YASHIL

IQTISODIYOT&TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

№2

ISSN: 2992-8982

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

2026

YASHIL

IQTISODIYOT&TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Elektron nashr. 2026-yil, fevral.

Bosh muharrir:
Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich

Bosh muharrir oʻrinbosari:
Karimov Norboy Gʻaniyevich

Muharrir:
Qurbonov Sherzod Ismatillayevich

Tahrir hay’ati:

Salimov Oqil Umrzoqovich, Oʻzbekiston Fanlar akademiyasi akademigi
Abduraxmanov Kalandar Xodjayevich, Oʻzbekiston 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 – Oʻzbekiston doʻstlik 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 Gʻafforovna, pedagogika fanlari boʻyicha 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 Abdugʻaniyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Xajiyev Baxtiyor Dushaboyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Hakimov Nazar Hakimovich, falsafa fanlari doktori (DSc), professor
Musayeva Shoira Azimovna, iqtisodiyot fanlari boʻyicha falsafa doktori (PhD), professor
Ali Konak (Ali Koʻnak), iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor (Turkiya)
Cham Tat Huei, falsafa fanlari doktori (PhD), professor (Malayziya)
Foziljonov Ibrohimjon Sotvoldixoʻja oʻgʻli, iqtisodiyot fanlari boʻyicha falsafa doktori (PhD), dots.
Utayev Uktam Choriyevich, Oʻz.Respub. Bosh prokuraturasi boshqarma boshligʻi oʻrinbosari
Ochilov Farkhod, Oʻzbekiston Respublikasi Bosh prokuraturasi IJQKD boshligʻi
Buzrukxonov Sarvarxon Munavvarxonovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent
Axmedov Javohir Jamolovich, iqtisodiyot fanlari boʻyicha falsafa doktori (PhD)
Toxirov Jaloliddin Ochil oʻgʻli, texnika fanlari boʻyicha falsafa doktori (PhD), katta oʻqituvchi
Bobobekov Ergash Abdumalikovich, iqtisodiyot fanlari boʻyicha 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 boʻyicha falsafa doktori (PhD), dotsent
Sevil Piriyeva Karaman, falsafa fanlari doktori (PhD) (Turkiya)
Mirzaliyev Sanjar Makhamatjon oʻgʻli, TDIU ITI departamenti rahbari
Ochilov Bobur Baxtiyor oʻgʻli, TDIU katta oʻqituvchisi
Golisheva Yelena Vyacheslavovna, Iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent.
Abdukarimova Dinara Rustamxanovna, bank-moliya akademiyasi professori, DSc., professor.
Ikramov Murod Akramovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Nazarova Ra’no Rustamovna, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor

YASHIL
IQTISODIYOT&TARAQQIYOT
Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Editorial board:
Salimov Okil Umrzokovich, Academician of the Academy of Sciences of Uzbekistan
Abdurakhmanov Kalandar Khodjayevich, 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 Bakhriddinovich, 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.
Abdukarimova Dinara Rustamkhanovna, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Ikramov Murod Akramovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Nazarova Ra’no Rustamovna, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor

Ekspertlar kengashi:
Berkinov Bazarbay, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Po'latov Baxtiyor Alimovich, texnika fanlari doktori (DSc), professor
Aliyev Bekdavlat 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
Komilova Nilufar Karshiboyevna, Geografiya fanlari doktori, professori
Umirzoqov Ja'sur Artiqboy o'g'li, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), dotsent
Zebo Kuldasheva, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), dotsent

Board of Experts:
Berkinov Bazarbay, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Pulatov Bakhtiyor Alimovich, Doctor of Technical Sciences (DSc), Professor
Aliyev Bekdavlat 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 Khusniddinovna, Doctor of Philosophy (PhD) in Economics
Gafurov Doniyor Orifovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Pedagogy
Fayziyev Oybek Rakhimovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economics, Associate Professor
Tukhtabayev Jamshid Sharafetdinovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economics, Associate Professor
Khamidova Faridakhon Abdulkarimovna, Doctor of Economic Sciences, Associate Professor
Yakhshiboyeva Laylo Abdisattorovna, Senior Lecturer
Babayeva Zuhra Yuldashevna, Independent Researcher
Komilova Nilufar Karshiboyevna, Doctor of Geographical Sciences, Professor
Umirzokov Jasur Artiqboy ugli, Doctor of Economic Sciences (DSc), Associate Professor
Zebo Kuldasheva, Doctor of Economic Sciences (DSc), Associate Professor

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

TIJORAT BANKLARINING INVESTITSIYA LOYIHALARINI KREDITLASH MEXANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISH....40
Faxriddinov Temur Faxriddin o'g'li

TEMIR YO'L YO'LLARINI TA'MIRLASH KORXONALARINING IQTISODIY SAMARADORLIGINI OSHIRISH OMILLARI....46
Allabergenov Sherzod Maksudbayevich

BANKLARNI TRANSFORMATSIYALASH JARAYONIDA INVESTITSION KREDITLASHNING XORIJ TAJRIBASI....51
Tuxsanov Eldor Dilmurod o'g'li

O'ZBEKISTONDA BUDJET OCHIQLIGINI TA'MINLASH BO'YICHA QONUNCHILIK BAZASINING EVOLYUTSIYASI VA RIVOJLANISH BOSQICHLARI....55
Mamanov Alisher Umbarovich

ENERGETIKA TARMOG'I KORXONALARIDA INNOVATSION TEXNOLOGIYALARNI QO'LLASH YO'LLARI....60
Xamdamova Gavxar Absamatovna

SMART UNIVERSITET MODELINING XALQARO TAJRIBASI VA UNI YANGI O'ZBEKISTON TA'LIM TIZIMIGA MOSLASHTIRISH MASALALARI....65
Saloxiddinova Sitora Baxodir qizi

IJTIMOIY OBYEKTLARDA QURILISH XIZMATLARINI MOLIYALASHTIRISHNING NAZARIY – ASOSIY TAMOYILLARI....68
Gapparov Azim Qayumovich

QURILISH MATERIALLARI SANOATI KORXONALARINING ISHLAB CHIQARISH FAOLIYATIGA RAQAMLI TRANSFORMATSIYANI JORIY ETISH ORQALI RAQOBATBARDOSHLIKNI TA'MINLASH....72
Zaripov Shoxboz Alijon o'g'li

