

MUHANDISLIK

& IQTISODIYOT

ijtimoiy-iqtisodiy, innovatsion texnik,
fan va ta'limga oid ilmiy-amaliy jurnal

№ 5
maxsus son

2025
IYUL



Milliy nashrlar

OAK: <https://oak.uz/pages/4802>

05.00.00 – Texnika fanlari

08.00.00 – Iqtisodiyot fanlar



Google Scholar

OPEN ACCESS

ULRICHSWEB™
GLOBAL SERIALS DIRECTORY

Academic
Resource
Index
ResearchBib

ISSN
INTERNATIONAL
STANDARD
SERIAL
NUMBER
INTERNATIONAL CENTRE

CYBERLENINKA

OpenAIRE

ROAD

INDEX COPERNICUS
INTERNATIONAL

BASE

Crossref

НАУЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ
БИБЛИОТЕКА
LIBRARY.RU

**BAKALAVR
TALABALARINIG
MAQOLALARI
TO'PLAMI**

РЭУ.РФ
РОССИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Г.В. ПЛЕХАНОВА
ТАШКЕНТСКИЙ ФИЛИАЛ



muhandislik & iqtisodiyot

ijtimoiy-iqtisodiy, innovatsion texnik,
fan va ta'limga oid ilmiy-amaliy jurnal

Elektron nashr, 56 sahifa,
oktyabr, 2025-yil.

Bosh muharrir:

Zokirova Nodira Kalandarovna, iqtisodiyot fanlari doktori, DSc, professor

Bosh muharrir o'rinbosari:

Shakarov Zafar G'afforovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori, PhD, dotsent

Tahrir hay'ati:

Abduraxmanov Kalandar Xodjayevich, O'z FA akademigi, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Sharipov Kongratbay Avezimbetovich, texnika fanlari doktori, professor

Maxkamov Baxtiyor Shuxratovich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Abduraxmanova Gulnora Kalandarovna, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Shaumarov Said Sanatovich, texnika fanlari doktori, professor

Turayev Bahodir Xatamovich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Nasimov Dilmurod Abdulloyevich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Allayeva Gulchexra Jalgasovna, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Arabov Nurali Uralovich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Maxmudov Odiljon Xolmirzayevich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Xamrayeva Sayyora Nasimovna, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Bobonazarova Jamila Xolmurodovna, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Irmatova Aziza Baxromovna, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Bo'taboyev Mahammadjon To'ychiyevich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Shamshiyeva Nargizaxon Nosirxuja kizi, iqtisodiyot fanlari doktori, professor,

Xolmuxamedov Muhsinjon Murodullayevich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent

Xodjayeva Nodiraxon Abdurashidovna, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent

Amanov Otabek Amankulovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent

Toxirov Jaloliddin Ochil o'g'li, texnika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Qurbonov Samandar Pulatovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Zikriyoyev Aziz Sadulloyevich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Tabayev Azamat Zaripbayevich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Sxay Lana Aleksandrovna, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent

Ismoilova Gulnora Fayzullayevna, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent

Djumaniyazov Umrbek Ilxamovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent

Kasimova Nargiza Sabitdjanovna, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent

Kalanova Moxigul Baxritdinovna, dotsent

Ashurzoda Luiza Muxtarovna, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Sharipov Sardor Begmaxmat o'g'li, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Sharipov Botirali Roxataliyevich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, professor

Tursunov Ulug'bek Sativoldiyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), dotsent

Bauyetdinov Majit Janizaqovich, Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti dotsenti, PhD

Botirov Bozorbek Musurmon o'g'li, Texnika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Sultonov Shavkatjon Abdullayevich, Kimyo fanlari doktori, (DSc)

Jo'raeva Malohat Muhammadovna, filologiya fanlari doktori (DSc), professor.



muhandislik & iqtisodiyot

ijtimoiy-iqtisodiy, innovatsion texnik,
fan va ta'limga oid ilmiy-amaliy jurnal

05.01.00 – Axborot texnologiyalari, boshqaruv va kompyuter grafikasi
05.01.01 – Muhandislik geometriyasi va kompyuter grafikasi. Audio va video texnologiyalari
05.01.02 – Tizimli tahlil, boshqaruv va axborotni qayta ishlash
05.01.03 – Informatikaning nazariy asoslari
05.01.04 – Hisoblash mashinalari, majmualari va kompyuter tarmoqlarining matematik va dasturiy ta'minoti
05.01.05 – Axborotlarni himoyalash usullari va tizimlari. Axborot xavfsizligi
05.01.06 – Hisoblash texnikasi va boshqaruv tizimlarining elementlari va qurilmalari
05.01.07 – Matematik modellash
05.01.11 – Raqamli texnologiyalar va sun'iy intellekt
05.02.00 – Mashinasozlik va mashinashunoslik
05.02.08 – Yer usti majmualari va uchish apparatlari
05.03.02 – Metrologiya va metrologiya ta'minoti
05.04.01 – Telekommunikatsiya va kompyuter tizimlari, telekommunikatsiya tarmoqlari va qurilmalari. Axborotlarni taqsimlash
05.05.03 – Yorug'lik texnikasi. Maxsus yoritish texnologiyasi
05.05.05 – Issiqlik texnikasining nazariy asoslari
05.05.06 – Qayta tiklanadigan energiya turlari asosidagi energiya qurilmalari
05.06.01 – To'qimachilik va yengil sanoat ishlab chiqarishlari materialshunosligi

