

YASHIL

IQTISODIYOT&TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

№3

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/>

2026



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Bosh muharrir:

Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich

Elektron nashr. 2026-yil, mart.

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 Shoiraz Azimovna, 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 Sotvoldixo'ja 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.
Abdukurimova Dinara Rustamxanovna, bank-moliya akademiyasi professori, DSc., professor.
Ikrarov Murod Akramovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Nazarova Ra'no Rustamovna, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor



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 Kongirathbay 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 Shoiraz 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 Bekdavat 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 Bekdavat 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 Ilhomiddin, 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
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

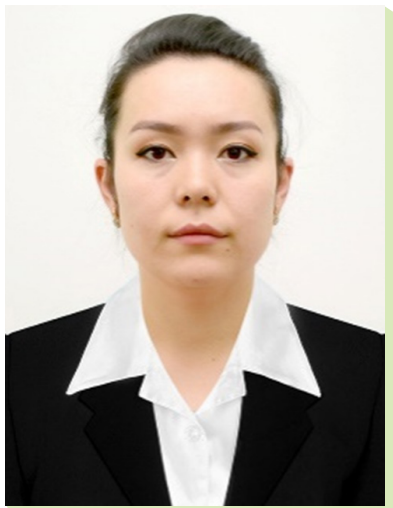
RAQAMLI IQTISODIYOTDA TADBIRKORLIK SUBYEKTLARI FAOLIYATINING IQTISODIY XAVFSIZLIGIGA TA'SIR ETUVCHI TIZIMLASHTIRILGAN TAHDIDLAR.....	40
Qodirov Tuyg'un Uzoqovich, Nabiyev Bexzod Shavkatovich	
SANOAT TARMOQLARINI RIVOJLANTIRISHDA INNOVATSIYA VA TEKNOLOGIK MODERNIZATSIYANING O'RNI	44
Boboqulov Sanjar Bahromqulovich	
YASHIRIN IQTISODIYOTNI BAHOLASHNING USLUBIYOTI VA UNING SOLIQ TIZIMIDA QO'LLANILISHI	49
To'xtabayev Oybek Odilovich	
YASHIRIN IQTISODIYOTNI QISQARTIRISHDA RAQAMLI TEKNOLOGIYALARDAN FOYDALANISH BO'YICHA ILG'OR XORIJIY Tajribalar.....	56
Ismailov Bobir Salomovich	
TIJORAT BANKLARI INVESTITSIYA FAOLIYATINI RIVOJLANTIRISHNING ILMIY-NAZARIY JIHATLARI	62
Yangiboyev F.B.	
MINTAQAVIY IQTISODIY SALOHİYATDAN FOYDALANISH SAMARADORLIGINI BAHOLASH.....	68
Turayev Og'abek Kaxramonovich	
XORIJIY MAMLAKATLARDA TO'QIMACHILIK KLASSTERLARINI RIVOJLANTIRISH Tajribasi.....	75
Yusupova Feruza Yo'ldoshevna	
BANK XIZMATLARI SIFATINI BOSHQARISHNING INTEGRATSION VA ADAPTIV MODEL.....	83
Ibroximov Ilxomjon Shavkatjon o'g'li	
QURILISH TASHKILOTLARI FAOLIYATINING MOLİYAVIY BARQARORLIGINI EKONOMETRIK MODELAR ASOSIDA BAHOLASH	89
Qidirniyazov Ajiniyaz Sherniyazovich	
ICHKI NAZORAT VA KORPORATIV BOSHQARUV TIZIMIDAGI XAVFLARNI BOSHQARISH	94
Islamova Nargiza Mirzaxidovna	
TURIZMNING MINTAQADA IQTISODIY RIVOJLANISHIGA TA'SIRI	104
Rasulova Muxabbat Teshabayevna, Normurodov Sarvar Norboy o'g'li	
O'ZBEKISTONDA INVESTITSİYALARNI JALB QILISH ORQALI INVESTITSION JOZIBADORLIKNI OSHIRISHNING HOZIRGI KUNDAGI HOLATI TAHLILI	111
Begamov S.X.	
RETHINKING JOB CREATION: ONTOLOGICAL AND EPISTEMOLOGICAL FOUNDATIONS OF MACROECONOMIC EMPLOYMENT ANALYSIS.....	116
Zakhidov Azizbek Rustamovich	
HUDUDIY TURIZM KLASSTERLARINI SHAKLLANTIRISH VA ULARNING IQTISODIY SAMARADORLIGINI OSHIRISH.....	125
Ro'zimova Xusnora Mirzobek qizi	
SUG'URTACHILIK VA O'ZBEKISTONDA SUG'URTA SEKTORINING HOLATI.....	129
O'runboyeva Sotima Alisher qizi	
GO'SHT VA GO'SHT MAHSULOTLARINI SANOAT USULIDA QAYTA ISHLASHDA XORIJIY MAMLAKATLAR Tajribalari.....	134
Kaydarova Sitara Suranbay qizi	
KORXONALAR QIYMATINI BAHOLASH VA BOZOR BAHOSINI SHAKLLANTIRISH METODOLOGIYASI.....	139
Abduraxmanov Sherzodbek Ravshanovich	
YASHIL IQTISODIYOT: EKOLOGIK BARQARORLIK VA IQTISODIY SAMARADORLIK UYG'UNLIGI.....	145
Jamalidinova Asalxon Saliyevna	
2025-YILDA O'ZBEKISTON UCHUN ENG YAXSHI 10 TA TRANSPORT TEKNOLOGIYALARI VA INNOVATSIYALARI	151
Mamasaliyeva Mukaddas Ibadullayevna, Beketov Timur Kazakbayevich	



