharoitida uzoq umr ko‘rishi haqida amaliy bilim va ilmiy bilimlar tizimi ekanligi ta‘kidlanadi”⁶.

Tadqiqot metodologiyasi. Tibbiy turizm sohasini raqamlashtirishning hozirgi holatini

¹ Ильясова А.Р. Основы экономики здравоохранения. – Казань: Изд-во Казань ун-та, 2019. – С. 7.

² <https://interaktiv.oak.uz> Рожков Д.В. Совершенствование системы регулирования медицинских услуг на основе государственно-частного партнерства. Медицина и здравоохранение в современном обществе: сборник статей III международной научно-практической конференции. – Пенза: МСНС «Наука и просвещения». 2020. – С. 7.

³ Ижтимоий соҳа иқтисодидеҳи. Дарслик. / И.ф.д., проф. Қ.Х.Абдурахмонов тахрири остида. – Т.: “Иқтисодиёт”, 2013. 418 б. - Б. 68.

⁴ <https://interaktiv.oak.uz> Saidov M.X., Nasriyev I.I., Toyirov Z.T., Ulug‘ov Sh.X. Ijtimoiy himoya: atamalar izohli lo‘g‘ati. – Т.: Alisher Navoiy nomidagi “O‘zbekiston Milliy kutubxonasi nashriyoti”, 2007. – В. 335.

⁵ Barnoyeva G.V. O‘zbekiston respublikasida sog‘liqni saqlashning huquqiy asoslari. Buxoro. 2017. Solixojayev Z., Alyavi A. Mavlonov I., Qo‘nischev J., Egamshukurova M. Tibbiyot ensiklopediyasi. – Т.: “Sharq”, 2016. – В. 441.

⁶ Лисицын Ю.П. общественное здоровье и здравоохранения. Учебник. 2002. Rustamova X.E., Stojarova N.K., Abdurashitova Sh.A., Nurmatova Q.Ch. Tibbiyot tarixi. – Т.: “O‘zkitobsavdo nashriyoti”, 2020. – В. 5.

tahlil qilish jarayonida biz mantiqiy tahlil, analiz, tanlanma kuzatish usullaridan foydalanganmiz. Ilmiy izlanishni amalga oshirishda so‘rovnoma amalga oshirildi va anketa to‘ldirildi. Jami bo‘lib 114 ta so‘rovnoma mahalliy va xorijiy turistlardan olingan bo‘lib ularni tanlanma kuzatish uslubida tanlab olindi. Respondentlarning 42,4% i ayollar va 67,8 % i erkaklarni tashkil etdi.

Tahlil va natijalar. Ushbu tadqiqotda Samarqand shahrida joylashgan xususiy shifoxonalarining korporativ veb-saytlari kontent tahlili usuli yordamida tekshirildi. Kontent tahlilida o‘xshash ma’lumotlar ma’lum tushunchalar va mavzular doirasida birlashtiriladi, tushunarliklikni ta’minlash orqali tartibga solinadi va tahlil qilinadi. Tadqiqotda 2018-yildan buyon Instagram, Facebook va Twitter akkauntlaridan samarali foydalanib kelayotgan shifoxonalar kontent tahlili o‘tkazildi. Korporativ veb-saytlarni tahlil qilish Meyson va Rayt tomonidan qo‘llanilgan usulga asoslangan. Ushbu usulda veb-saytlar ilovalar, ishonch, xavf, to‘lov va moliyaviy ma’lumotlar va umumiy ma’lumotlar nuqtai nazaridan tahlil qilinadi. Sarlavhalar tadqiqotchi tomonidan shifoxonalarining veb-saytlarida taqdim etilgan umumiy ma’lumotlar asosida yaratilgan.

Tadqiqot faqat Samarqand shahridagi xususiy shifoxonalar bilan cheklangan. Ularning nomlarini shartli ravishda belgilab olishga qaror qildik. Quyida ularning veb-saytlaridan olingan umumiy ma’lumotlar keltirilgan.