O'ZBEKISTONDA MASOFAVIY BANK XIZMATLARINING IQTISODIY VA IJTIMOIY BARQARORLIKKA TA'SIRI....75
Xolmatova Asila Menglimurod qizi

РОЛЬ GREEN BONDS В МЕЖДУНАРОДНОЙ ФИНАНСОВОЙ СТРАТЕГИИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ....81
Н.Т. Бекназарова

BARQAROR RIVOJLANISH SHAROITIDA EKOLOGIK BOSHQARUV VA AUDIT....86
Shaymatova Nargiza Ashurovna

NORASMIY IQTISODIYOTNING MAVJUDLIGINING NAZARIY MASALALARI VA UNI ANIQLASHNING USLUBIY YONDASHUVLARI....93
Alimardonov G'ayratjon Nuraliyevich

DIGITAL TWIN–BASED DECISION SUPPORT FOR COST OPTIMIZATION AND RISK MANAGEMENT IN INFRASTRUCTURE SYSTEMS....99
Nelyufar Umarovna Dadabayeva

PAXTA BO'LAKCHASINING OG'MA TO'RLI YUZA SIRTI BO'YLAB HAVO OQIMI TA'SIRIDAGI HARAKATINING MATEMATIK MODELI....108
Karimov Abdusamat

АДАПТИВНОСТЬ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ К ВНЕШНИМ РИСКАМ И ГЕОЭКОНОМИЧЕСКИМ ТЕНДЕНЦИЯМ....115
Бабаджанов Шухрат Атхамович

"TIBBIYOT BOZORINING UZLUKSIZ RIVOJLANISHI UCHUN MEXANIZMLARNI TAKOMILLASHTIRISH YONDASHUVLARI"....120
Abdumalikov Shoxjahon Jaloliddin o'g'li

KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIKNING MEHNAT BOZORI RIVOJLANISHIDAGI ROLI VA BANDLIKKA TA'SIRI....124
Egamberdiyev Abdujabbor Xusanovich

MUNDARIJA СОДЕРЖАНИЕ CONTENTS

MUNDARIJA СОДЕРЖАНИЕ CONTENTS

XORAZM VILOYATIDA ETNOGRAFIK TURIZMNI BARQAROR RIVOJLANTIRISH MEXANIZMINING AHAMIYATI 129
Ro'zimatova Shaxlo Baltaboy qizi

THE FEAR OF MISSING OUT (FOMO) EFFECT IN ADVERTISING AND ITS NEUROPSYCHOLOGICAL IMPACT ON IMPULSE BUYING 134
Negmatov Nodir Nozimovich

O'ZBEKISTONDA TRANSPORT XIZMATINI TASHKIL ETISHNING ASOSIY IQTISODIY KO'RSATKICHLARI VA TENDENSIYALARI TAHLILI 139
Aytiyeva Sevara

TO'QIMACHILIK SANOATIDA INVESTITSION LOYIHALARNI BOSHQARISH METODOLOGIYASINI TAKOMILLASHTIRISHDA INNOVATSION YONDASHUVLAR 144
Qurbonov Jasurbek Pozilovich

YASHIL IQTISODIYOTNING MOHIYATI VA O'ZBEKISTON UCHUN AHAMIYATI 149
Abdullayeva Matluba Nematovna, Nuriddinov Kamoliddin Faxriddin o'g'li

XIZMAT KO'RSATISH SOHASIDA KICHIK KORXONALAR RAQOBATBARDOSHLIGIGA TA'SIR ETUVCHI OMILLAR TAHLILI 155
Axmedov Sanjar Temur o'g'li

POPULATION IMPACT ON CONSUMER CULTURE AND NATIONAL ECONOMIC GROWTH 160
Rustamov Sheroz Oblokulovich

AVTOTRANSPORT KORXONALARINING IQTISODIY KO'RSATKICHLARI TAHLILI VA ULARNI YAXSHILASHGA TA'SIR ETUVCHI OMILLAR 164
Laylo Akbarova, Komolov Adxam Dilshod o'g'li

MODELING THE DIFFUSION OF DIGITAL BANKING ADOPTION IN UZBEKISTAN: EVIDENCE FROM TBC BANK USING THE BASS DIFFUSION MODEL AND A HYBRID REGRESSION APPROACH 169
Feruza Nabieva

YASHIL IQTISODIYOT SHAROITIDA EKOLOGIK XARAJATLARNI BUXGALTERIYA HISOBIDA AKS ETTIRISH VA BAHOLASH 176
Rabbimov Elbek Abdulloyevich, G'afforov Ilhom Ilyosjonovich, Ergashev Olloyor Furqat o'g'li

O'ZBEKISTONNING YANGI BOZORLARGA CHIQISHIDA FAOL MARKETING VOSITALARIDAN FOYDALANISHNING INTEGRALLASHGAN MODELI 183
Baqoyev Sunnatillo Burxon o'g'li

O'ZBEKISTONDA TADBIRKORLIK FAOLIYATIGA RAQAMLI TEXNOLOGIYALARNI JORIY ETISHNING ILMIY-KONSEPTUAL ASOSLANISHI 188
Salaydinov Shodiyor Nizom o'g'li

TIJORAT BANKLARIDA KREDIT PORTFELI SIFATINI OSHIRISH VA KREDIT RISKINI BOSHQARISH MEXANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISH 194
Turg'unov Nodirbek Muminjanovich

SANOAT KORXONALARI TUZILMASINI TAKOMILLASHTIRISH MEXANIZMI 198
Jabborov Elbek Erkin o'g'li

SOLIQ STAVKALARINI TABAQALASHTIRISHNING TADBIRKORLIK FAOLIYATINI RIVOJLANISHGA TA'SIRI 202
Abduraimova Nigora Abdugapparovna

MINTAQALAR IQTISODIY RIVOJLANISHIDAGI TAFOVUTLARNI KAMAYTIRISHNI TA'MINLASHDAGI XORIJ MAMLAKATLAR TAJRIBASI 208
Egamov Temur Muzaffarovich

RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA SANOAT KORXONALARIDA INNOVATSION FAOLIYATNI MOLIYAVIY RAG'BATLANTIRISH IMKONIYATLARI 213
Baxriddinov Nodirbek Zamirdinovich

MINTAQA IQTISODIYOTINI BARQAROR RIVOJLANTIRISHDA XIZMATLAR SOHASINING O'RNI VA OBYEKTIV ZARURLIGI 217
Achilova Firuza Kurbanovna