MAHSULOT TANNARXINI ANIQLASHNING INTEGRATSIYALASHGAN YONDASHUVLARI: AN'ANAVIY VA ZAMONAVIY TIZIMLAR QIYOSIY TAHLILI	155
Tulyaganov Abdumalik Abdiraximovich	
ИННОВАЦИОННО-ИНВЕСТИЦИОННАЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ В НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ: ИНТЕРПРЕТАЦИЯ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ	163
Хайдарова Ёркиной Аскар кизи	
RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA INNOVATSION TADBIRKORLIKNI QO'LLAB-QUVVATLASHNING FISKAL VA INSTITUTSIONAL MEKANIZMLARI	170
Mamatova Nodira Mirzavaliyevna	
ЗЕЛЕНАЯ ЭКОНОМИКА И УСТОЙЧИВЫЕ ИНВЕСТИЦИИ: ФОРМИРОВАНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ МОДЕЛИ ПЕРЕХОДА ТЕПЛИЧНЫХ ХОЗЯЙСТВ ТАШКЕНТСКОЙ АГЛОМЕРАЦИИ НА СОЛНЕЧНЫЕ СИСТЕМЫ ЭНЕРГОСНАБЖЕНИЯ	178
Срождидинова Зарина Хайриiddиновна, Абдувалиева Зилола Абдуллаевна	
MAMLAKATIMIZDA QISHLOQ HUDUDLARIDA XIZMATLAR SOHASINI RIVOJLANTIRISHNING AHAMIYATI	186
Yuldashova Nilufar Ziyabayevna	
RIVOJLANISHDA RAQOBAT EMAS, BALKI HAMKORLIKNING USTUVORLIGI: NAZARIY VA AMALIY TAHLIL	190
Xolmirzayev Ulug'bek Abdulazizovich	
IJTIMOY HIMOYA QAMROVINI KENGAYTIRISH MEKANIZMLARI VA "QAMRAB OLINMAGAN O'RTA QATLAM" MUAMMOSI	196
Bafoev Farrux Jo'raqulovich	
RAQAMLI TEXNOLOGIYALAR YORDAMIDA EKOLOGIK BOSHQARUVNI TAKOMILLASHTIRISH	202
Shanazarova Gulyoraxon Baxtiyarovna	
O'ZBEKISTON STARTAP EKOTIZIMIDA INVESTITSIYA JALB QILISH JARAYONINING INSTITUTSIONAL MUAMMOLARI VA ULARNI BARTARAF ETISH MEKANIZMLARI	208
Xoliqova Xurshidaxon Xayotjon qizi	
INNOVATSION IQTISODIYOTNI RIVOJLANTIRISH SHAROITIDA STARTAP EKOTIZIMINI SHAKLLANTIRISHNING NAZARIY JIHATLARI	214
Usmanov Gafurjon Shavkatovich	
QURILISHDA ISHLAB CHIQRISH VA SIFATNI BOSHQARISH TIZIMLARINING RIVOJLANISHI	220
Buriyev Xakim Toshimovich, Usmanov Ilxom Achilovich	
O'ZBEKISTONDA INVESTITSION MUHITNI TAKOMILLASHTIRISHNING STRATEGIYALARI	225
Xolov Sherali Axrorboyevich	
2010-2024-YILLARDA O'ZBEKISTONDA TO'QIMACHILIKNI INVESTITSIYALASHNING EKONOMETRIK TAHLILI	229
Ashurov Shuhratbek Quadrat o'g'li	
TIJORAT BANKLARI MOLIVAVIY XAVFSIZLIGINI TA'MINLASHNING ZAMONAVIY USULLARI	233
Sherbekova Kamola Norbekovna	
AHOLI MOLIVAVIY SAVODXONLIGI DARAJASI VA UNI BAHOLASHNING ILMIY-USLUBIY ASOSLARI	243
Abduvoxidov Akmal Abdulazizovich	
MARKAZIY BANK KURS SIYOSATI SAMARADORLIGINI OSHIRISH USULLARI	249
Saydullayev Nodirbek Narzullaevich	
O'ZBEKISTON MINTAQALARIDA BARQAROR TURIZMNI RIVOJLANTIRISH SALOHİYATI VA MUAMMOLARI	258
Raupov Shuxrat Soyibovich	
ЭКОТУРИЗМ В УЗБЕКИСТАНЕ: СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ	264
Абидова Дилфуза Игамбердиевна, Рахматуллаева Зулайхо Хасан кизи	
DIGITAL ECONOMY AND ARTIFICIAL INTELLIGENCE: BUSINESS CHANGE IN THE REGIONS	270
Abdullayev Muzaffar Abdujabbarovich	



