

YASHIL

IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

№8

Google Scholar

OPEN ACCESS

ULRICHSWEB[®]
GLOBAL SERIALS DIRECTORY

OpenAIRE

ROAD

НАУЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ
БИБЛИОТЕКА
LIBRARY.RU

Academic
Resource
Index
ResearchBib

ISSN
INTERNATIONAL
STANDARD
SERIAL
NUMBER
INTERNATIONAL CENTRE

CYBERLENINKA

BASE

INDEX COPERNICUS
INTERNATIONAL

Crossref



ISSN: 2992-8982

<https://yashil-iqtisodiyot-taraqqiyot.uz/>

2025



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Bosh muharrir:

Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich

Elektron nashr. 283 sahifa.

E'lon qilishga 2025-yil 1-avgustda ruxsat etildi.

Bosh muharrir o'rinbosari:

Karimov Norboy G'aniyevich

Muharrir:

Qurbonov Sherzod Ismatillayevich

Tahrir hay'ati:

Salimov Oqil Umrzoqovich, O'zbekiston Fanlar akademiyasi akademigi
Abduraxmanov Kalandar Xodjayevich, O'zbekiston Fanlar akademiyasi akademigi
Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich, texnika fanlari doktori (DSc), professor
Rae Kvon Chung, Janubiy Koreya, TDIU faxriy professori, "Nobel" mukofoti laureati
Osman Mesten, Turkiya parlamenti a'zosi, Turkiya – O'zbekiston do'stlik jamiyati rahbari
Axmedov Durbek Kudratillayevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Axmedov Sayfullo Normatovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Abduraxmanova Gulnora Kalandarovna, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Kalonov Muxiddin Baxritdinovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Siddiqova Sadoqat G'afforovna, pedagogika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
Xudoyqulov Sadirdin Karimovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Maxmudov Nosir, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Yuldashev Mutallib Ibragimovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Samadov Asqarjon Nishonovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, professor
Slizovskiy Dimitriy Yegorovich, texnika fanlari doktori (DSc), professor
Mustafakulov Sherzod Igamberdiyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Axmedov Ikrom Akramovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Eshtayev Alisher Abdug'aniyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Xajiyev Baxtiyor Dushaboyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Hakimov Nazar Hakimovich, falsafa fanlari doktori (DSc), professor
Musayeva Shoirazimovna, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), professor
Ali Konak (Ali Ko'nak), iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor (Turkiya)
Cham Tat Huei, falsafa fanlari doktori (PhD), professor (Malayziya)
Foziljonov Ibrohimjon Sotvoldixoj o'g'li, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dots.
Utayev Uktam Choriyevich, O'z.Respub. Bosh prokuraturasi boshqarma boshlig'i o'rinbosari
Ochilov Farkhod, O'zbekiston Respublikasi Bosh prokuraturasi IJQKD boshlig'i
Buzrukxonov Sarvarxon Munavvarxonovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent
Axmedov Javohir Jamolovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
Toxirov Jaloliddin Ochil o'g'li, texnika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), katta o'qituvchi
Bobobekov Ergash Abdumalikovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), v.b. dots.
Djudi Smetana, pedagogika fanlari nomzodi, dotsent (AQSH)
Krissi Lyuis, pedagogika fanlari nomzodi, dotsent (AQSH)
Glazova Marina Viktorovna, Iqtisodiyot fanlari doktori (Moskva)
Nosirova Nargiza Jamoliddin qizi, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent
Sevil Piriyeva Karaman, falsafa fanlari doktori (PhD) (Turkiya)
Mirzaliyev Sanjar Makhamatjon o'g'li, TDIU ITI departamenti rahbari
Ochilov Bobur Baxtiyor o'g'li, TDIU katta o'qituvchisi
Golisheva Yelena Vyacheslavovna, Iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent.



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Editorial board:

Salimov Okil Umrzokovich, Academician of the Academy of Sciences of Uzbekistan
Abdurakhmanov Kalandar Khodjayeich, Academician of the Academy of Sciences of Uzbekistan
Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich, Doctor of Technical Sciences (DSc), Professor
Rae Kwon Chung, South Korea, Honorary Professor at TSUE, Nobel Prize Laureate
Osman Mesten, Member of the Turkish Parliament, Head of the Turkey–Uzbekistan Friendship Society
Akhmedov Durbek Kudratillayevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Akhmedov Sayfullo Normatovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Abdurakhmanova Gulnora Kalandarovna, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Kalonov Mukhiddin Bakhridinovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Siddikova Sadokat Gafforovna, Doctor of Philosophy (PhD) in Pedagogical Sciences
Khudoykulov Sadirdin Karimovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Makhmudov Nosir, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Yuldashev Mutallib Ibragimovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Samadov Askarjon Nishonovich, Candidate of Economic Sciences, Professor
Slizovskiy Dmitriy Yegorovich, Doctor of Technical Sciences (DSc), Professor
Mustafakulov Sherzod Igamberdiyevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Akhmedov Ikrom Akramovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Eshtayev Alisher Abduganiyevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Khajiyev Bakhtiyor Dushaboyevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Khakimov Nazar Khakimovich, Doctor of Philosophy (DSc), Professor
Musayeva Shoira Azimovna, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Professor
Ali Konak, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor (Turkey)
Cham Tat Huei, Doctor of Philosophy (PhD), Professor (Malaysia)
Foziljonov Ibrokhimjon Sotvoldikhoja ugli, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Associate Professor
Utayev Uktam Choriyevich, Deputy Head of Department, Prosecutor General's Office of Uzbekistan
Ochilov Farkhod, Head of DCEC, Prosecutor General's Office of Uzbekistan
Buzrukkhonov Sarvarkhon Munavvarkhonovich, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Akhmedov Javokhir Jamolovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences
Tokhirov Jaloliddin Ochil ugli, Doctor of Philosophy (PhD) in Technical Sciences, Senior Lecturer
Bobobekov Ergash Abdumalikovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Acting Associate Professor
Judi Smetana, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor (USA)
Chrissy Lewis, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor (USA)
Glazova Marina Victorovna, Doctor of Sciences in Economics (Moscow)
Nosirova Nargiza Jamoliddin kizi, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Associate Professor
Sevil Piriyeva Karaman, Doctor of Philosophy (PhD) (Turkey)
Mirzaliyev Sanjar Makhamatjon ugli, Head of the Department of Scientific Research and Innovations, TSUE
Ochilov Bobur Bakhtiyor ugli, Senior lecturer at TSUI
Golisheva Yelena Vyacheslavovna, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor.