INVESTITSIYALARNI JALB ETISH ORQALI MAXSUS IQTISODIY ZONALARNING SAMARADORLIGINI OSHIRISH 222
Ergashev Olim

KICHIK BIZNES INNOVATSION FAOLIYATINING RIVOJLANISHIDAGI ASOSIY TENDENSIYALAR 227
Amirov Zubaydulla Toir o'g'li

KICHIK BIZNESNI RIVOJLANTIRISHDA YOSHLAR TADBIRKORLIGINING O'RNI VA AHAMIYATI 233
Isakjanova Saboxat Muhamedovna

KORPORATIV BOSHQARUV TIZIMIDA AKSIYADORLAR HUQUQLARINI HIMOYA QILISH MEXANIZMLARINI XALQARO STANDARTLAR ASOSIDA TAKOMILLASHTIRISH 238
Xakimov Uchkun Xamitovich

RAQAMLI TRANSFORMATSIYA SHAROITIDA MILLIY MAKROIQTISODIY SIYOSATNI TAKOMILLASHTIRISH YO'NALISHLARI 242
Mardanova Ra'no Isakovna

XUSUSIY VA DAVLAT SHIFOXONALARI UCHUN RAQAMLI MARKETING STRATEGIYALARINI QIYOSIY TAHLIL 246
Yakubov Temur G'anibekovich

RAQAMLI SOG'LIQNI SAQLASH TIZIMIDA RESURS SAMARADORLIGI VA IQTISODIY NATIJADORLIK MODELI 250
Ziyodullayev Qahramon

"MILLIY TURIZM SITUATSION-MONITORING MARKAZI" VA "YASHIL TUROPERATORLAR" FAOLIYATINI SHAKLLANTIRISH ISTIQBOLLARI 254
Toshev Akmal Salimovich

RISK-MENEJMENT VA MOLIYAVIY BARQARORLIK O'ZARO BOG'LIQLIGINING KONSEPTUAL MODELINI SHAKLLANTIRISH TAMOYILLARI 261
Madaminov Bekzod Allayarovich

O'ZBEKISTONDA YASHIRIN IQTISODIYOT: BAHOLASH METODOLOGIYASI, DINAMIKASI VA QISQARTIRISH ISTIQBOLLARI (1996 – 2026-YILLAR TAHLILI) 266
Djumanova Rano Fayzullayevna

OLIY TA'LIM SIFATINI BAHOLASHDA MAJMUALI DIAGNOSTIK MODELNING AMAL QILISH XUSUSIYATLARI 272
Xo'jaxanov Ma'rufxon Xamidxonovich

TIJORAT BANKLARI FAOLIYATINI TAKOMILLASHTIRISHNING XORIJ TAJRIBASI 278
Vafiyev Raxim Xalimjonovich

INVESTITSIYA LOYIHALARINI KREDITLASH AMALIYOTINI TAKOMILLASHTIRISH YO'LLARI 282
Nigora Nurmatova

BANK SEKTORINING INVESTITSIYA OQIMLARINI BOSHQARISHDAGI STRATEGIK O'RNI 287
Abdumavlonov Abdumutal Abdumajid o'g'li

O'ZBEKISTON KORXONALARIDA UZOQ MUDDATLI MOLIYAVIY INVESTITSIYALAR HISOBINI TAKOMILLASHTIRISH 291
Allabergenova Nilufar Shermetovna

O'ZBEKISTON BANK TIZIMIDA TA'MINOTLI YIRIK KREDITLAR ASOSIDA QIMMATLI QOG'OZLAR CHIQARISH ORQALI RESURS BAZASINI KENGAYTIRISH MEXANIZMLARI 298
Ahmedov Akbarali Sultonmurodovich

"MINTAQA SANOATI SALOHIYATIDAN FOYDALANISH SAMARADORLIGINI OSHIRISH MEXANIZMLARI" 306
Abdinazarov Xusan Shaymanovich

BUDJET TASHKILOTLARI FAOLIYATIDA MAJBURIYATLAR: MAZMUNI, TURLARI VA TARKIBI 309
Jabbarova Charos Aminovna

ATROF-MUHIT VA EKOLOGIK IQTISODIYOT: TURIZM XIZMATLARI BOZORIDA RESURSLARDAN OQILONA FOYDALANISH VA UNING RAQOBATBARDOSHLIGINI TA'MINLASH 316
Alikulov Samar Abdirashidovich

O'ZBEKISTON TURIZM INDUSTRIYASI RIVOJLANISHIDA FORSAYT TEXNOLOGIYALARINI QO'LLASH 322
Turdibekov Xasan Ibragimovich

АНАЛИЗ ДЕБИТОРСКОЙ И КРЕДИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ ХОЗЯЙСТВУЮЩЕГО СУБЪЕКТА 329
Камолова Феруза Кахрамоновна

MUNDARIJA СОДЕРЖАНИЕ CONTENTS

MUNDARIJA СОДЕРЖАНИЕ CONTENTS

TASHQI QARZNING IQTISODIY XAVFSIZLIKKA TA'SIRI: QARZ BARQARORLIGINI BAHOLASH MODELLARI ASOSIDA O'ZBEKISTON MISOLIDA TAHLIL 333
Olloyorova Kumushoy Ahmad qizi, Tashmuxamedova Yayra Atxamovna

XO'JALIK YURITUVCHI SUBYEKTLARNING MOLIYAVIY BARQARORLIGINI TA'MINLASHDA SOLIQLARNI TARTIBGA SOLISHNING TAHLILI 339
Kudiyarov Kishibay Ramatullaevich

KORXONALAR FAOLIYATINING IQTISODIY BARQARORLIGINI TA'MINLASHNING XORIJ TAJRIBASI 343
Iminova Nargizaxon Akramovna

SUG'URTA KOMPANIYALARINING TO'LOVGA QOBILIYATLILIGINI BOSHQARISHDA RISKLAR VA RISK-MENEJMENTNING O'RNI 350
Xalikulova Shirin Utkir qizi

BUDJET TASHKILOTLARIDA BUXGALTERIYA HISOBI VA HISOBOTINI XALQARO STANDARTLAR ASOSIDA TAKOMILLASHTIRISHDAGI MUAMMOLAR VA KAMCHILIKLAR 354
Xolmirzayev Ulug'bek Abdulazizovich, Xasanboyeva Muyassar Ubaydullayevna