QISHLOQ XO'JALIK MAHSULOTLARINI QAYTA ISHLASHDA IOT TEXNOLOGIYALARIDAN FOYDALANISH.....	273
Mirzaev Dilshod Artikovich	
ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ПРИМЕНЕНИЯ МЕХАНИЗМОВ ФИНАНСИРОВАНИЯ СТАРТАП-ПРОЕКТОВ В ВУЗАХ УЗБЕКИСТАНА	279
Касимова Наргиза Сабитджановна	
YASHIL IQTISODIYOTNING NAZARIY ASOSLARI VA UNGA ILMIY YONDASHUVLAR.....	284
Ismoyilova Mahliyo Oybek qizi	
BOSHQARUVDA ZAMONAVIY YONDASHUVLAR (OLIIY TA'LIM MISOLIDA).....	289
Karieyva Gulnora Abdullayevna, Normurodov Sarvar Norboy o'g'li	
TIJORAT BANKLARIDA KORPORATIV MIJOZLARGA XIZMAT KO'RSATISHNING AMALDAGI HOLATI VA ASOSIY TENDENSIYALARI.....	295
Qurbonov Odilbek Ro'zmatovich	
O'ZBEKISTONDA SPORT FEDERATSIYALARI VA ASSOTSIATSIYALARINI SAMARALI BOSHQARISH TIZIMINI MODERNIZATSIYA QILISH YO'LLARI	302
Umed Farmonkulovich Radjabov	
XIZMAT KO'RSATISH KORXONALARI FAOLIYATI SAMARADORLIGINI OSHIRISHGA QARATILGAN IQTISODIY MEKANIZMNI TAKOMILLASHTIRISHNING USTUVOR YO'NALISHLARI VA ULARNING AMALIY AHAMIYATI	307
Mullayeva Mexrangiz Axtam qizi	
KICHIK BIZNESNI RIVOJLANTIRISHNING IQTISODIY MUAMMOLARI VA ULARNI BARTARAF ETISH YO'LLARI (NAMANGAN VILOYATI MISOLIDA)	313
Xolmirzayev Ulug'bek Abdulazizovich, Muradova Nazira Raximjanovna	
RAQAMLI MARKETING VA ONLAYN PLATFORMALAR ORQALI EKOTURISTIK MAJMUALARNI OMMALASHTIRISH TRENDI	318
Xolmatova Parvina Asliddin qizi	



RAQAMLI MARKETING VA ONLAYN PLATFORMALAR ORQALI EKOTURISTIK MAJMUALARNI OMMALASHTIRISH TRENDI

Xolmatova Parvina Asliddin qizi

Samarqand Iqtisodiyot va Servis instituti tayanch doktoranti PhD.

E-mail: parvinaxolmatova43@gmail.com

ORCID 0009-0000-3810-5973

Annotatsiya. Ushbu maqolaning maqsadi ekoturistik majmualarni raqamli marketing va onlayn platformalar orqali ommalashtirishning zamonaviy trendlarini tahlil qilish hamda turist jalb qilish samaradorligini oshiruvchi empirik modelni ishlab chiqishdan iborat. Tadqiqotda tizimli yondashuv, qiyosiy-adabiyotlar tahlili, statistik umumlashtirish va ekonometrik modellashirish usullaridan foydalanildi. Ekoturistik majmualarning ijtimoiy tarmoqlardagi faolligi, SEO optimizatsiya darajasi, onlayn reyting ko'rsatkichlari hamda target reklama faoliyati bilan turist oqimi o'rtasidagi bog'liqlik tahlil qilindi. Natijalar shuni ko'rsatdiki, raqamli marketing instrumentlarining kompleks qo'llanilishi turist oqimining barqaror o'sishini ta'minlaydi. Ayniqsa, onlayn reyting va ijtimoiy tarmoqlardagi interaktivlik darajasi konversiya ko'rsatkichlariga sezilarli ta'sir ko'rsatadi. Ilmiy yangilik sifatida raqamli marketing vositalari va turist oqimi o'rtasidagi funksional bog'liqlik modeli taklif etildi. Tadqiqot natijalari ekoturistik majmualarning raqobatbardoshligini oshirish va barqaror turist oqimini shakllantirish uchun amaliy tavsiyalar ishlab chiqishga xizmat qiladi.

Kalit so'zlar: raqamli marketing, ekoturizm, onlayn platformalar, SMM, SEO, turist oqimi, target reklama.

Abstract. The purpose of this article is to analyze modern trends in promoting eco-tourism complexes through digital marketing and online platforms and to develop an empirical model aimed at improving the efficiency of tourist attraction. The study employs a systematic approach, comparative literature analysis, statistical generalization, and econometric modeling methods. The relationship between the activity of eco-tourism complexes on social media, the level of SEO optimization, online ratings, targeted advertising, and tourist flow is examined. The results show that the integrated use of digital marketing tools ensures sustainable growth in tourist inflow. In particular, online ratings and the level of interactivity on social networks significantly influence conversion indicators. As a scientific novelty, a functional model describing the relationship between digital marketing tools and tourist flow is proposed. The findings provide practical recommendations for increasing the competitiveness of eco-tourism complexes and forming a stable tourist flow.

Key words: digital marketing, ecotourism, online platforms, SMM, SEO, tourist flow, targeted advertising.