Ekspertlar kengashi:

Berkinov Bazarbay, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Po'latov Baxtiyor Alimovich, texnika fanlari doktori (DSc), professor
Aliyev Bekdavlal Aliyevich, falsafa fanlari doktori (DSc), professor
Isakov Janabay Yakubbayevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Xalikov Suyun Ravshanovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent
Rustamov Ilhomiddin, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent
Hakimov Ziyodulla Ahmadovich, iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent
Kamilova Iroda Xusniddinovna, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
G'afurov Doniyor Orifovich, pedagogika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
Fayziyev Oybek Raximovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent
Tuxtabayev Jamshid Sharafetdinovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent
Xamidova Faridaxon Abdulkarim qizi, iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent
Yaxshiboyeva Laylo Abdisattorovna, katta o'qituvchi
Babayeva Zuhra Yuldashevna, mustaqil tadqiqotchi

Board of Experts:

Berkinov Bazarbay, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Pulatov Bakhtiyor Alimovich, Doctor of Technical Sciences (DSc), Professor
Aliyev Bekdavlal Aliyevich, Doctor of Philosophy (DSc), Professor
Isakov Janabay Yakubbayevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Khalikov Suyun Ravshanovich, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Rustamov Ilkhomiddin, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Khakimov Ziyodulla Akhmadovich, Doctor of Economic Sciences, Associate Professor
Kamilova Iroda Xusniddinovna, Doctor of Philosophy (PhD) in Economics
Gafurov Doniyor Orifovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Pedagogy
Fayziyev Oybek Raximovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economics, Associate Professor
Tukhtabayev Jamshid Sharafetdinovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economics, Associate Professor
Khamidova Faridaxon Abdulkarimovna, Doctor of Economic Sciences, Associate Professor
Yakhshiboyeva Laylo Abdisattorovna, Senior Lecturer
Babayeva Zuhra Yuldashevna, Independent Researcher

08.00.01 Iqtisodiyot nazariyasi
08.00.02 Makroiqtisodiyot
08.00.03 Sanoat iqtisodiyoti
08.00.04 Qishloq xo'jaligi iqtisodiyoti
08.00.05 Xizmat ko'rsatish tarmoqlari iqtisodiyoti
08.00.06 Ekonometrika va statistika
08.00.07 Moliya, pul muomalasi va kredit
08.00.08 Buxgalteriya hisobi, iqtisodiy tahlil va audit
08.00.09 Jahon iqtisodiyoti
08.00.10 Demografiya. Mehnat iqtisodiyoti
08.00.11 Marketing
08.00.12 Mintaqaviy iqtisodiyot
08.00.13 Menejment
08.00.14 Iqtisodiyotda axborot tizimlari va texnologiyalari
08.00.15 Tadbirkorlik va kichik biznes iqtisodiyoti
08.00.16 Raqamli iqtisodiyot va xalqaro raqamli integratsiya
08.00.17 Turizm va mehmonxona faoliyati

Muassis: "Ma'rifat-print-media" MChJ

Hamkorlarimiz: Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti, O'zR Tabiat resurslari vazirligi, O'zR Bosh prokuraturasi huzuridagi IJQK departamenti.

Jurnalning ilmiyligi:

“Yashil” iqtisodiyot va taraqqiyot” jurnali

O'zbekiston Respublikasi
Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar
vazirligi huzuridagi Oliy
attestatsiya komissiyasi
rayosatining
2023-yil 1-apreldagi 336/3-
sonli qarori bilan ro'yxatdan
o'tkazilgan.



MUNDARIJA

Smart-logistika texnologiyalarini joriy etish orqali oziq-ovqat mahsulotlarini yetkazib berish tizimini optimallashtirish (Toshkent viloyati misolida).....	14
Mavlanov Sobirjon Pardabayevich	
Tijorat banklarida korporativ boshqaruvning xalqaro tamoyillari asosida boshqaruv sifatini oshirish	20
Sattarov Umirzoq	
Современные банковские продукты	24
Хужамуратов Аббос Мардонович	
Amerika qo'shma shtatlarining ijtimoiy himoya tizimi.....	29
Abdullayeva Sayyora Aleksandrovna	
Совершенствование рынка услуг высшего образования как фактор повышения занятости населения в условиях цифровой экономики.....	33
Ибрагимов Тимур Ибодуллаевич, Асланова Дилбар Хасановна	
Iqtisodiy fanlarni o'qitishda interaktiv metodlarning qo'llanilishi va ularning samaradorligi.....	39
Kabulov Baxram Kuzibaevich	
Korxonalarda raqobat razvedkasi tizimlarini rivojlantirishda innovatsion raqamli texnologiyalarining o'rni.....	45
Tursunxo'jayev Sardor Jamoliddin o'g'li	
O'zbekiston banklarida sun'iy intellekt foydalanish samaradorligini oshirish.....	51
Kamolov Sardorbek Davlatjon o'g'li	
Agrar korxonalar xo'jalik faoliyatida risklarni boshqarish bo'yicha samarali boshqaruv qarorlarini qabul qilishning metodologik asoslari.....	59
Baymirzaev Dilmurod Nematovich	
Основные направления инвестиционной политики Узбекистана в соответствии со стратегией-2030	66
Исомов Б. С.	
Tashish va saqlash xizmatlarini ko'rsatuvchi korxonalarda raqamli texnologiyalardan foydalanish holati.....	70
Rajabov Orzujon Mamasoliyevich	
Ijtimoiy infratuzilmani modernizatsiya qilishda DXSHning o'rni: madaniyat va sport sohasida imkoniyatlar	78
Baykalonov Jalil G'aybulloyevich	
Анализ состояния и перспективы развития активного и спортивного туризма в Узбекистане.....	93
Бойко Фарида Чингисовна, Ивонина Наталья Викторовна	
Переоценка и фальсификация стоимости имущества: международные практики, риски и пути решения.....	99
Мансурова Сайёра Бахтияровна	
Hudud sanoati tarkibiy o'zgarishlarini prognozlash usuli.....	106
Djumayev Farrux Toshmuratovich	
Углеродный след и декарбонизация промышленности Узбекистана: роль возобновляемой энергетики и международный опыт	111
Авезова Нилуфар Раббанакуювна, Ощепкова Эльвира Ахтемовна, С.М. Махмудов, А.А. Холиков, Авезова Нилуфар Раббанакуювна	
The process of developing startups based on management principles	119
Ilxamov Azizbek Yodgor o'g'li	
The impact of economic policy on non-performing loans: the case of Uzbekistan.....	126
Jalalov Mashkhurbek Gaybullo ugli	
Основные направления инвестиционной политики Узбекистана в соответствии со стратегией-2030	134
Исомов Б. С.	