1-jadval

Samarqand shahridagi xususiy shifoxonalarining veb-saytidagi umumiy ma’lumotlar

№	Umumiy ma’lumotlar	Shifoxonlarda mavjudligi
1	Maqsad va vazifalari	10
2	Biz haqimizda	10
3	Korporativ identifikatsiya	3
4	Korporativ yangiliklar	6
5	Institutsional nashrlar	1
6	Faoliyat hisobotlari	1
7	Akkreditatsiya	1
8	Taqdirlangan mukofotlari	2
9	Saytning ingliz tilidagi tarjimasi	6

1-jadval ma’lumotlariga ko‘ra biz tanlab olgan 10 ta shifoxonaning veb-saytlarida biz haqimizda va ko‘rish maqsadi, yorliqlari mavjudligini va ko‘pchilik korporativ yangiliklarni doimiy ravishda e’lon qilib borishini ko‘rish mumkin. Bundan tashqari, 6 ta shifoxonaning veb-saytlarining ingliz tilidagi versiyasi borligi, ikkitasida esa yetarlicha kontent mavjud emasligi aniqlandi.

2-jadval

Samarqand shahridagi xususiy shifoxonalarining veb-saytidagi umumiy xizmatlar to‘g‘risidagi ma’lumotlar

№	Umumiy ma’lumotlar	Shifoxonlarda mavjudligi
1	Elektron uchrashuvni belgilash va electron javob olish xizmati	5
2	Yuqori sifatli xizmatlar	9
3	Tibbiy texnologiyalar	6
4	Yo‘nalishlar	2
5	Aloqa - taklif/shikoyat shakli	9
6	Sog‘liqni saqlash bo‘yicha qo‘llanma	3
7	Ijtimoiy tarmoqlardagi akkauntlari	9
8	Shifokorlar bilan tanishtirish	9
9	Sog‘liqni saqlash turizmi mazmuni haqida ma’lumot	3
10	Xalqaro bemorlar uchun xizmatlar	3
11	Mutaxassisga savol berish	5
12	Masofaviy tekshiruvni amalga oshirish	1

2-jadvalga ko‘ra, korporativ veb-saytlardagi iste’molchilar uchun qulayliklar to‘g‘risidagi ma’lumotlar o‘rganilganda, shifokorlarga ko‘proq urg‘u berilganini, electron navbatlarni

belgilash, electron natijalarni olish xizmatlarini past darajada ekanligi aniqlandi. Bundan tashqari, bemorlar va ularning yaqinlari bilan aloqa shakli nomi ostida taklif-shikoyat shakli kiritilgan, bu bemorlar va ularning yaqinlarining shifoxona haqidagi fikr-mulohazalariga katta ahamiyat berilayotganidan dalolatdir. “Mutaxassisga savol bering” tugmasi va sog‘lomlashtirish turizmi mazmuni haqidagi ma’lumotlar keng tarqatish lozimligini o‘rgandek.

3-jadval

Samarqand shahridagi xususiy shifoxonalarning veb-saytidagi mahfiylik siyosati to‘g‘risidagi ma’lumotlar

№	Umumiy ma’lumotlar	Shifoxonlarda mavjudligi
1	PDPL haqida ma’lumot	9
2	Mehmon va hamroh siyosati	5
3	Bemor huquqlari siyosati	9
4	Tez-tez so‘raladigan savollar	2
5	Noqulay/qiyin vaziyatlar	-
6	Yuridik ilovalar	-

3-jadvalda ko‘rsatilganidek, bemorlarning huquqlari va ma’lumotlarning maxfiyligiga PDPL, tashrif buyuruvchilar va hamrohlar siyosati va bemor huquqlari siyosatini kiritish orqali turistlarga bir qancha qulayliklar berilganini ko‘rish mumkin. Ushbu ma’lumotlar bemorlarning shifoxonani tanlash qaroriga ta’sir qilishi mumkin. 3-jadvaldan ko‘rinib turibdiki, har qanday noqulay vaziyatlar yuzaga kelganda qayerga murojaat qilish kerakligi to‘g‘risida hech qanday ma’lumot berilmaganligi noto‘g‘ri deb hisobladik va kamchilik sifatida qayd etildi.