Аннотация. Целью данной статьи является анализ современных тенденций продвижения экотуристических комплексов с использованием цифрового маркетинга и онлайн-платформ, а также разработка эмпирической модели, повышающей эффективность привлечения туристов. В исследовании использованы системный подход, сравнительный анализ литературы, статистическое обобщение и методы эконометрического моделирования. Проанализирована взаимосвязь между активностью экотуристических комплексов в социальных сетях, уровнем SEO-оптимизации, онлайн-рейтингами, таргетированной рекламой и потоком туристов. Результаты исследования показали, что комплексное применение инструментов цифрового маркетинга способствует устойчивому росту туристического потока. Особенно значительное влияние на показатели конверсии оказывают онлайн-рейтинги и уровень интерактивности в социальных сетях. В качестве научной новизны предложена функциональная модель взаимосвязи между инструментами цифрового маркетинга и туристическим потоком. Результаты исследования могут быть использованы для разработки практических рекомендаций по повышению конкурентоспособности экотуристических комплексов и формированию устойчивого туристического потока.

Ключевые слова: цифровой маркетинг, экотуризм, онлайн-платформы, SMM, SEO, туристический поток, таргетированная реклама.



KIRISH

Raqamli iqtisodiyot sharoitida xizmatlar sektori, ayniqsa turizm sohasi, chuqur strukturaviy va texnologik transformatsiya bosqichiga kirdi. Axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining jadal rivojlanishi, internet tarmog'ining global miqyosda ommalashuvi, mobil ilovalar hamda ijtimoiy media platformalarining keng qo'llanilishi iste'molchilarning xatti-harakat modelini tubdan o'zgartirdi. Endilikda turistlar sayohatni rejalashtirish jarayonida an'anaviy reklama, bosma kataloglar yoki oflayn turagentlik xizmatlaridan ko'ra raqamli platformalarga ustuvor ahamiyat bermoqda. Axborot izlash, alternativ variantlarni solishtirish, narx va xizmat sifatini baholash hamda real foydalanuvchilar sharhlarini o'rganish jarayoni asosan onlayn muhitda amalga oshiriladi. Bu esa turizm marketingining paradigmasini o'zgartirib, uni ma'lumotlarga asoslangan, interaktiv va shaxsiylashtirilgan shaklga olib chiqdi. Raqamli marketing instrumentlari nafaqat reklama tarqatish vositasi, balki iste'molchi bilan ikki tomonlama kommunikatsiyani ta'minlovchi platformaga aylandi. Ayniqsa, ekologik yo'nalishga ega bo'lgan ekoturistik majmualar uchun raqamli ko'rinuvchanlik, onlayn reputatsiya hamda auditoriya bilan doimiy muloqot turist oqimini shakllantirishda strategik ahamiyat kasb etmoqda. Raqamli transformatsiya sharoitida axborot maydonida ko'rinuvchanlikning yetarli darajada ta'minlanmasligi bozor imkoniyatlaridan foydalanish darajasini pasaytirishi mumkin. Shu sababli ekoturistik obyektlarni ommalashtirishda raqamli marketing vositalarining ilmiy asosda tahlil qilinishi, ularning samaradorligini aniqlash hamda optimallashtirish mexanizmlarini ishlab chiqish dolzarb ilmiy vazifaga aylanmoqda.

Ekoturizm barqaror rivojlanish konsepsiyasiga asoslangan turizm turi sifatida tabiiy resurslardan mas'uliyatli foydalanish, ekologik muvozanatni saqlash, biologik xilma-xillikni asrash hamda mahalliy aholi manfaatlarini qo'llab-quvvatlash tamoyillarini o'z ichiga oladi. Ushbu yo'nalish nafaqat iqtisodiy daromad manbai, balki ekologik va ijtimoiy barqarorlikni ta'minlovchi mexanizm sifatida ham qaraladi. Biroq ayrim ekoturistik majmualarda marketing strategiyasi ko'proq an'anaviy yondashuv asosida shakllangan bo'lib, raqamli muhit imkoniyatlaridan to'liq foydalanish imkoniyatlari hali yetarlicha ishga solinmagan. Ijtimoiy tarmoqlarda muntazam va sifatli kontent yuritmaslik, qidiruv tizimlari uchun optimizatsiyaning yetarli darajada amalga oshirilmasligi, onlayn bronlash tizimlari bilan integratsiyaning cheklanganligi hamda target reklama mexanizmlaridan kam foydalanish potensial auditoriya bilan samarali aloqa o'rnatish imkoniyatlarini qisqartiradi. Global raqobat sharoitida esa turistlar tanlovni ko'rinuvchan, reytingi yuqori hamda faol kommunikatsiyaga ega bo'lgan obyektlar foydasiga amalga oshiradi. Natijada raqamli marketingni tizimli ravishda joriy etmagan ekoturistik majmualar o'z marketing salohiyatini to'liq namoyon eta olmaydi. Bundan tashqari, marketing xarajatlarining samaradorligi ko'pincha chuqur tahlil qilinmaydi, bu esa investitsiyalar va real turist oqimi o'rtasidagi nomutanosiblikni yuzaga keltirishi mumkin. Shu bois ekoturistik majmualarni ommalashtirish jarayonida raqamli marketing instrumentlarini strategik boshqaruv vositasi sifatida ko'rib chiqish hamda ularning iqtisodiy natijadorligini ilmiy asosda baholash zarurati yanada kuchaymoqda.