Ko'p kvartirali uylarni boshqaruv organlari tomonidan aholiga sifatli xizmat ko'rsatishni qo'llab quvvatlashni takomillashtirish	138
Umarov Begzodbek Jaloldinovich	
O'zbekistonda iqtisodiyotni innovatsion rivojlantirishning institutsional asoslari.....	143
Fayzullayev Jonibek Negmatullayevich	
Davlat - xususiy sheriklik loyihalarining samaradorligini oshirish.....	150
Tursunov Imomnazar Egamberdiyevich, Hamroyev G'ayratjon Sultonovich	
O'zbekiston sug'urta bozorida hayot sug'urtasi xizmatlarining rivojlanish tendensiyalari va istiqbollari.....	155
Bazarov Zakir Xonqulovich	
Tijorat banklari likvidligini tartibga solish yo'llari.....	160
Tursunpo'latov Sohnbazar Kasimjon o'g'li, Nomozova Mohinur Maxmud qizi	
Atrof-muhit ifloslanishini kamaytirishda yashil moliya vositalarining roli: xalqaro tajriba va O'zbekiston imkoniyatlari	163
Yuldasheva Madina Tohir Qizi	
Geofazoviy ma'lumotlar asosida hududlarning farovonlik darajasini aniqlash	173
Toymasov Zufarjon Zokir o'g'li	
Методы и критерии оценки эффективности конкурентоспособности предприятия	179
Кучаров Абдор Сабижанович, Бобожонов Азиз Бабаханович, Алижанова Камила Тохир кизи	
Korxonalarda innovatsion jarayonlarni boshqarishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmini takomillashtirish.....	187
Narbayeva Dilnoza Darvishaliyevna	
Development of entrepreneurship in Uzbekistan: management strategies in the context of economic reforms	192
Ibragimova Saida Ilkhomovna	
Aloqa korxonalari xizmat faoliyatida diversifikatsiya qilishning ilmiy baholash usullari va ulardan foydalanish.....	197
Tursunova Mastura Taxirovna	
Developing effective marketing strategies for tourism development in Uzbekistan	204
Fayzullayev Nodirbek Baxtiyor o'g'li	
Yakka tartibdagi tadbirkorlarni soliqqa tortish mexanizmlarini takomillashtirish masalalari.....	208
Yuldashev Yashnarjon Xolmirzayevich	
Yoshlar sanoat va tadbirkorlik zonalarida investitsiya loyihalarini bank kreditlari orqali moliyalashtirish.....	212
Jamalova Dilnoza Egamberdiyevna	
Цифровизации системы стратегического управления предприятий нефтегазовой отрасли Республики Узбекистан.....	217
Азимов Кабул	
Индекс устойчивости региона против бедности (poverty resilience index – pri): на примере бухарской области Республики Узбекистан (2024)	223
Мухамедова Мадинабону Мехридиновна	
Экономические аспекты внедрения цифровых технологий в полиграфии.....	230
Юсупхужаева Шахноза Музаффар кизи	
Mintaqalararo iqtisodiy hamkorlikni shakllantirish va barqaror rivojlantirishning ilmiy-nazariy asoslari.....	233
Sattorov R. A.	
Web3'da real vaqt ma'lumot sinxronizatsiyasi — tarmoqdagi kechikishlar va ularni kamaytirish texnologiyalari.....	240
Raimov Ulugbek Yorqinbek o'g'li	
Tijorat banklarining likvidligini tartibga solish amaliyotining dolzarb masalalari	246
Sayfutdinov Bobur Nodirovich	
Tijorat banklarining investitsion jozibadorligini oshirish yo'llari.....	255
Yuldoshev Otabek Jovli o'g'li	



Tijorat banklarining investitsion faolligini oshirish yo'llari.....	261
Ortiqov Sidiqjon Xolmurodovich	
Innovatsion yondashuvlar orqali davlat xaridlarida iqtisodiy samaradorlikni oshirish	266
Kurbonbekov Sardorbek Ravshanovich	
Hududlarda barqaror rivojlanish nazariyalarining sanoat korxonalari faoliyatiga ta'siri	270
Sadriddinov Baxtiyor Shamshiddin o'g'li	
Turizm platformalarining raqobatbardoshligini oshirishda zamonaviy kontent va raqamli marketing strategiyalarining integratsiyalashgan yondashuvi.....	277
Dadamirzayev Sarvarbek Ulug'bek o'g'li	



TURIZM PLATFORMALARINING RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISHDA ZAMONAVIY KONTENT VA RAQAMLI MARKETING STRATEGIYALARINING INTEGRATSIYALASHGAN YONDASHUVI

Dadamirzayev Sarvarbek Ulug'bek o'g'li

Toshkent davlat iqtisodiyoti universiteti turizm fakulteti uslubchisi

Elektron pochta: sarvarbekulugbek777@gmail.com

ORCID: 0009-0001-1798-2210

Annotatsiya: Mazkur maqolada turizm platformalarining raqobatbardoshligini oshirishda zamonaviy kontent marketingi va raqamli marketing strategiyalarining integratsiyalashgan yondashuvi tahlil qilinadi. Global raqamli transformatsiya sharoitida kontentning sifatli ishlab chiqilishi, ijtimoiy tarmoqlar, bloglar, video materiallar va boshqa interaktiv vositalar orqali maqsadli auditoriyani jalb etish mexanizmlari muhim omilga aylangan. Shuningdek, SEO, SMM, e-mail marketing va mobil ilovalar orqali mijozlar bilan samarali aloqani yo'lga qo'yish turistik xizmatlar sifatini oshirishda asosiy vosita sifatida ko'riladi. Integratsiyalashgan yondashuv nafaqat marketing samaradorligini, balki foydalanuvchi tajribasini ham mustahkamlaydi. Tadqiqotda zamonaviy tendensiyalar, muvaffaqiyatli amaliyotlar va rivojlanish istiqbollari yoritiladi.