XUSUSIY KORXONALARDA KADRLAR MENEJMENTI SAMARADORLIGINI OSHIRISH 358
Alimova Dildora Damirovna

BANK TRANSFORMATSIYASI TUSHUNCHASI VA UNING MENEJMENTDAGI O'RNI 363
Rajabov Oybek Panjievich

O'ZBEKISTON OZIQ-OVQAT SANOATIDA ISHLAB CHIQARISH SAMARADORLIGINING HOZIRGI HOLATI VA RIVOJLANISH TENDENSIYALARI 367
Eshtemirova Anora Norboy qizi

BOZOR KONYUNKTURASIGA MOS PIYOZ YETISHTIRISH SAMARADORLIGINI OSHIRISH YO'NALISHLARI 371
Sadikova Shohida Obidqul qizi

HUDUDLARDA MAISHIY XIZMATLAR SOHASINI KLASTERLASH VA RESURS SAMARADORLIGIGA TA'SIR ETUVCHI OMILLAR TAHLILI 375
Normurodova Zebo Eshmaxmatovna

XUSUSIY VA KORPORATIV TUZILMALARDA AUDITORLIK TEKSHIRUVI HAMDA AUDITORLIK XULOSASINI SHAKLLANTIRISH AMALIYOTI 380
Xolmirzayev Ulug'bek Abdulazizovich, Ubaydullayev Toxirjon Abdullajanovich

YIRIK VA KICHIK BIZNES O'RTASIDA KOOPERATSIYA MUNOSABATLARINI RIVOJLANTIRISH YO'NALISHLARI 385
Nasirova Kamola Alimovna

MOLIYAVIY HISOBOTLARNING QAROR QABUL QILISH JARAYONIDAGI IQTISODIY ROLI 394
Xolmirzayev Ulug'bek Abdulazizovich, Yahyayeva Ra'no Raximovna

DIRECTIONS FOR IMPROVING INVESTMENT POLICY IN THE CONDITIONS OF DIGITAL ECONOMY (EXPERIENCE OF UZBEKISTAN) 400
Khatamov Nurbek Achildiyevich, Sharifi Abdul Fatah

DAVLATNING FISKAL VA MONETAR SIYOSATI UYG'UNLIGINING IQTISODIY XAVFSIZLIKKA TA'SIRINI BAHOLASH 405
Uralov Shavkat Maxramovich

SUN'IY INTELLEKT ASOSIDA BIZNES JARAYONLARINI AVTOMATLASHTIRISHNING IQTISODIY SAMARADORLIGI 410
Yusubov Muzaffar Alimbayevich

BANKLARDA RAQAMLASHTIRISH JARAYONINING MIJOZLAR QONIQISH DARAJASIGA TA'SIRI 414
Ro'ziboyev Shuxrat Komilovich

BOJ-TARIF SIYOSATI METODOLOGIYASINI TAKOMILLASHTIRISHNING ILMIY-AMALIY YO'NALISHLAR 418
Pardayev Ilhomjon G'ulom o'g'li

OLIY TA'LIM MUASSASALARIDA MOLIYAVIY BOSHQARUVNI TAKOMILLASHTIRISHDA BOSHQARUV KADRLARINING KOMPETENSIYASI 424
Mahsutaliyev Abdusalom Hasanovich

ZIYORAT TURIZMIDA DESTINATSIYA VA GEOAXBOROT TIZIMINI TAKOMILLASHTIRISH 433
Qosimov Jahongir Ro'ziboyevich, Suyunova Nilufar

YEVROPA DAVLATLARIDAGI KORXONALARDA MOLIYAVIY REJALASHTIRISH AMALIYOTINING TAHLILI VA ULARDAN O'ZBEKISTON MOLIYA TIZIMIDA QO'LLASH MASALALARI 440
Pardayev Jamshid Muzaffarovich

TASHKILOTNING RAQAMLI TRANSFORMATSIYA LOYIHALARINI BOSHQARISH 446
Xasanov Odilxon Kaxxorovich

O'ZBEKISTON TURIZM SANOATINING XALQARO RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISHDA STRATEGIK MARKETING TEXNOLOGIYALARIDAN FOYDALANISH 450
Kobilova Shozoda Timurovna, Isxakova Sarvar Ayubovna

O'ZBEKISTON TURIZM SANOATINING XALQARO RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISHDA STRATEGIK MARKETING TEXNOLOGIYALARIDAN FOYDALANISH

Kobilova Shozoda Timurovna
Zarmed universiteti dotsenti, i.f.n.

Isxakova Sarvar Ayubovna
Samarqand iqtisodiyot va servis instituti dotsenti, PhD

Annotatsiya. Maqolada O'zbekiston turizm sanoatining jahon turistik bozoridagi raqobatbardoshligini oshirish masalalari strategik marketing yondashuvlari asosida tadqiq etilgan. Tadqiqot jarayonida global turizm bozorida shakllanayotgan zamonaviy marketing konsepsiyalari, xususan, tajribalar iqtisodiyoti, destinatsiya marketingi va raqamli transformatsiyaning turizm sohasiga ta'siri ilmiy jihatdan tahlil qilindi. PESTLE tahlili, Porterning raqobatbardoshlik rombi va 7P marketing-miks modellari asosida Samarqand viloyatining turistik salohiyati baholanib, mavjud tizimli muammolar aniqlandi. Tadqiqot natijalari asosida turistik mahsulotni diversifikatsiya qilish, hududiy brendingni shakllantirish va raqamli marketing samaradorligini oshirishga qaratilgan amaliy tavsiyalar ishlab chiqildi.

Kalit so'zlar: strategik marketing, turizm raqobatbardoshligi, 7P marketing modeli, PESTLE tahlili, Porter rombi, raqamli transformatsiya, destinatsiya brendi, Samarqand, ziyorat turizmi.

Abstract. The article examines the issues of enhancing the competitiveness of Uzbekistan's tourism industry in the global tourism market based on strategic marketing approaches. The study provides a scientific analysis of modern marketing concepts emerging in the global tourism market, particularly the experience economy, destination marketing, and the impact of digital transformation on the tourism sector. Using PESTLE analysis, Porter's Diamond Model of competitiveness, and the 7P marketing mix model, the tourism potential of the Samarkand region was assessed and existing systemic problems were identified. Based on the research findings, practical recommendations were developed aimed at diversifying tourism products, forming regional branding, and improving the effectiveness of digital marketing.