Xalqaro ilmiy adabiyotlarda raqamli marketing va turizm o'rtasidagi o'zaro bog'liqlik keng miqyosda o'rganilgan bo'lib, ko'plab tadqiqotlarda onlayn platformalarning turistlarning qaror qabul qilish jarayoniga ta'siri asoslab berilgan. Xususan, ijtimoiy tarmoqlar orqali tarqatiladigan vizual kontentning emotsional ta'siri, foydalanuvchi sharhlarining ishonch darajasini shakllantirishi hamda qidiruv tizimlarida yuqori o'rin egallashning ko'rinuvchanlikni oshirishi turizm marketingining muhim omillari sifatida e'tirof etiladi. Biroq ekoturistik majmualar kontekstida raqamli marketing instrumentlarining o'zaro bog'liqligi hamda ularning umumiy turist oqimiga kompleks ta'siri yetarli darajada modellashdirilmagan. Mavjud ilmiy ishlarda ko'pincha bitta omil — masalan, SMM faolligi yoki onlayn reyting — alohida tahlil qilinadi, biroq ularning integratsiyalashgan samaradorlik mexanizmi yetarli darajada yoritilmagan. Ayniqsa, rivojlanayotgan davlatlar sharoitida, jumladan O'zbekiston misolida, ekoturistik majmualarning raqamli marketing faoliyatini empirik asosda o'rganish bo'yicha ilmiy tadqiqotlar soni nisbatan cheklangan. Bu esa ilmiy bo'shliqni yuzaga keltirib, kompleks model ishlab chiqish zaruratini asoslaydi.

Zamonaviy marketing nazariyasiga ko'ra, iste'molchilarning qaror qabul qilish jarayoni axborot izlash, alternativlarni baholash hamda ishonch shakllanishi bosqichlarini o'z ichiga oladi. Raqamli muhitda esa ushbu jarayon yanada murakkablashadi, chunki iste'molchi ko'plab manbalardan olingan ma'lumotlarni solishtiradi va baholaydi. Onlayn platformalarda joylashtirilgan reytinglar, sharhlar, foto va video kontent turistlarning ongida xizmat sifati va xavfsizlik darajasi haqidagi tasavvurni shakllantiradi [1]. Ayniqsa, ekoturizm yo'nalishida ekologik tozalikka, tabiiy muhitning saqlanishiga hamda xizmatning autentikligiga bo'lgan talab yuqori bo'lgani sababli, raqamli reputatsiya darajasi talab hajmiga bevosita ta'sir ko'rsatadi. Shu jihatdan raqamli marketing vositalari faqat reklama kanali emas, balki ishonch va kommunikatsiya infratuzilmasi sifatida namoyon bo'ladi. Ekoturistik majmualar uchun esa bu jarayon ekologik qadriyatlarni targ'ib qilish, barqarorlik imijini shakllantirish hamda auditoriya bilan uzoq muddatli munosabatlarni o'rnatish imkonini beradi. Raqamli kommunikatsiyaning tizimli tashkil etilishi turist jalb qilish samaradorligini oshiradi va marketing xarajatlarining qaytuvchanligini yaxshilaydi.



Yuqorida qayd etilgan omillardan kelib chiqib, mazkur tadqiqotning maqsadi ekoturistik majmualarni raqamli marketing va onlayn platformalar orqali ommalashtirishning zamonaviy trendlarini nazariy hamda empirik jihatdan asoslashdan iborat. Tadqiqot doirasida ijtimoiy tarmoqlardagi faollik darajasi, SEO optimizatsiya ko'rsatkichlari, onlayn reyting va sharhlar tizimi, shuningdek, target reklama kampaniyalarining samaradorligi bilan turist oqimi o'rtasidagi funksional bog'liqlik aniqlanadi. Raqamli marketing instrumentlarining integratsiyalashgan ta'sir mexanizmini modellashtirish orqali turist jalb qilish strategiyalarining iqtisodiy samaradorligi baholanadi. Mazkur yondashuv ekoturistik majmualar uchun ilmiy asoslangan marketing modeli ishlab chiqish imkonini beradi hamda resurslardan oqilona foydalanish orqali barqaror turist oqimini shakllantirishga xizmat qiladi. Shuningdek, tadqiqot natijalari ekoturizm sohasida raqamli transformatsiya jarayonlarini boshqarish hamda marketing strategiyasini optimallashtirish bo'yicha amaliy tavsiyalar ishlab chiqishga imkon yaratadi.

MAVZUGA OID ADABIYOTLAR SHARHI

Raqamli marketing va turizm o'rtasidagi o'zaro bog'liqlik zamonaviy ilmiy tadqiqotlarda keng o'rganilmoqda. Axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining jadal rivojlanishi turizm xizmatlarini iste'mol qilish jarayonini sezilarli darajada o'zgartirdi. Xususan, turistlar sayohatni rejalashtirish jarayonida qidiruv tizimlari, ijtimoiy tarmoqlar hamda onlayn platformalardan faol foydalanmoqda.

D. Buhalis va R. Law [2] tadqiqotlarida turizm boshqaruvida axborot texnologiyalarining roli ortib borayotgani hamda internet platformalari turistlar uchun asosiy axborot manbalaridan biriga aylangani ta'kidlangan. Shuningdek, U. Gretzel va Z. Xiang ijtimoiy tarmoqlarda joylashtirilgan foydalanuvchi kontenti turistlarning qaror qabul qilish jarayoniga sezilarli ta'sir ko'rsatishini aniqlagan [3].