Kalit so'zlar: turizm platformalari, raqobatbardoshlik, kontent marketing, raqamli marketing, integratsiyalashgan yondashuv, mijozlar tajribasi, SEO, SMM.

Abstract: This article explores an integrated approach to enhancing the competitiveness of tourism platforms through modern content and digital marketing strategies. In the context of global digital transformation, the creation of high-quality content and the use of social media, blogs, videos, and other interactive tools to attract target audiences have become essential. Effective customer engagement via SEO, SMM, email marketing, and mobile applications is viewed as a key factor in improving the quality of tourism services. The integration of these strategies not only increases marketing efficiency but also strengthens the user experience. The study highlights current trends, successful practices, and future development opportunities in the field.

Key words: tourism platforms, competitiveness, content marketing, digital marketing, integrated approach, customer experience, SEO, SMM.

Аннотация: В данной статье рассматривается интегрированный подход к повышению конкурентоспособности туристических платформ за счет современных стратегий контент-маркетинга и цифрового маркетинга. В условиях глобальной цифровой трансформации особое значение приобретает создание качественного контента и использование таких каналов, как социальные сети, блоги, видеоматериалы и другие интерактивные средства для привлечения целевой аудитории. Также эффективное взаимодействие с клиентами через SEO, SMM, e-mail маркетинг и мобильные приложения становится ключевым фактором улучшения туристических услуг. Интеграция этих стратегий способствует не только росту эффективности маркетинга, но и улучшению пользовательского опыта. В исследовании анализируются современные тренды, успешные практики и перспективы развития.

Ключевые слова: туристические платформы, конкурентоспособность, контент-маркетинг, цифровой маркетинг, интегрированный подход, клиентский опыт, SEO, SMM.

KIRISH

XXI asrda global raqamli transformatsiya barcha sohalar singari turizm industriyasiga ham sezilarli ta'sir ko'rsatmoqda. Bugungi kunda an'anaviy reklama uslublarining o'rnini bosayotgan zamonaviy marketing yondashuvlari — xususan, kontent marketingi va raqamli marketing — sayyohlik xizmatlarini ilgari surish hamda foydalanuvchilar e'tiborini jalb etishda muhim vositaga aylangan. Raqobatning kuchayib borayotgan



sharoitida turizm platformalari o'z brendini mustahkamlash, bozorda barqaror mavqega ega bo'lish va mijozlar bilan uzluksiz aloqani saqlab qolish uchun innovatsion yondashuvlarni qo'llashga majbur bo'lmoqda.

Zamonaviy kontent marketingi — bu nafaqat reklama, balki iste'molchiga qimmatli, dolzarb va maqsadli axborot yetkazish orqali u bilan mustahkam aloqani shakllantirish vositasidir. Raqamli marketing esa bu jarayonni kengaytirish va avtomatlashtirish imkonini beruvchi vositalarni, jumladan, SEO (qidiruv tizimlari optimallashtirish), SMM (ijtimoiy tarmoqlarda marketing), e-mail kampaniyalar, veb-saytlar, mobil ilovalar hamda boshqa raqamli texnologiyalarni o'z ichiga oladi. Ayniqsa, pandemiya davridan keyin onlayn xizmatlar va masofaviy aloqa vositalarining roli sezilarli darajada ortdi.

Integratsiyalashgan marketing strategiyasi — bu kontent va raqamli marketing uslublarini yagona maqsadga yo'naltirilgan holda uyg'unlashtirishdir. Bunday yondashuv turizm platformalarining raqobatbardoshligini oshirish, mijozlar ehtiyojlarini aniq aniqlash va individual xizmatlarni taqdim etish imkonini beradi. Shu bilan birga, foydalanuvchi tajribasini yaxshilash, xizmat sifati va brendga sadoqat darajasini oshirishga xizmat qiladi.

Mazkur maqolada turizm sohasida zamonaviy marketing strategiyalarining o'rni, ularning bir-biriga integratsiyasi natijasida vujudga keladigan afzalliklar, xalqaro tajribalar, amaliy misollar va istiqboldagi rivojlanish yo'nalishlari keng yoritiladi. Shuningdek, O'zbekiston turizm bozori misolida mavjud muammolar va ularni bartaraf etish bo'yicha tavsiyalar ham taqdim etiladi.

MAVZUGA ADABIYOTLAR SHARHI

Turizm sohasi so'nggi yillarda global miqyosda raqamli transformatsiyaning markaziy yo'nalishlaridan biriga aylandi. Bu jarayonda zamonaviy marketing strategiyalari, xususan, kontent marketingi va raqamli marketing vositalarining samarali integratsiyasi tadqiqotchilar va amaliyotchilarning doimiy e'tiborida bo'lib kelmoqda. Kotler va Keller (2016) o'zlarining "Marketing Management" asarida kontent marketingni raqamli davrda iste'molchi bilan barqaror va ishonchli aloqa o'rnatish vositasi sifatida talqin etadi. Ularning fikricha, kontentning foydalanuvchi uchun qiymatga ega bo'lishi — brendga sadoqatni oshiruvchi asosiy omildir. Ayniqsa, turizm platformalarida bu yondashuv sayyohlik kompaniyalarining xizmatlariga ishonchni shakllantirishda hal qiluvchi rol o'ynaydi.

Chaffey (2020) esa raqamli marketing strategiyalarini to'g'ri rejalashtirish va turli raqamli kanallarni uyg'un qo'llash orqali konversiya darajasini oshirish mumkinligini ta'kidlaydi. U ijtimoiy tarmoqlar (SMM), qidiruv tizimlari (SEO), elektron pochta kampaniyalari va mobil marketingni turizm sohasida eng samarali vositalardan deb hisoblaydi.