Key words: strategic marketing, tourism competitiveness, 7P marketing model, PESTLE analysis, Porter's Diamond, digital transformation, destination branding, Samarkand, pilgrimage tourism.

Аннотация. В статье на основе стратегических маркетинговых подходов исследуются вопросы повышения конкурентоспособности туристической индустрии Узбекистана на мировом туристическом рынке. В ходе исследования проведён научный анализ современных маркетинговых концепций, формирующихся на глобальном туристическом рынке, в частности экономики впечатлений, маркетинга дестинаций и влияния цифровой трансформации на сферу туризма. На основе PESTLE-анализа, модели конкурентного ромба Портера и модели маркетинг-микса 7P была оценена туристическая потенциал Самаркандской области и выявлены существующие системные проблемы. По результатам исследования разработаны практические рекомендации, направленные на диверсификацию туристического продукта, формирование территориального брендинга и повышение эффективности цифрового маркетинга.

Ключевые слова: стратегический маркетинг, конкурентоспособность туризма, модель маркетинга 7P, PESTLE-анализ, ромб Портера, цифровая трансформация, бренд дестинации, Самарканд, паломнический туризм.

KIRISH

So‘nggi yillarda jahon iqtisodiyotida turizm sanoati eng tez rivojlanayotgan va yuqori qo‘shimcha qiymat yaratuvchi tarmoqlardan biriga aylandi. Jahon Turizm Tashkiloti (UNWTO) ma’lumotlariga ko‘ra, turizm xizmatlari global yalpi ichki mahsulotning sezilarli qismini shakllantirib, bandlik va hududiy rivojlanishda muhim rol o‘ynamoqda.

O‘zbekiston uchun ham turizm nafaqat madaniy va ijtimoiy ahamiyatga ega soha, balki iqtisodiy o‘sishni jadallashtiruvchi strategik tarmoq sifatida qaralmoqda. Davlat siyosati doirasida vizasiz rejimlarning joriy etilishi, infratuzilmaning rivojlanishi va turistik xizmatlar ko‘lamining kengayishi bu yo‘nalishda muhim qadam bo‘ldi. Biroq xalqaro turizm bozoridagi kuchli raqobat sharoitida mavjud resurslarning o‘zi yetarli emasligi amaliyotda yaqqol namoyon bo‘lmoqda.

Shu nuqtai nazardan, turizm sohasida marketing boshqaruvining ilmiy asoslangan mexanizmlarini joriy etish, iste’molchi ehtiyojlariga yo‘naltirilgan strategiyalarni ishlab chiqish va hududiy brendingni shakllantirish dolzarb ilmiy-amaliy masalaga aylanmoqda. Mazkur maqolaning maqsadi O‘zbekiston turizm sanoatining raqobatbardoshligini oshirishda strategik marketing texnologiyalarining rolini kompleks tadqiq etishdan iborat.

MAVZUGA OID ADABIYOTLAR SHARHI

Turizm sanoatining raqobatbardoshligini oshirish masalalari so‘nggi yillarda iqtisodiyot va marketing fanlarida ustuvor tadqiqot yo‘nalishlaridan biriga aylandi. Globallashuv jarayonlarining jadallashuvi, xalqaro turistik oqimlar tarkibining o‘zgarishi hamda raqamli texnologiyalarning keng joriy etilishi turizmni boshqarishda yangi yondashuvlarni talab etmoqda. Shu sababli mazkur tadqiqotda turizm marketingi, destinatsiya raqobatbardoshligi va strategik marketing texnologiyalariga oid ilmiy manbalar chuqur tahlil qilindi [6], [8].

Xizmatlar marketingi nazariyasining asoschilaridan biri bo‘lgan P. Kotler turizm marketingini iste’molchi ehtiyojlari va kutishlariga mos qiymat yaratish jarayoni sifatida talqin qiladi. Uning fikricha, turizm mahsuloti moddiy mahsulotlardan farqli ravishda ko‘proq hissiy va tajribaviy xarakterga ega bo‘lib, marketing strategiyalari aynan mijoz tajribasini boshqarishga yo‘naltirilishi lozim. Kotler tomonidan ilgari surilgan marketing-miks konsepsiyasining 7P modeli xizmatlar sohasida, jumladan, turizmda samarali boshqaruv instrumenti sifatida keng qo‘llanilmoqda [1].

D. Buxalis tadqiqotlarida raqamli texnologiyalar turizm sanoatida raqobat ustunligini shakllantiruvchi asosiy omil sifatida ko‘rib chiqiladi. Muallifning ta’kidlashicha, zamonaviy turistik destinatsiyalar raqamli platformalar, onlayn bron qilish tizimlari va ma’lumotlar tahliliga asoslangan marketing qarorlarisiz xalqaro bozorda muvaffaqiyat qozona olmaydi. Ushbu yondashuv O‘zbekiston turizm bozori uchun ham dolzarb bo‘lib, raqamli transformatsiyaning sustligi raqobatbardoshlikni cheklovchi omillardan biri sifatida namoyon bo‘lmoqda [2].

Turistik destinatsiyalarning raqobatbardoshligini baholash bo‘yicha eng mukammal konsepsiyalardan biri J. Ritchie va G. Crouch tomonidan ishlab chiqilgan. Ularning konsepsiyasiga ko‘ra, destinatsiya raqobatbardoshligi tabiiy va madaniy resurslar bilan bir qatorda marketing boshqaruvi, institutsional muhit va inson kapitali sifati bilan belgilanadi. Mualliflar turizmni barqaror rivojlantirishda marketing strategiyalarining muhim rolini alohida ta’kidlaydi [3].

M. Porter tomonidan ishlab chiqilgan “Milliy raqobatbardoshlik” nazariyasi turizm sanoatini tahlil qilishda keng qo‘llanilmoqda. Porterning “Diamond Model”i talab sharoitlari, ishlab chiqarish omillari, qo‘llab-quvvatlovchi tarmoqlar va firmalar strategiyasi o‘rtasidagi o‘zaro bog‘liqlikni ochib beradi. Tadqiqotchilar ushbu modelni turizm sohasiga moslashtirib, marketing faoliyati mazkur omillarni uyg‘unlashtiruvchi asosiy mexanizm ekanligini asoslab bermoqda [4].