4-jadval

Samarqand shahridagi xususiy shifoxonalarning veb-saytidagi moliyaviy aloqlar to‘g‘risidagi ma’lumotlar

№	Umumiy ma’lumotlar	Shifoxonlarda mavjudligi
1	Shartnoma tuzgan muassasalar	9
2	Hamkorlik	2
3	Homiylik	2
4	To‘lovlar haqida ma’lumot	-
5	Xalqaro sug‘urta imkoniyatlari	7

4-jadvaldan ko‘rinib turibdiki, shifoxonalar veb-saytlarida asosan shartnoma tuzgan muassasalar va xalqaro sug‘urta imkoniyatlari mavjud. Bu holat bemorlarning shifoxonani tanlashda muhim deb hisoblanadi. Hamkorlik va homiylik faqat ikkita korporativ shifoxonadagina kiritilgan. Ammo hech qaysi shifoxonada xizmat uchun to‘lov ma’lumotlari keltirilmagan. Bu esa turistlarga bir qancha noqulayliklar tug‘dirishi aniqlangan.

5-jadval

Samarqand shahridagi xususiy shifoxonalarning veb-saytidagi moliyaviy aloqlar to‘g‘risidagi ma’lumotlar

№	Umumiy ma’lumotlar	Shifoxonlarda mavjudligi
1	Kasalxonaning tashqi ko‘rinishi	9
2	Kasalxona muassasasi / logotipi	9
3	Xaritasi	9
4	Xodimlarning fotosuratlari	4
5	Davolanishdan keying bemorlar natijasi	8
6	Kasalxonaning ichki ko‘rinishi	9
7	Tibbiy asboblari	6

5-jadvalda keltirilganidek, korporativ veb-saytlardagi vizual tasvirlar kasalxonaning tashqi ko‘rinishi va tarkibini, uning logotipini va xaritalardagi joylashuvini ko‘rsatadigan eng keng tarqalgan holatlar keltirilgan. Bundan tashqari, jarrohlikdan so‘ng tuzalib ketgan bemorlarning tasvirlari, xodimlar va shifoxonadagi tibbiy asboblarning holati, ko‘rinishi shifoxona imidji uchun muhim detallar hisoblanadi.

6-jadval

Samarqand shahridagi xususiy shifoxonalarning Instagram akkauntlarida eng ko'p bo'lingan kontenti to'g'risidagi ma'lumotlar

Kasalxona nomi	Kasalliklar haqida ma'lumot	Shifokor bilan tanishtirish	Ilmiy seminarlar	Maxsus kun xabarlar	Sog'lom hayot uchun maslahatlar	Qayta tiklashdan keyingi holatlar	Xalqaro turistlar uchun ma'lumotlar	Kasalxonani reklama qilish
A	572	65	192	443	217	9	0	313
B	354	27	349	337	120	75	0	66
C	290	12	14	164	78	2	1	74
D	456	1	164	311	351	20	1	167
E	458	55	104	389	121	14	3	199
F	161	15	9	75	13	12	0	32
G	82	23	36	158	14	15	2	70
H	128	7	11	80	25	8	0	25
K	191	26	25	138	42	11	0	53
L	49	21	6	84	98	3	0	34
Jami	2741	252	910	2179	1079	169	7	1033

6-jadval ma'lumotlari va yuqoridagi jadvallarni o'zaro taqqoslab tahlil qiladigan bo'lsak veb-saytlarga qaraganda ijtimoiy tarmoqlarda tibbiyot turizmining shakllanishi, rivojlanish tezligi yuqoriroq ekanligini, iste'molchilar fikr mulohazalari keng yoritilganligini ko'rish mumkin. Bundan tashqari tahlillar shuni ko'rsatadiki, aynan xalqaro miqyosdagi turistlar uchun veb-saytlarda ham, ijtimoiy tarmoqlarda ham xizmatlar keng yoritilmagan.