Gretzel va hammualliflar (2015) turizm raqamli kontentning rolini o'rganar ekan, turizm xizmatlarining xususiyatlari — ya'ni ko'p hollarda xizmatdan oldin fizik jihatdan sinab ko'rishning imkonsizligi — yuqori sifatli vizual va matnli kontentning ahamiyatini oshirishini ko'rsatib bergan. Ular ijtimoiy ishonchni shakllantirishda foydalanuvchi fikrlari, sharhlar va interaktiv tajribaning o'rni katta ekanligini asoslab berishgan.

Mahalliy olimlardan N. O'rolboyeva (2022) O'zbekiston turizm sektorida raqamli platformalarning joriy etilishi, xususan "Uzbekistan.travel" singari resurslarning kontent strategiyasi orqali milliy brendni ilgari surishdagi rolini tadqiq etgan. U kontent va raqamli yondashuvlar uyg'unligini eksportbop turizm mahsulotlarini yaratishda muhim omil deb baholaydi.

Yana bir muhim manba sifatida UNWTO (2021) hisobotida pandemiyadan keyingi davrda raqamli transformatsiyaning turizm sektorida eng muhim tiklanish omillaridan biri bo'lishi e'tirof etilgan. Xususan, personalizatsiya qilingan kontent, mobil moslashuvchanlik va mijozga yo'naltirilgan strategiyalar dolzarbligi ortgani ko'rsatilgan.

Xulosa qilib aytganda, adabiy manbalarda kontent va raqamli marketingning turizm qo'llanishi doimiy evolyutsiyalanuvchi soha sifatida talqin etiladi. Integratsiyalashgan yondashuvlar esa, aksar hollarda, foydalanuvchi tajribasini yaxshilash, sodiqlikni oshirish va platformaning bozordagi raqobatbardoshligini ta'minlashda asosiy strategik vosita sifatida e'tirof etiladi.

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Ushbu tadqiqot turizm platformalarining raqobatbardoshligini oshirishda zamonaviy kontent va raqamli marketing strategiyalarining integratsiyalashgan yondashuvini tahlil qilishga qaratilgan bo'lib, unda kompleks metodologik yondashuv qo'llanildi. Tadqiqot doirasida sifat va miqdoriy yondashuvlar uyg'unlashtirildi, ya'ni ilmiy adabiyotlar tahlili, mavjud statistik ko'rsatkichlar, ekspert intervyulari hamda foydalanuvchilar o'rtasida o'tkazilgan so'rovnoma asosida asosli xulosalar chiqarildi. Ilmiy manbalar sifatida xalqaro tashkilotlar (UNWTO, OECD, WTTC) hisobotlari, ilmiy maqolalar, so'nggi yillardagi dissertatsiyalar va turizm marketingiga oid amaliy tadqiqotlar o'rganildi.



Bundan tashqari, birlamchi ma'lumotlar to'plash maqsadida onlayn so'rovnomalar shakllantirilib, turizm platformalaridan faol foydalanayotgan foydalanuvchilar, sayohat agentliklari vakillari hamda raqamli marketing bo'yicha mutaxassislardan intervyular olindi. Tadqiqotda kontent marketing va raqamli marketing strategiyalarining platformalardagi integratsiyalashuv darajasi, foydalanuvchi jalb qilishga ta'siri, xizmat sifati va mijoz sadoqati ko'rsatkichlariga bo'lgan ta'siri baholandi.

Tahlil jarayonida deskriptiv va analitik usullar asosida statistik ma'lumotlar saralandi hamda SWOT-tahlil orqali kuchli va zaif tomonlar, mavjud imkoniyatlar va xavf-xatarlar aniqlandi. Shuningdek, benchmarking yondashuvi orqali O'zbekiston va xorijiy davlatlardagi turizm platformalarining marketing faoliyati solishtirildi. Vizual vositalar — grafiklar, jadvallar va diagrammalar yordamida asosiy natijalar ifodalandi.

Tadqiqot obyekti veb-saytlar, mobil ilovalar va onlayn bronlash platformalari tashkil etgan bo'lsa, predmeti — ularning raqobatbardoshligini oshirishda zamonaviy marketing strategiyalarining tutgan o'rni hisoblanadi. Tadqiqot davomida ayrim cheklorlar mavjud bo'lib, ular orasida statistik ma'lumotlarning to'liq bo'lmashligi, ba'zi tahliliy ko'rsatkichlarning yopiqligi, shuningdek, respondentlarning asosiy qismi O'zbekiston hududidan iborat bo'lgani sababli umumlashtirishda ehtiyotkorlik talab etilishi mumkin.

Shunga qaramay, tadqiqotda qo'llanilgan metodologik yondashuvlar turizm platformalari uchun dolzarb strategiyalarni shakllantirishda muhim nazariy va amaliy asos bo'lib xizmat qiladi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Olib borilgan tadqiqot natijalari turizm platformalarining raqobatbardoshligini oshirishda zamonaviy kontent va raqamli marketing strategiyalarining birgalikda qo'llanilishi hal qiluvchi ahamiyat kasb etishini tasdiqladi. Tahlil jarayonida 2022–2024-yillar davomida faoliyat yuritgan bir qator yirik xalqaro va milliy turizm platformalarining marketing strategiyalari, foydalanuvchi tajribasi va funksional imkoniyatlari qiyosiy o'rganildi. Jumladan, Booking.com, Airbnb, TripAdvisor kabi xalqaro platformalar bilan bir qatorda Uzbekistan.travel, Bookatour.uz va Anor.travel singari mahalliy platformalar faoliyati ham tahlil qilindi.

Xalqaro platformalar foydalanuvchilarni jalb etishda yuqori sifatli vizual kontent, shaxsiylashtirilgan tavsiyalar, foydalanuvchi fikrlari asosidagi reyting tizimi, sun'iy intellekt asosidagi tavsiyalar algoritmi, tilga moslashtirish, real vaqtli muloqot va mobil ilovalardagi qulay interfeyslar orqali raqobat ustunligini qo'lga kiritgan. Masalan, Airbnb foydalanuvchi profiliga mos kontent chiqarish orqali konversiya koeffitsiyentini 35 % ga oshirishga erishgan. TripAdvisor esa interaktiv xaritalar va real sharhlarga asoslangan algoritmlar yordamida foydalanuvchining sayohat tajribasini soddalashtiradi. Bu omillar brend sodiqligi va mijozning platformada uzoq muddat qolishiga zamin yaratadi.