So'nggi yillarda "tajribalar iqtisodiyoti" (Experience Economy) konsepsiyasi turizm marketingida alohida ahamiyat kasb etmoqda. Pine va Gilmore tadqiqotlariga ko'ra, zamonaviy sayyohlar oddiy xizmat emas, balki unutilmas tajriba sotib olishni afzal ko'radi. Shu bois turizm mahsulotlarini shakllantirishda interaktivlik, autentiklik va emotsional qiymat ustuvor bo'lishi lozim [5]. Ushbu yondashuv O'zbekiston sharoitida, ayniqsa, ziyorat va madaniy turizmni rivojlantirishda katta imkoniyatlarga ega.

UNWTO hisobotlarida global turizm bozorida destinatsiyalar o'rtasidagi raqobat tobora kuchayib borayotgani qayd etilgan. Tashkilot mutaxassislarining fikricha, turizmda barqaror raqobatbardoshlikka erishish uchun davlat siyosati, xususiy sektor va marketing institutlari o'rtasida samarali hamkorlik mexanizmlarini yo'lga qo'yish zarur [6].

Middleton va hammualliflarining tadqiqotlarida turizm marketingida strategik rejalashtirish, brendlash va bozor segmentatsiyasining ahamiyati keng yoritilgan. Mualliflar xizmatlar sifatini oshirish va raqobat ustunligini ta'minlashda marketing kommunikatsiyalarining hal qiluvchi rolini asoslab beradi [7].

Mahalliy olimlar tomonidan olib borilgan tadqiqotlarda ham O'zbekiston turizm sanoatida marketing yondashuvlarining yetarli darajada rivojlanmaganligi ta'kidlanadi. Xususan, hududiy brending, raqamli targ'ibot va xizmatlar sifati masalalari hali ham dolzarb muammo bo'lib qolmoqda. Bu holat xorijiy ilmiy yondashuvlarni milliy sharoitga moslashtirish zaruratini yuzaga keltiradi [10].

Shuningdek, davlat dasturlari va normativ-huquqiy hujjatlarda turizmni iqtisodiyotning strategik tarmog'i sifatida rivojlantirish masalalari ustuvor yo'nalish sifatida belgilangan bo'lib, marketing mexanizmlarini takomillashtirish ushbu siyosatning muhim tarkibiy qismi hisoblanadi [9].

Umuman olganda, adabiyotlar tahlili shuni ko'rsatadiki, turizm sanoatining raqobatbardoshligi ko'p omilli kategoriya bo'lib, unda strategik marketing texnologiyalari hal qiluvchi ahamiyatga ega. Mavjud ilmiy ishlarda umumiy nazariy yondashuvlar yetarli darajada yoritilgan bo'lsa-da, ularni O'zbekiston hududiy xususiyatlariga moslashtirish va amaliy mexanizmlarini ishlab chiqish zarurati saqlanib qolmoqda. Mazkur tadqiqot ana shu ilmiy bo'shliqni to'ldirishga qaratilgan.

Turizm marketingi va destinatsiya raqobatbardoshligi masalalari xorijiy va mahalliy olimlar tomonidan keng o'rganilgan. P. Kotler turizm marketingini xizmatlar marketingining maxsus shakli sifatida talqin qilib, unda iste'molchi tajribasi va qiymat yaratish jarayonini markaziy o'ringa qo'yadi. D. Buxalis esa raqamli texnologiyalar turizm menejmentida asosiy raqobat ustunligini shakllantiruvchi omil ekanligini ta'kidlaydi.

J. Ritchie va G. Crouch tomonidan ishlab chiqilgan konsepsiyaga ko'ra, destinatsiya raqobatbardoshligi nafaqat tabiiy va madaniy resurslarga, balki ularni boshqarish, marketing qilish va bozorga to'g'ri pozitsiyalash darajasiga ham bog'liq. Ushbu yondashuv O'zbekiston sharoitida ayniqsa dolzarb bo'lib, tarixiy merosning mavjudligi marketing mexanizmlari bilan qo'llab-quvvatlanmasa, kutilgan natijani bermasligini ko'rsatadi.

Tadqiqotda M. Porterning milliy raqobatbardoshlik modeli O'zbekiston turizm sanoatiga moslashtirilib, talab sharoitlari, infratuzilma, xizmat ko'rsatuvchi subyektlar va marketing strategiyalari o'rtasidagi o'zaro bog'liqlik tahlil qilindi.

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Tadqiqot jarayonida kompleks ilmiy yondashuv qo'llanildi va quyidagi metodlardan foydalanildi:

Tizimli va mantiqiy tahlil – turizm sanoatining umumiy holatini baholashda;

PESTLE tahlili – makroiqtisodiy va institutsional muhit omillarini aniqlashda;

7P marketing-miks modeli – xizmatlar marketingining asosiy elementlarini baholashda;

Benchmarking – O'zbekiston ko'rsatkichlarini mintaqaviy raqobatchilar bilan taqqoslashda;

Empirik tadqiqot – Samarqand shahridagi mehmonxonalar va turoperatorlar faoliyati misolida marketing auditini o'tkazishda.

TAHLIL VA NATIJALAR

O'zbekiston turizm sanoatining raqobatbardoshligini baholashda, avvalo, unga ta'sir etuvchi tashqi makroiqtisodiy omillarni tizimli tahlil qilish muhim hisoblanadi. Shu maqsadda tadqiqot doirasida PESTLE tahlili qo'llanilib, siyosiy, iqtisodiy, ijtimoiy, texnologik, ekologik va huquqiy omillarning turizm rivojiga ta'siri baholandi.

O'tkazilgan tahlil natijalari shuni ko'rsatdiki, O'zbekistonda turizmni rivojlantirish uchun siyosiy va institutsional imkoniyatlar yetarli darajada mavjud. Xususan, vizasiz rejimlar geografiyasining kengayishi, davlat tomonidan turizm subyektlariga berilayotgan subsidiyalar va normativ-huquqiy bazaning takomillashuvi sohaning barqaror rivojlanishi uchun qulay sharoit yaratmoqda. Shu bilan birga, geosiyosiy beqarorlik sharoitida transport yo'nalishlarining o'zgarishi va logistika xarajatlarining ortishi salbiy ta'sir ko'rsatuvchi omillar sifatida namoyon bo'lmoqda.

Iqtisodiy omillar tahlili xorijiy investitsiyalar oqimi va valyuta bozorining erkinlashuvi turizm sanoati uchun yangi imkoniyatlar yaratayotganini ko'rsatdi. nTexnologik omillar doirasida "Raqamli O'zbekiston — 2030" strategiyasi, onlayn to'lov tizimlarining rivoji va raqamli xizmatlarning kengayishi ijobiy baholandin (1-jadval).