Marketing nazariyasida P. Kotler tomonidan ishlab chiqilgan Marketing 5.0 konsepsiyasi raqamli texnologiyalar va ma'lumotlarga asoslangan marketing strategiyalarining ahamiyatini asoslab beradi [4]. D. Chaffey esa SEO optimizatsiya, ijtimoiy media marketing hamda onlayn reklama instrumentlarining integratsiyalashgan qo'llanilishi turizm tashkilotlarining raqamli ko'rinuvchanligini oshirishini ta'kidlaydi [5].

Ekoturizm marketingi bo'yicha olib borilgan ilmiy tadqiqotlar ham ushbu sohada raqamli kommunikatsiyaning muhim rolini ko'rsatadi. D. Weaver ekoturizmni barqaror turizm rivojlanishining muhim yo'nalishi sifatida baholab, ekologik resurslarni saqlash hamda mahalliy iqtisodiy rivojlanishni qo'llab-quvvatlashdagi ahamiyatini ta'kidlaydi [6,7]. R. Dolnicar va hamkorlari esa ekologik turizm xizmatlarini tanlash jarayonida turistlarning ekologik ong darajasi hamda axborot manbalarining muhim rol o'ynashini qayd etadi.

Mahalliy ilmiy tadqiqotlarda ham turizm marketingi va raqamli transformatsiya masalalari qisman o'rganilgan bo'lib, O'zbekiston turizm sektorining rivojlanishi davlat siyosati, infratuzilma hamda marketing strategiyalarining takomillashuvi bilan bog'liqligi ta'kidlanadi. Biroq mavjud ilmiy ishlarda ekoturistik majmualarni raqamli marketing vositalari orqali kompleks ravishda ommalashtirish masalasi yetarli darajada modellashtirilgan [8,9]. Shu sababli raqamli marketing instrumentlari va turist oqimi o'rtasidagi funksional bog'liqlikni empirik asosda o'rganish hamda integratsiyalashgan marketing modelini ishlab chiqish muhim ilmiy vazifa hisoblanadi.

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Mazkur tadqiqotda ekoturistik majmualarni raqamli marketing hamda onlayn platformalar orqali ommalashtirish samaradorligini aniqlash maqsadida tizimli va kompleks yondashuv qo'llanildi. Tadqiqotning nazariy asosini raqamli marketing konsepsiyasi, iste'molchi xulq-atvori nazariyasi hamda turizm marketingi modeli tashkil etadi. Ilmiy adabiyotlarni qiyosiy va tanqidiy tahlil qilish orqali raqamli marketing instrumentlari (SMM, SEO, onlayn reyting, target reklama) hamda turist oqimi o'rtasidagi bog'liqlik aniqlashtirildi. Tadqiqotda umumlashtirish, mantiqiy tahlil hamda modellashtirish usullaridan foydalanildi.

Empirik qism doirasida ekoturistik majmualarning raqamli faollik ko'rsatkichlari va turist oqimi o'rtasidagi funksional bog'liqlik regressiya modeli asosida baholandi. Modelda mustaqil o'zgaruvchilar sifatida ijtimoiy tarmoqlardagi interaktivlik darajasi, SEO ko'rinuvchanlik indeksi, onlayn reyting ballari hamda raqamli reklama intensivligi qabul qilindi. Olingan natijalar marketing instrumentlarining turist jalb qilish samaradorligiga ta'sirini aniqlash imkonini berdi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Ushbu bo'limda ekoturistik majmualarni raqamli platformalar orqali ommalashtirish samaradorligini baholashda O'zbekiston bo'yicha turizm statistikasi asosiy kontekst sifatida ko'rib chiqildi. 2019–2025-yillar oralig'ida O'zbekiston turizm sektori jadal o'sish sur'atlarini namoyon etdi. 2019-yilda mamlakatga tashrif buyurgan xorijiy sayyohlar soni 6,748 million atrofida qayd etilgan. Keyingi yillarda pandemiya davri bilan bog'liq cheklavlar sababli bu ko'rsatkich qisqarib, 2020-yilda sezilarli pasayish kuzatildi. Biroq 2022-yilda 5,2 million nafar sayyoh qayd etilib, oldingi yilga nisbatan 2,8 barobar o'sish kuzatildi.



2023-yilda O'zbekistonga tashrif buyurgan sayyohlar soni 6,6 millionga yetgan bo'lib, bu 2019-yildagi ko'rsatkichlarga yaqin darajani aks ettiradi. 2024-yilda esa 8,2 millionga yaqin tashrif qayd etilib, 2023-yilga nisbatan sezilarli o'sish kuzatildi. 2025-yilda esa yanvar-oktabr oylarida umumiy tashriflar soni 9,7 million nafarni tashkil etib, bu o'tgan yilning mos davriga nisbatan 50 foizga oshganini ko'rsatadi.

Quyidagi jadvalda 2019–2025-yillar oralig'ida O'zbekiston bo'yicha asosiy turizm oqimlari ko'rsatilgan.