Mahalliy platformalar faoliyati tahlili shuni ko'rsatadiki, kontent va raqamli marketing strategiyalarining uyg'unligi hali to'liq shakllanmagan. Uzbekistan.travel platformasida milliy brend elementlari, madaniy va tarixiy kontent yetarlicha yoritilgan bo'lsa-da, SEO strategiyasi, dinamik reklama kampaniyalari va foydalanuvchi profiliga asoslangan shaxsiylashtirilgan tavsiyalar tizimi yetarlicha rivojlanmagan. Respondentlar o'rtasida o'tkazilgan so'rovnomalar natijalariga ko'ra, foydalanuvchilarning 68 % i veb-saytdagi kontent sifatini sayohat qarorini qabul qilishda muhim omil sifatida baholagan. 54 % i esa ijtimoiy tarmoqlarda ko'rilgan reklama va sayohatga oid bloglar orqali turizm mahsulotlariga qiziqish bildirganini ma'lum qilgan.

Tadqiqot davomida SWOT-tahlil usuli qo'llanilib, zamonaviy marketing strategiyalarining integratsiyalashgan yondashuvi bo'yicha quyidagi natijalar aniqlandi: kuchli tomonlar — kontent asosida foydalanuvchi e'tiborini jalb qilish, shaxsiylashtirilgan takliflar orqali konversiyani oshirish, raqamli kanallar orqali aniq segmentlarga chiqish imkoniyati; zaif tomonlar — texnologik resurslar va malakali mutaxassislar yetishmasligi, ma'lumotlar tahlili va avtomatlashtirilgan tizimlar joriy etilishidagi kechikish; imkoniyatlar — global sayyohlik oqimi ortib borayotgani, onlayn bronlashga bo'lgan talabning ko'payishi, davlat tomonidan raqamli turizm rivoji uchun ajratilayotgan qo'llab-quvvatlov; xavf-xatarlar — xalqaro raqobatchilarning bozorga kirib kelishi, ma'lumot xavfsizligi bilan bog'liq muammolar, mijoz sodiqligini saqlab qolishdagi qiyinchiliklar.

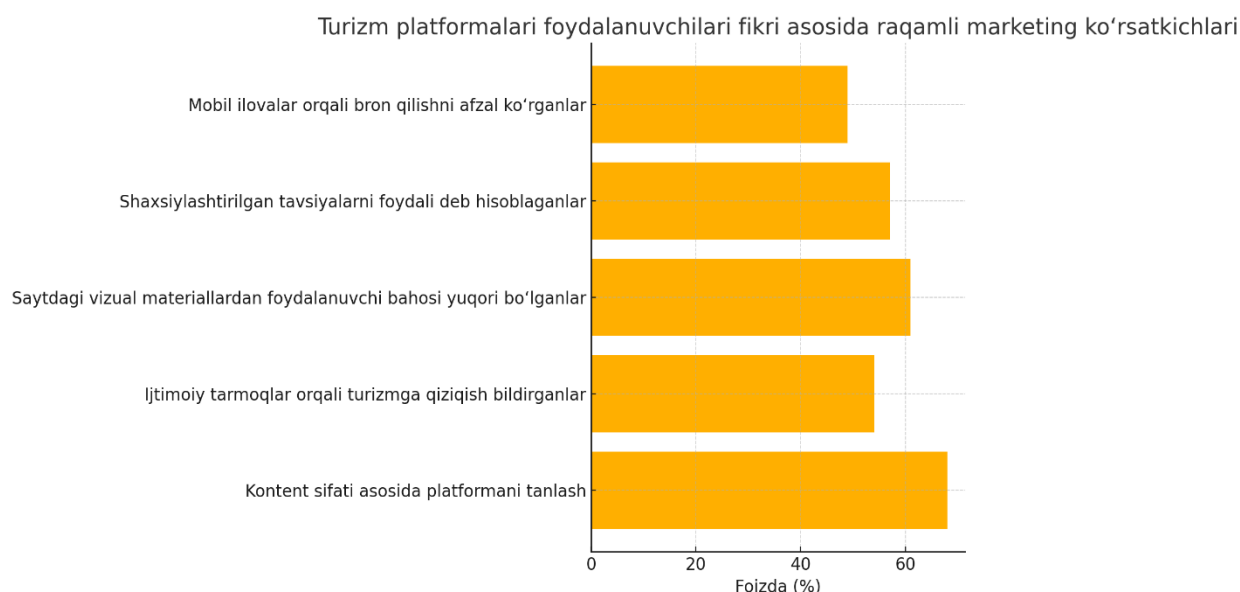
Bundan tashqari, O'zbekiston Respublikasi Turizm qo'mitasi tomonidan 2023-yilda taqdim etilgan rasmiy hisobotlarda raqamli marketingga ajratilgan mablag' hajmi ikki baravarga oshirilgani va "Digital Silk Road" tashabbusi doirasida turizmni raqamlashtirishga oid yangi platformalar yaratish rejalashtirilgani qayd etilgan. Bu esa milliy turizm brendini xalqaro bozorlarda targ'ib qilish uchun muhim asos bo'lib xizmat qiladi.

Yuqoridagi tahlillar shuni ko'rsatadiki, turizm platformalarida kontent marketingi va raqamli strategiyalarni integratsiyalash — nafaqat foydalanuvchini jalb qilishda, balki uni mijozga aylantirish va uzoq muddatli aloqani yo'lga qo'yishda ham asosiy vositaga aylanmoqda. Shuningdek, platformalar o'z kontent siyosatini raqamli vositalar bilan uyg'unlashtira olgan hollardagina global bozorlar uchun jozibador va raqobatbardosh xizmat ko'rsatish imkoniyatiga ega bo'ladi. Ushbu xulosalar amaliyotda strategik rejalashtirish, xizmatlarni diversifikatsiya qilish va foydalanuvchi tajribasini tahlil qilish orqali samarali yondashuvlarni shakllantirishga asos bo'lib xizmat qiladi (1-jadval; 1-rasm).