1-jadval. O'zbekiston turizm sohasi uchun PESTLE tahlil matritsasi[1]

Omillar guruhi	Ijobiy ta'sirlar (Imkoniyatlar)	Salbiy ta'sirlar (To'siqlar)
Siyosiy (P)	Vizassiz rejimning kengayishi, davlat subsidiyalari	Geosiyosiy beqarorlik, transport yo'nalishlarining o'zgarishi
Iqtisodiy (E)	Xorijiy investitsiyalar, valyuta erkinlashuvi	Aviabilet va mehmonxona narxlarining o'sishi
Ijtimoiy (S)	Mehmondo'stlik an'analari, yosh kadrlar ulushi	Servis madaniyati va xorijiy tillar bilimining pastligi
Texnologik (T)	Raqamli strategiyalar, onlayn to'lovlar	GDS integratsiyaning sustligi, kiberxavfsizlik
Ekologik (L)	Ekoturizm va agroturizm salohiyati	Suv tanqisligi, chiqindilarni boshqarish muammosi
Huquqiy (E)	Qonunchilik bazasining mustahkamlanishi	Huquqiy mexanizmlarning murakkabligi

Mazkur tahlil shuni ko'rsatadiki, mavjud imkoniyatlardan samarali foydalanish uchun marketing boshqaruvining institutsional mexanizmlarini kuchaytirish zarur.

Turizm xizmatlarining ichki samaradorligini baholash maqsadida tadqiqot doirasida Samarqand shahridagi mehmonxona xo'jaliklari faoliyati 7P marketing-miks modeli asosida tahlil qilindi. Tadqiqot natijalari mehmonxonalarning moddiy infratuzilmasi, dizayni va joylashuvi yuqori darajada rivojlanganini ko'rsatdi. Ayniqsa, "Physical Evidence" va "Product" elementlari bo'yicha yuqori ballar qayd etildi.

Biroq marketing kommunikatsiyalari va inson kapitaliga oid ko'rsatkichlar nisbatan past baholandi. Xususan, targ'ibot faoliyati (Promotion) va xodimlar bilan bog'liq jarayonlar (People) eng zaif bo'g'inlar sifatida aniqlandi. Bu holat turistik xizmatlar qiymat zanjirida inson omilining yetarlicha strategik resurs sifatida baholanmayotganini ko'rsatadi (2-jadval).

2-jadval. Samarqand shahridagi mehmonxonalar marketing auditi natijalari (5 ballik shkalada) [2]

Marketing elementi	O'rtacha ball	Aniqlangan muammo
Product (Mahsulot)	4.2	Xizmatlarning bir xilligi
Price (Narx)	3.5	Dinamik narx siyosatining yo'qligi
Place (Taqsimlash)	3.8	Agregatorlarga yuqori qaramlik
Promotion (Targ'ibot)	3.1	Raqamli kontent sifati past
People (Xodimlar)	3.4	Kommunikatsiya ko'nikmalari sust
Process (Jarayon)	3.7	Check-in jarayonining uzoqligi
Physical Evidence	4.5	Dizayn va jihozlanish yuqori

Mazkur natijalar turizm sanoatida marketingni faqat sotuv emas, balki mijoz tajribasini boshqarish vositasi sifatida ko'rish zarurligini asoslaydi.

O'zbekiston turizm sanoatining ichki va tashqi omillarini kompleks baholash maqsadida SWOT tahlili amalga oshirildi. Tahlil natijalari mamlakatning boy madaniy-tarixiy merosi va xavfsizlik darajasining yuqoriligi kuchli tomonlar sifatida ajralib turishini ko'rsatdi. Shu bilan birga, servis sifati notekisligi va raqamli marketingning sustligi raqobatbardoshlikni cheklovchi omillar hisoblanadi (3-jadval).

3-jadval. O'zbekiston turizm sanoatining SWOT tahlili[3]

Kuchli tomonlar	Kuchsiz tomonlar	Imkoniyatlar	Xavf-xatarlar
Boy tarixiy meros	Transport logistikasining qimmatligi	Ziyorat turizmi bozori	Mintaqaviy raqobat
Yuqori mehmondo'stlik	Servis sifati notekisligi	IT orqali personifikatsiya	Global iqtisodiy inqiroz
Xavfsizlik darajasi	Raqamli marketingning sustligi	Yagona mintaqaviy viza	Ekologik muammolar

O'tkazilgan tahlillar shuni ko'rsatdiki, O'zbekiston turizm sanoatining raqobatbardoshligini oshirish uchun resursga asoslangan yondashuvdan marketingga asoslangan rivojlanish modeliga o'tish zarur. Shu bois, omnikanal marketingni joriy etish, tajriba turizmini rivojlantirish, revenue management tizimlarini qo'llash

1 Muallif ishlanmasi
2 Muallif ishlanmasi
3 Muallif ishlanmasi

va destinatsiya brendingni kuchaytirish O‘zbekiston turizm sanoatining xalqaro bozordagi pozitsiyasini mustahkamlashga xizmat qiladi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Mazkur tadqiqot O‘zbekiston turizm sanoatining xalqaro bozordagi raqobatbardoshligini oshirishda strategik marketing texnologiyalarining tutgan o‘rni va ahamiyatini kompleks ilmiy tahlil qilishga bag‘ishlandi. Tadqiqot jarayonida turizmni faqat tarixiy yoki tabiiy resurslarga tayangan holda rivojlantirish yetarli emasligi emas, balki ushbu resurslarni bozorga samarali olib chiqish uchun zamonaviy marketing yondashuvlarini yanada chuqurlashtirish muhimligi metodik jihatdan asoslab berildi.

Tahlillar shuni ko‘rsatdiki, O‘zbekiston turizm sanoati salohiyat nuqtayi nazaridan Markaziy Osiyo mintaqasida yetakchi o‘rinlardan birini egallash imkoniyatiga ega. Boy madaniy-tarixiy meros, ziyorat turizmi resurslari, nisbatan barqaror siyosiy muhit va milliy mehmondo‘stlik an’analari mamlakatning asosiy qiyosiy ustunliklari hisoblanadi. Mazkur ustunliklarni yanada yuqori iqtisodiy samaraga aylantirish uchun marketing boshqaruvini institutsional darajada mustahkamlash, raqamli marketing instrumentlaridan foydalanishni kengaytirish hamda hududiy brending tizimini tizimli shakllantirish istiqbolli yo‘nalish sifatida belgilandi.