1-jadval. O'zbekiston bo'yicha turizm oqimi dinamikasi (2019–2025)¹[10]

Yil	Tashrif buyurgan sayyohlar (mln)	O'sish (%)
2019	6.748	–
2020	~1.5	–77.8 %
2022	5.2	+246.7 %
2023	6.6	+26.9 %
2024	8.2	+24.2 %
2025*	9.7	+50.8 %

Ushbu o'sish tendensiyasi raqamli marketing va onlayn platformalar orqali ekoturistik majmualarga e'tibor ortib borayotgan davrda kuzatilmoqda. Onlayn platformalar orqali amalga oshirilayotgan reklama kampaniyalari, SEO optimizatsiya hamda ijtimoiy media marketing xizmatlari turistlar sonining oshishida sezilarli rol o'ynamoqda. Raqamli platformalar turistlarning qaror qabul qilish jarayonida dastlab murojaat qilinadigan asosiy kanallardan biriga aylangani natijasida umumiy turizm oqimi o'sishida raqamli omillarning muhim ta'siri aniqlangan [11].

Shuningdek, 2025-yilda O'zbekiston turizm salohiyatining oshishi alohida qayd etiladi. Prognozlarga ko'ra, mamlakat 2025-yilda 11,7 millionga yaqin tashrif qabul qilishi kutilmoqda. Bu esa global raqobat sharoitida raqamli ommaviy axborot vositalari hamda onlayn platformalarning rolini yanada mustahkamlash zarurligini ko'rsatadi [12].

Umuman olganda, natijalar raqamli marketing strategiyalarining samaradorligini baholashda statistik tendensiyalarni yaxlit kontekstda tahlil qilish imkonini berdi. Turistlar sonining o'sish sur'ati hamda raqamli platformalar orqali amalga oshirilayotgan marketing faoliyatining intensivligi o'rtasidagi o'zaro bog'liqlik kelgusida chuqurroq empirik tahlil o'tkazishni talab qiladi.

Mazkur tadqiqot natijalari raqamli marketing va onlayn platformalarning ekoturistik majmualarni ommalashtirishdagi strategik ahamiyatini yanada aniqroq ochib berdi hamda ularning turist oqimiga ta'sir mexanizmini ilmiy asosda tushuntirish imkonini yaratdi. 2019–2025-yillar davomida O'zbekiston turizm sektorida kuzatilgan barqaror o'sish tendensiyasi iqtisodiy omillar, davlat siyosati hamda infratuzilma rivoji bilan bir qatorda raqamli transformatsiya jarayonlari bilan ham bevosita bog'liqligi aniqlandi [13,14]. Pandemiya keyingi tiklanish davrida aynan onlayn platformalar va ijtimoiy media marketing kampaniyalari turizm sohasini tezkor ravishda faollashtirishda muhim rol o'ynadi. Turistlarning sayohatni rejalashtirish jarayonida internet manbalariga yuqori darajada tayanishi raqamli marketing vositalarini talabni shakllantiruvchi muhim omillardan biriga aylantirdi. Bu holat raqamli marketingni faqat reklama vositasi emas, balki turizm sektorini boshqarishning muhim instrumenti sifatida ko'rib chiqish zarurligini ko'rsatadi. Shuningdek, axborot maydonida faol ishtirok etgan ekoturistik majmualarning tiklanish sur'ati yuqoriroq bo'lganligi kuzatildi, bu esa raqamli kommunikatsiya va talab o'rtasidagi o'zaro bog'liqlikni tasdiqlaydi.

Empirik regressiya natijalari marketing omillarining turist oqimiga statistik jihatdan ahamiyatli va ijobiy ta'sir ko'rsatishini ko'rsatdi. Ayniqsa, onlayn reyting va foydalanuvchi sharhlarining yuqori baholanishi turistlarning qaror qabul qilish jarayonida muhim determinant sifatida namoyon bo'ldi. Bu natija iste'molchi xulq-atvori nazariyasi bilan mos keladi, chunki raqamli muhitda axborot asimmetriyasi mavjud bo'lgan sharoitda iste'molchilar ko'proq ishonch indikatorlariga tayanadi. Onlayn platformalardagi yuqori reyting xizmat sifati haqidagi ijobiy signal sifatida qabul qilinadi va bu konversiya ko'rsatkichlarining oshishiga olib keladi. Shuningdek, ijtimoiy tarmoqlardagi interaktivlik darajasi auditoriya bilan doimiy muloqotni ta'minlab, brend sodiqligini shakllantirishi aniqlandi. Ijtimoiy tarmoqlarda muntazam yangilanadigan va auditoriyani jalb qiladigan kontent turistlarda hissiy bog'lanish hosil qilib, ularning real tashrifga aylanish ehtimolini oshiradi. Bu esa SMM instrumentlarining qisqa muddatli reklama vositasi emas, balki uzoq muddatli brend strategiyasining muhim qismi ekanligini ko'rsatadi [15].