1-jadval. Foydalanuvchilarning turizm platformalaridagi raqamli marketing omillariga nisbatan baholari

№	Ko'rsatkichlar	Foizda (%)
1	Platformani tanlashda kontent sifatini muhim deb hisoblaganlar	68 %
2	Ijtimoiy tarmoqlarda reklama orqali turizmga qiziqish bildirganlar	54 %
3	Saytdagi vizual materiallardan ijobiy taassurot olgan foydalanuvchilar	61 %
4	Shaxsiylashtirilgan tavsiyalarni foydali deb hisoblaganlar	57 %
5	Mobil ilovalar orqali bron qilishni afzal ko'rgan foydalanuvchilar	49 %



1-rasm. Turizm platformalari foydalanuvchilari fikriga ko'ra raqamli marketing omillarining nisbiy ustuvorligi (%)

Tadqiqot doirasida turizm platformalari foydalanuvchilarining kontent sifati va raqamli marketing vositalariga nisbatan munosabatini aniqlash maqsadida so'rovnoma o'tkazildi. So'rov natijalari asosida shakllantirilgan quyidagi ma'lumotlar turizm xizmatlarining marketing strategiyasiga foydalanuvchi nigohi bilan baho berish imkonini yaratdi. Xususan, 68 % respondentlar sayohat platformasini tanlashda birinchi navbatda kontent sifatiga e'tibor berishini bildirgan. Bu shuni anglatadiki, raqamli turizm xizmatlari bozori tobora emotsional va vizual kontekstga tayana boshlagan: matnlar, fotosuratlar, video ko'rinishlar, interaktiv xaritalar va foydalanuvchi sharhlari xizmat haqidagi dastlabki taassurotni shakllantiradi hamda tanlovda hal qiluvchi rol o'ynaydi. Shu jihatdan, zamonaviy kontent marketingi — bu oddiy reklama emas, balki ishonch muhitini yaratish va mijoz e'tiborini jalb qilishda asosiy vositaga aylangan.

Bundan tashqari, 54 % foydalanuvchi turizm mahsulotlari va xizmatlariga ijtimoiy tarmoqlarda ko'rilgan postlar, videoroliklar yoki stories orqali qiziqish bildirganini tan olgan. Bu raqam SMM (ijtimoiy tarmoqlarda marketing) vositalarining samaradorligini tasdiqlaydi. Ayniqsa, Instagram, Facebook, TikTok kabi platformalarda turizm kontenti kuchli ta'sirchanlikka ega bo'lib, foydalanuvchining hissiy holatiga bevosita ta'sir qiladi va unga sayohatga chiqish qarorini tezroq qabul qildirish imkonini beradi. Vizual kontentning roli 61 % foydalanuvchi tomonidan tasdiqlandi — ular saytdagi suratlar, videoroliklar va 3D vizualizatsiyalardan foydalangan holda sayohat yo'nalishiga nisbatan ijobiy qaror qabul qilganini bildirgan. Bu esa turizm platformalari uchun professional vizual materiallarni yaratish va ularni brend imidjiga mos ravishda targ'ib qilish strategik muhimligidan dalolat beradi.

So'rovnoma ishtirokchilarining 57 % i turistik takliflar va xizmatlar shaxsiylashtirilgan tarzda taqdim etilganida ularni foydaliroq deb hisoblaganini bildirgan. Masalan, foydalanuvchi oldingi bronlash tarixi, geografik joylashuvi yoki qidiruv faolligiga qarab moslashtirilgan takliflarni olishni qulay deb hisoblaydi. Bunday shaxsiylashtirish elementlari foydalanuvchi tajribasini ijobiy tomonga o'zgartiradi, platformaga bo'lgan ishonchni mustahkamlaydi va konversiyani oshiradi. Ayniqsa, bu jarayonda sun'iy intellekt hamda foydalanuvchi xatti-harakatlari asosida



ishlaydigan algoritmlar katta rol o'ynaydi. Ayni vaqtda O'zbekistonning mahalliy platformalarida bu kabi algoritmlar deyarli mavjud emasligi, foydalanuvchining sayohat profili tahlil qilinmayotgani platformalarning raqobatbardoshligiga salbiy ta'sir ko'rsatmoqda.

So'rovnomalar natijalarining yana bir muhim jihati — foydalanuvchilarning 49 % i mobil ilovalar orqali bron qilishni afzal ko'rganini ko'rsatdi. Bu natija raqamli qulaylik va foydalanish soddaligiga bo'lgan talabning yuqoriligini anglatadi. Foydalanuvchilar tez, xavfsiz va moslashtirilgan interfeyslar orqali xizmat olishni xohlaydi. Mobil ilova orqali bron qilingan xizmatlarda geolokatsion qo'llab-quvvatlash, onlayn to'lov tizimlari, real vaqtli yangiliklar va shaxsiy kabinet orqali aloqada bo'lish imkoniyati ularning xizmatdan qoniqish darajasini oshiradi. Shu bois, mobil ilovalar dizayniga, texnik imkoniyatlariga va marketing strategiyasidagi rolga alohida e'tibor qaratish zarur.

Yuqoridagi statistik ko'rsatkichlar asosida shuni xulosa qilish mumkinki, turizm platformalarining raqobatbardoshligi foydalanuvchi ehtiyojlariga mos va ularga yo'naltirilgan kontent hamda raqamli vositalarning uyg'unlashuvi orqali ortadi. Kontent sifati, vizual elementlar, ijtimoiy tarmoq faolligi, shaxsiylashtirilgan yondashuv va mobil qulaylik kabi elementlarning har biri foydalanuvchining platformaga nisbatan qoniqish darajasini belgilovchi asosiy omil sifatida namoyon bo'ladi. Shu bois, turizm platformalari o'z marketing strategiyasini foydalanuvchi psixologiyasi va texnologik qulayliklar bilan uyg'unlashtirgan taqdirdagina barqaror raqobat ustunligiga erisha oladi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Olib borilgan tadqiqot natijalari asosida shuni xulosa qilish mumkinki, turizm platformalarining raqobatbardoshligini oshirishda zamonaviy kontent marketingi va raqamli marketing strategiyalarining o'zaro uyg'unlashgan holda qo'llanilishi muhim ahamiyat kasb etadi. Yaxshi ishlab chiqilgan kontent foydalanuvchining e'tiborini jalb etibgina qolmay, balki u bilan hissiy aloqani mustahkamlaydi, platforma brendining imidjini shakllantiradi va xarid qarorlariga bevosita ta'sir ko'rsatadi. Raqamli marketing esa ushbu kontentni to'g'ri auditoriyaga, to'g'ri vaqtda yetkazish, foydalanuvchi bilan interaktiv aloqa o'rnatish, ularning xatti-harakatlarini tahlil qilish va mijozga aylantirish imkonini beradi. Kontent va raqamli vositalarning bir-birini to'ldiruvchi mexanizm sifatida integratsiyalashuvi turizm platformalari uchun katta afzalliklar yaratadi.