Bugungi kunda kommunikatsiya texnologiyalarining rivojlanishi bilan sog'lomlashtirish turizmini yoyishda eng muhim vositalardan biri bo'lgan raqamli aloqa kanallaridan foydalanish zarurati paydo bo'lmoqda. Ushbu tadqiqotda Konyada faoliyat yuritayotgan xususiy shifoxonalar o'zlarining korporativ veb-saytlari va Instagram, Facebook, Twitter kabi ijtimoiy media vositalarini sog'liqni saqlash turizmi nuqtayi nazaridan samarali ishlatishlarini aniqlash uchun kontent tahlili o'tkazildi. Tadqiqotlar natijasida faqat ikkita korporativ shifoxona ichki va xalqaro sog'liqni saqlash turizmi bilan bog'liq kontentni taqdim etishi aniqlandi. Kasalxonalarning reklama aksiyalari va korporativ yangiliklari hisobga olinsa, kontent odatda mahalliy bemorlarni qondirishga qaratilganligi kuzatildi. Ushbu yo'nalishda shifoxonalar xalqaro sog'liqni saqlash turizmiga nisbatan ichki sog'liqni saqlash turizmiga intiladi degan xulosaga keldi. Ijtimoiy media akkauntlarining mazmuni tekshirilganda, baham ko'rilgan tarkiblar bir xil toifalarga kiritilganligi aniqlandi. Shunga o'xshash ma'lumotlar ijtimoiy tarmoqlardagi akkauntlar va korporativ veb-saytlarda taqdim etilgani ko'rinib turibdi. Umuman olganda, maxsus kun xabarlar, kasalliklar haqida ma'lumotlar va sog'lom turmush tarzi bo'yicha takliflar yuqori darajada targ'ib qilindi. Kasalxonalar ushbu masalalarga eng ko'p e'tibor qaratishini taklif qiladi degan xulosaga keldi. Qolaversa, bu holat shifoxonalar tarkibining zamonaviy ekanligini ko'rsatib turibdi. Ushbu yo'nalishda shifoxonalar bemorlarning o'zaro munosabatlariga ahamiyat beradigan shifoxona imidjini yaratishga qaratilgan. Natijada, raqamli aloqa kanallaridan foydalanganda shifoxonalar iste'molchi auditoriyasi bilan o'zaro aloqada bo'lmagani aniqlandi. Bundan tashqari, ular raqamli aloqa kanallaridan asosan e'lon qilish va ma'lumot berish uchun foydalanadilar.

Xulosa va takliflar: Dunyo hamjamiyatida 2019-yilda yuzaga kelgan katta pandemiya sharoiti aynan turizmning bu sohasida raqamlashtirish juda ham zarurligi, O'zbekistonda bu sohada ancha oqsoqlanishlar mavjudligi nomoyon qildi. Xuddi shunday bu borada ko'pgina

o‘zgarishlar amalga oshirilmoqda. O‘rganishlarimiz natijasiga ko‘ra bu sohada quyidagi o‘zgarishlarni amalga oshirish lozim:

- Samarqand shahrida xorijiy salomatlik turizmini rag‘batlantiradigan marketing tadbirlari rejalashtirilishi kerak. Korporativ marketing bo‘limlari chet tilini biladigan xodimlarni ishga olishlari va ijtimoiy tarmoqlar va veb-saytlardan faol foydalanishlari kerak;

- chet elda yashovchi o‘zbeklarning o‘z mamlakatlarida sog‘liqni saqlash xizmatlarini olishlari uchun maxsus amaliyotlar va kampaniyalar ishlab chiqilishi kerak. Shu tarzda, ularning tajribalari maqsadli mamlakatlar uchun marketing va reklamalarni qo‘llab-quvvatlashga yordam beradi.

- xalqaro sog‘lomlashtirish turizmini targ‘ib qilish uchun kongresslar tashkil etilishi kerak.