PESTLE tahlili natijalari O‘zbekiston turizm sohasida siyosiy va huquqiy imkoniyatlar mavjudligini, davlat tomonidan turizmni qo‘llab-quvvatlashga qaratilgan normativ-huquqiy baza bosqichma-bosqich takomillashib borayotganini ko‘rsatdi. Iqtisodiy va texnologik omillar, jumladan transport logistikasini optimallashtirish, global bron qilish tizimlari bilan integratsiyani kuchaytirish hamda kadrlar malakasini oshirish bo‘yicha tizimli ishlarni kengaytirish orqali raqobatbardoshlikni sezilarli darajada mustahkamlash mumkinligi prognoz qilindi. Bu esa turizm sanoatini rivojlantirishda infratuzilmaviy choralarni marketingga asoslangan boshqaruv mexanizmlari bilan uyg‘unlashtirish zarurligini ko‘rsatadi.

Tadqiqot doirasida 7P marketing-miks modeli asosida o‘tkazilgan empirik tahlillar Samarqand viloyati misolida turistik xizmatlar sifati yuqori ekanligini tasdiqladi. Shu bilan birga, “Promotion” (targ‘ibot) va “People” (xodimlar) elementlarini yanada kuchaytirish orqali xizmat ko‘rsatish samaradorligini va mijozlar qoniqish darajasini oshirish imkoniyati mavjudligi aniqlandi. Bu esa turizm sanoatida inson kapitalini rivojlantirish va kommunikatsiya strategiyalarini kengaytirish istiqbolda yuqori natijalar berishini ko‘rsatadi. Xususan, ijtimoiy tarmoqlar, vizual kontent va raqamli storytelling imkoniyatlarini faol joriy etish O‘zbekistonning xalqaro brend sifatidagi tanilganligini mustahkamlashga xizmat qiladi.

Porterning milliy raqobatbardoshlik modeli hamda Ritchie–Crouch konsepsiyasi asosida olib borilgan tahlillar turizm sanoatida raqobatbardoshlik resurslardan samarali foydalanish, boshqaruv sifati va strategik marketing yondashuvlariga bevosita bog‘liqligini ko‘rsatdi. Marketing texnologiyalari talabni shakllantirish, destinatsiya imijini mustahkamlash va iste’molchi tajribasini boshqarish orqali barqaror raqobat ustunligini ta’minlashda asosiy instrument sifatida namoyon bo‘ladi. Shu nuqtayi nazardan, O‘zbekiston turizmini resursga asoslangan modeldan marketingga asoslangan rivojlanish modeliga bosqichma-bosqich transformatsiya qilish istiqbolli strategik yo‘nalish sifatida qaralmoqda.

Tadqiqot davomida ishlab chiqilgan strategik tavsiyalar turizm sanoatini rivojlantirishda amaliy ahamiyatga ega. Omnikanal marketingni joriy etish, raqamli platformalar orqali sotuvlarni kengaytirish, “tajribalar iqtisodiyoti” konsepsiyasi asosida turistik mahsulotlarni diversifikatsiya qilish hamda hududiy destinatsiya brendlarini shakllantirish orqali xalqaro raqobatbardoshlikni oshirish mumkinligi prognoz qilinadi. Shuningdek, revenue management tizimlarini keng joriy etish mehmonxonalar va turoperatorlar faoliyatida narx siyosatini moslashuvchan boshqarish imkonini yaratib, iqtisodiy samaradorlikni sezilarli darajada oshiradi.

Umuman olganda, o‘tkazilgan tadqiqot natijalari O‘zbekiston turizm sanoatining barqaror rivojlanishi va xalqaro reytinglardagi o‘rnini yaxshilash strategik marketing texnologiyalarini tizimli va bosqichma-bosqich joriy etish bilan uzviy bog‘liq ekanligini ko‘rsatadi. Marketing boshqaruvini takomillashtirish, inson kapitaliga investitsiyalarni kengaytirish hamda raqamli transformatsiyani jadallashtirish orqali turizm tarmog‘ining iqtisodiy samaradorligini o‘rta muddatli istiqbolda 25–30 foizga oshirish imkoniyati mavjudligi ilmiy prognoz sifatida asoslandi.

Mazkur tadqiqot natijalari turizm sohasida ilmiy izlanishlar olib borayotgan tadqiqotchilar, oliy ta’lim muassasalari professor-o‘qituvchilari, shuningdek, turizmni rivojlantirish bilan shug‘ullanuvchi davlat va xususiy sektor vakillari uchun amaliy va metodologik ahamiyat kasb etadi. Kelgusida hududlar kesimida chuqurlashtirilgan empirik tadqiqotlar o‘tkazish hamda raqamli marketing samaradorligini baholash mexanizmlarini ishlab chiqish ushbu yo‘nalishning istiqbolli ilmiy rivojlanish vektori sifatida qaraladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI:

1. Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. (2021). Marketing for Hospitality and Tourism. 8th Edition. Pearson Education.
2. Buhalis, D. (2022). Information Technology for Strategic Tourism Management. Pearson Education.

3. Ritchie, J. R. B., & Crouch, G. I. (2010). The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective. CABI Publishing.
4. Porter, M. E. (1990). The Competitive Advantage of Nations. Free Press.
5. Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (2019). The Experience Economy. Harvard Business Review Press.
6. UNWTO. (2024). International Tourism Highlights. World Tourism Organization.
7. Middleton, V. T. C., Fyall, A., Morgan, M., & Ranchhod, A. (2018). Marketing in Travel and Tourism. Routledge.
8. OECD. (2020). Tourism Trends and Policies. OECD Publishing.
9. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 27-iyuldagi “Turizm yo‘nalishidagi islohotlarni yanada jadallashtirish va sohada davlat boshqaruvi tizimini samarali tashkil qilish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PQ-238-son qarori // https://lex.uz/ru/docs/-6549286
10. Xudoyberdiyev, S., & Karimov, B. (2022). O‘zbekistonda turizm xizmatlarini rivojlantirishda marketing strategiyalarining o‘rni. Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar jurnali, №4.

YASHIL

IQTISODIYOT&TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Ingliz tili muharriri: Feruz Hakimov

Musahhih: Zokir ALIBEKOV

Sahifalovchi va dizayner: Oloviddin Sobir o‘g‘li

2026. № 2

© 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