Tahlillar shuni ko'rsatadiki, xalqaro platformalar integratsiyalashgan marketing yondashuvini faol joriy qilgan holda nafaqat o'z xizmatlarini targ'ib qilmoqda, balki mijozlar bilan uzluksiz aloqani saqlab qolish, ularning individual ehtiyojlariga moslashtirilgan takliflar yaratish va foydalanuvchi sodiqligini oshirishga erishmoqda. Mahalliy platformalarda esa bu borada hali sezilarli bo'shliqlar mavjud: kontent sifatining pastligi, texnologik yetishmovchiliklar, marketing jarayonlarining fragmentarligi va malakali kadrlar tanqisligi asosiy muammolar qatorida turadi. Shu nuqtai nazardan, O'zbekiston turizm platformalari oldidagi asosiy vazifa — marketing strategiyalarining kompleksligini ta'minlash, ularni yagona maqsadli tizimga birlashtirish va foydalanuvchi tajribasini markazga qo'ygan yondashuvga o'tishdir.

Tadqiqot natijalari asosida quyidagi takliflar ilgari suriladi:

Professional kontent ishlab chiqarish — yuqori sifatli fotosuratlar, videolar, interaktiv xaritalar, bloglar va hikoya formatidagi materiallar yaratish; ularni ijtimoiy tarmoqlar, mobil ilovalar va veb-saytlar orqali yagona brend xabari formatida tarqatish.

Raqamli marketing vositalaridan samarali foydalanish — SEO, SMM, e-mail marketing, kontekstual reklama va push-bildirishnomalar orqali foydalanuvchi xatti-harakatlarini tahlil qilish, segmentatsiya va personalizatsiya asosida takliflar shakllantirish.

Sun'iy intellekt va avtomatlashtirilgan tizimlarni joriy etish — foydalanuvchi tajribasini soddalashtirish, tezkor javob berish mexanizmlarini yaratish.

Ko'p tilli interfeysni ta'minlash — o'zbek, ingliz, rus va boshqa tillarni to'liq qo'llash orqali xorijiy turistlar uchun qulaylik yaratish.

Marketing bo'yicha malakali kadrlar tayyorlash — global amaliyotlarni o'rganish, malaka oshirish dasturlarini yo'lga qo'yish va ularning salohiyatidan maksimal darajada foydalanish.

Yuqoridagi takliflar turizm platformalarining marketing salohiyatini oshirish, iqtisodiy barqarorligini ta'minlash, mamlakatning sayyohlik brendini xalqaro bozorlarda mustahkamlash hamda raqobat muhitida faol ishtirokini ta'minlashga xizmat qiladi. Shu bois, turizm sohasida zamonaviy kontent va raqamli marketing vositalarini uyg'unlashtirgan holda kompleks strategiyalar ishlab chiqish dolzarb va zarur yo'nalish bo'lib qolmoqda.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. 15th ed. Pearson Education.
2. Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2020). Digital Marketing. 7th ed. Pearson.
3. Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: foundations and developments. Electronic Markets, 25(3), 179–188.



4. UNWTO (2021). Tourism and Digital Transformation: Global Report. <https://www.unwto.org>
5. OECD (2020). Tourism Trends and Policies 2020. OECD Publishing. <https://www.oecd.org>
6. O'rolboyeva, N. (2022). O'zbekiston turizmida raqamli marketing strategiyalarining rivojlanishi. Iqtisodiyot va Innovatsion Texnologiyalar, 1(4), 45–51.
7. WTTC (2023). Economic Impact of Travel and Tourism. World Travel & Tourism Council. <https://wttc.org>
8. Uzbekistan.travel — O'zbekiston Respublikasi Turizm va madaniy meros vazirligi rasmiy portali. <https://uzbekistan.travel>
9. Rustamova, M. (2023). Turizmda kontent marketing vositalaridan foydalanish usullari. Marketing nazariyasi va amaliyoti, 3(2), 33–39.
10. Bookatour.uz, Anor.travel – mahalliy turizm platformalarining onlayn tahlillari (2024-yil, kuzatuv natijalari).



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Ingliz tili muharriri: Feruz Hakimov

Musahhih: Zokir ALIBEKOV

Sahifalovchi va dizayner: Oloviddin Sobir o'g'li

2025. № 8

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Yashil" iqtisodiyot va taraqqiyot" jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar ma'sul. Tahririyat fikri har vaqt ham mualliflar fikriga mos kelamasligi mumkin. Tahririyatga yuborilgan materiallar qaytarilmaydi.

Mazkur jurnalda maqolalar chop etish uchun quyidagi havolalarga maqola, reklama, hikoya va boshqa ijodiy materiallar yuborishingiz mumkin.
Materiallar va reklamalar pullik asosda chop etiladi.

El.Pochta: sq143235@gmail.com

Bot: @iqtisodiyot_77

Tel.: 93 718 40 07

Jurnalga istalgan payt quyidagi rekvizitlar orqali obuna bo'lishingiz mumkin. Obuna bo'lgach, @iqtisodiyot_77 telegram sahifamizga to'lov haqidagi ma'lumotni skrinshot yoki foto shaklida jo'natishingizni so'raymiz. Shu asosda har oygi jurnal yangi sonini manzilingizga jo'natamiz.

"Yashil" iqtisodiyot va taraqqiyot" jurnali 03.11.2022-yildan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Adminstratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan №566955 reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan.

Litsenziya raqami: №046523. PNFL: 30407832680027

Manzilimiz: Toshkent shahar, Mirzo Ulug'bek tumani
Kumushkon ko'chasi, 26-uy.



Jurnal sayti: <https://yashil-iqtisodiyot-taraqqiyot.uz>