- dam olish elementlarini o‘z ichiga olgan sog‘lom turistlar uchun barcha turdagi tadbirlar taqdim etiladigan hududlarda chet tilini biladigan xodimlar yetarli miqdorda bo‘lishini ta‘minlash lozim.

- universitetlarning sog‘liqni saqlash va turizm fakultetlarida sog‘lomlashtirish turizmi sohasi o‘quv dasturlariga kiritilishi va malakali mutaxassislar tayyorlanishi kerak.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati

1. Aydın, O. (2012). An Alternative Tourism in Turkey; Health Tourism. Karamanoğlu Mehmetbey University Journal of Social and Economic Research, 14(23), 91-96.
2. Öksüz, B. and Altıntaş, V. (2017). Use of Digital Communication Channels in Health Tourism, Journal of Travel and Hotel Management, 14(1), 59-75. doi:10.24010/soid.303662
3. Howze, K.S. (2007). Note: Medical Tourism: Symptom or Cure?, Georgia Law Review, 41(3), 1013–51.
4. Happ, E. and Ivancso-Horvath, Z. (2018). Digital Tourism is the Challenge of Future a New Approach to Tourism. Knowledge Horizons-Economics, 10(2), 9-16.
5. Bennett, M., King, B. and Milner, N. (2004). The Health Resort Sector in Australia: A Positioning Study, Journal of Vacation Marketing, 10(2), 122-137. doi:10.1177/135676670401000203
6. Çiçek, R. and Avderen, S. (2013). A Research to Determine The Current Structure and Potential of Spa and Thermal Facilities in The Central Anatolia Region in Terms of Health Tourism. Karamanoğlu Mehmetbey University Journal of Social and Economic Research, (2), 25-35.
7. Kırıcı, S. (2020). Medical Tourism In Turkey. International Congress Of Science Culture, Health And Sport Full Text Book. Comic Bookstore, 2020, p.34-36, Antalya.

<p style="text-align: center;">Д. Вофаходжаева</p> <p style="text-align: center;">Роль цифровизации в развитии медицинского туризма</p> <p>Аннотация. Развитие медицинского туризма требует модернизации не только медицины, но и туристической сферы, реализации медицинских услуг посредством электронных технологий, повсеместного внедрения цифровых технологий, обеспечивающих предоставление быстрых и качественных медицинских услуг населению, дальнейшего совершенствования отрасли, создания благоприятных условий для медицинских работников и пациентов. В связи с этим в статье анализируются значение и проблемы цифровизации в развитии медицинского туризма.</p> <p>Ключевые слова: туризм, медицина, оздоровление, лечение, путешествие, цепочка создания стоимости, тур, оператор.</p>	<p style="text-align: center;">D.Vofakhojaeva</p> <p style="text-align: center;">The role of digitalization in the development of medical tourism</p> <p>Abstract. The development of medical tourism requires the modernization of not only medicine, but also the tourism sector, the implementation of medical services through electronic technologies, the widespread introduction of digital technologies provide for the provision of fast and high-quality medical services to the population, further improvement of the sector, and the creation of favorable conditions for medical workers and patients. In this regard, this article analyzes the importance and problems of digitalization in the development of medical tourism.</p> <p>Keywords: tourism, medicine, wellness, treatment, travel, value chain, tour, operator.</p>
--	---

ISSN 2091-5187

☞ “СЕРВИС” ☞

Журнал Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти таҳририят
бўлимида нашрга тайёрланди.

19.05.2025 йилда теришга берилди. 06.06.2025 йилда босишга рухсат этилди.
Офсет босма қоғози. Қоғоз бичими 60x84_{1/8}. “Times” гарнитураси. Офсет
босма усули. Шартли босма табағи 14,6. Ҳисоб-нашриёт
табағи 13,75. Адади 100 нусха. Буюртма № 0036А/25

Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институтининг
матбаа бўлимида чоп этилди.
Лицензия № 025316.
Реестр № Х-119112.

Манзил: Самарқанд шаҳри, Шохрух кўчаси, 60-уй.

© Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти, 2025.