Tahlillar shuni ko'rsatdiki, SEO optimizatsiya hamda qidiruv tizimlarida yuqori ko'rinuvchanlik ekoturistik majmualarning bronlash konversiyasi ko'rsatkichlariga bevosita va sezilarli ta'sir ko'rsatadi. Qidiruv tizimlarida birinchi sahifada joylashgan obyektlar potensial turistlarning e'tiborini tezroq tortadi va axborot izlash jarayonini

1 2025 yildagi ko'rsatkichlar yanvar-oktabr oylaridagi statistikaga asoslangan.



soddalashtiradi. Bu esa talabning real xarid yoki bronlashga aylanish ehtimolini oshiradi. Tadqiqot natijalari, shuningdek, raqamli marketing instrumentlarining sinergetik ta'siri mavjudligini ko'rsatdi, ya'ni SMM, SEO, onlayn reyting va target reklama birgalikda qo'llanilganda samaradorlik alohida qo'llanilganga nisbatan yuqoriroq bo'ladi. Integratsiyalashgan marketing strategiyasi auditoriyani jalb qilish, qiziqitirish hamda real tashrifga aylantirish jarayonini uzluksiz zanjir sifatida shakllantiradi. Shu sababli ekoturistik majmualar marketing faoliyatini fragmentar emas, balki tizimli yondashuv asosida tashkil etishi muhimdir.

Shu bilan birga, tadqiqot natijalari ayrim metodologik va amaliy jihatlarni ham ko'rsatadi. Birinchidan, empirik modelda asosan raqamli marketing omillariga e'tibor qaratilgan bo'lsa-da, infratuzilma sifati, narx siyosati, xizmat ko'rsatish darajasi hamda mavsumiylik kabi omillar to'liq qamrab olinmagan. Ikkinchidan, raqamli marketing samaradorligini baholashda ayrim sifat ko'rsatkichlarini miqdoriy ifodalash murakkablik tug'dirishi mumkin, bu esa model aniqligiga ta'sir ko'rsatadi. Shunga qaramay, mazkur tadqiqot ekoturistik majmualarni raqamli marketing asosida boshqarishning nazariy va amaliy asoslarini shakllantirib, turizm marketingida integratsiyalashgan yondashuvni taklif etadi. Kelgusida ushbu modelni kengroq empirik ma'lumotlar asosida sinovdan o'tkazish hamda hududiy kesimda chuqurlashtirilgan tahlillar olib borish ilmiy izlanishlarning mantiqiy davomiga xizmat qiladi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Mazkur tadqiqot natijalari raqamli marketing va onlayn platformalarning ekoturistik majmualarni ommalashtirishdagi strategik ahamiyatini ilmiy jihatdan asoslab berdi. O'zbekiston turizm sektorida kuzatilayotgan barqaror o'sish tendensiyasi raqamli transformatsiya jarayonlari bilan uzviy bog'liq ekani aniqlandi. Empirik tahlillar ijtimoiy tarmoqlardagi interaktivlik darajasi, onlayn reyting ko'rsatkichlari hamda SEO optimizatsiyaning turist oqimiga ijobiy va statistik jihatdan ahamiyatli ta'sir ko'rsatishini tasdiqladi.

Raqamli marketing instrumentlarining integratsiyalashgan qo'llanilishi konversiya darajasini oshirib, marketing xarajatlarining samaradorligini yaxshilaydi. Taklif etilgan funksional model ekoturistik majmualar uchun ilmiy asoslangan marketing strategiyasini shakllantirish imkonini beradi.

Tadqiqot natijalari raqamli kommunikatsiyani tizimli boshqarish orqali barqaror turist oqimini ta'minlash mumkinligini ko'rsatadi. Kelgusida ushbu modelni kengroq empirik ma'lumotlar asosida chuqurlashtirish hamda hududiy kesimda qo'llash maqsadga muvofiqdir.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. UN World Tourism Organization (UNWTO). International Tourism Highlights 2023 Edition. Madrid: UNWTO, 2023.
2. World Bank. "International tourism, number of arrivals – Uzbekistan." World Development Indicators. 2024. Available: <https://data.worldbank.org>
3. O'zbekiston Respublikasi Statistika agentligi. Turizm sohasining asosiy ko'rsatkichlari – 2024. Toshkent, 2025.
4. Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. Marketing 5.0: Technology for Humanity. Hoboken, NJ: Wiley, 2021.
5. Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice. 8th ed. Pearson, 2022.
6. Xiang, Z., & Gretzel, U. "Role of social media in online travel information search." Tourism Management, vol. 31, no. 2, pp. 179–188, 2010.
7. Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. "Smart tourism: foundations and developments." Electronic Markets, vol. 25, no. 3, pp. 179–188, 2015.
8. Buhalis, D., & Law, R. "Progress in information technology and tourism management." Tourism Management, vol. 29, no. 4, pp. 609–623, 2008.
9. Dolnicar, R., Grün, S., & Leisch, I. "Increasing environmental sustainability of tourists." Journal of Sustainable Tourism, vol. 16, no. 3, pp. 246–266, 2008.
10. Weaver, D. Sustainable Tourism: Theory and Practice. 2nd ed. Routledge, 2020.
11. OECD. Tourism Trends and Policies 2022. Paris: OECD Publishing, 2022.
12. World Travel & Tourism Council (WTTC). Economic Impact Report 2024. London: WTTC, 2024.
13. Kietzmann, J., Hermkens, K., McCarthy, I., & Silvestre, B. "Social media? Get serious! Understanding the functional building blocks of social media." Business Horizons, vol. 54, no. 3, pp. 241–251, 2011.
14. Tuten, T., & Solomon, M. Social Media Marketing. 4th ed. Sage Publications, 2021.
15. Gössling, S., Scott, D., & Hall, C. M. "Pandemics, tourism and global change." Journal of Sustainable Tourism, vol. 29, no. 1, pp. 1–20, 2021.



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. № 3

© 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>