05.08.03 – Temir yo'l transportini ishlatish
05.09.01 – Qurilish konstruksiyalari, bino va inshootlar
05.09.04 – Suv ta'minoti. Kanalizatsiya. Suv havzalarini muhofazalovchi qurilish tizimlari
10.00.06 – Qiyosiy adabiyotshunoslik, chog'ishtirma tilshunoslik va tarjimashunoslik
10.00.04 – Yevropa, Amerika va Avstraliya xalqlari tili va adabiyoti
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

Ma'lumot uchun, OAK
Rayosatining 2024-yil 28-avgustdagi 360/5-son qarori bilan "Dissertatsiyalar asosiy ilmiy natijalarini chop etishga tavsiya etilgan milliy ilmiy nashrlar ro'yxati"ga texnika va iqtisodiyot fanlari bo'yicha "Muhandislik va iqtisodiyot" jurnali ro'yxatga kiritilgan.

Muassis: "Tadbirkor va ishbilarmon" MChJ

Hamkorlarimiz:

1. Toshkent shahridagi G.V.Plexanov nomidagi Rossiya iqtisodiyot universiteti
2. Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti
3. Toshkent irrigatsiya va qishloq xo'jaligini mexanizatsiyalash muhandislari instituti" milliy tadqiqot universiteti
4. Islom Karimov nomidagi Toshkent davlat texnika universiteti
5. Muhammad al-Xorazmiy nomidagi Toshkent axborot texnologiyalari universiteti
6. Toshkent davlat transport universiteti
7. Toshkent arxitektura-qurilish universiteti
8. Toshkent kimyo-texnologiya universiteti
9. Jizzax politexnika instituti



MUNDARIJA

TIJORAT BANKLARI DAROMADINI OSHIRISHDA ZAMONAVIY TEXNOLOGIYALARDAN FOYDALANISH HAMDA AHOLI SAVODXONLIGINING ROLI	8
Ochildiyev Bexruz To'liqin o'g'li, Safarov Alisher	
ПРОБЛЕМЫ И БАРЬЕРЫ ВНЕДРЕНИЯ ЦИФРОВОГО БУХГАЛТЕРСКОГО УЧЕТА В МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЯХ: ДОКАЗАТЕЛЬСТВА ИЗ РАЗВИВАЮЩИХСЯ И РАЗВИТЫХ ЭКОНОМИК	13
Муратова Наргиза Тахировна	
MILLIY IQTISODIYOTNI RIVOJLANTIRISHDA ERKIN IQTISODIY ZONALARNI TASHKIL ETISHNING AMALIYOT TAHLILI	19
Gulmurodova Marjona Olimjon qizi, Dilmurodov Jurabek Ulug'bek o'g'li, Umida Yuldasheva Anasaliyevna	
O'ZBEKISTON TASHQI SAVDOSINING ASOSIY KO'RSATKICHLARI VA TENDENSIYALARI	24
Chintemirova Diyora Shuxrat qizi, Akbarova Barno Shuxratovna	
KOMPYUTER TARMOQLARINING MATEMATIK VA DASTURIY TA'MINOTI	29
Burhanova Zulhumor Odiljon qizi, Sayidov Nozimjon Abdulnosirovich	
RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA SUN'IIY INTELLEKTNING MEHNAT BOZORIGA TA'SIRI	34
G'ayratova Zilola G'anijon qizi, Ibragimov G'anijon G'ayratovich	
MOLIYAVIY HISOBOTNING XALQARO STANDARTLARI VA ULARNING MILLIY HISOBOTLARGA TA'SIRI	39
Abdulkarimov Qamariddin, Keldibekova Munisa, Beknazarov Zafarjon	
SOCIAL MEDIA MARKETING (SMM) VA UNING BIZNESDAGI ROLI	44
Quryozov Quryozbek Ergash o'g'li, Yuldashev Abduhakim Abdulkarimovich	
O'ZBEKISTONDA TURIZM MARKETINGI ISLOHOTLARI	50
Panjiyev Abdullo Ixtiyor o'g'li, Toshev Nurbek Janon o'g'li	



O'ZBEKISTONDA TURIZM MARKETINGI ISLOHOTLARI

Panjiyev Abdullo Ixtiyor o'g'li

Turizm va mehmondo'stlik yo'nalishi talabasi

Ilmiy rahbar

Toshev Nurbek Janon o'g'li

QarDU i.f.f.d. (PhD)

Qarshi davlat universiteti, Iqtisodiyot fakulteti

Annotatsiya: Mazkur maqolada O'zbekistonda turizm sohasida amalga oshirilayotgan marketing islohotlari, jumladan normativ-huquqiy bazaning takomillashuvi, viza rejimining liberallashtirilishi, mamlakatning turizm brendini rivojlantirish, raqamli marketing va infratuzilma yo'nalishlaridagi yangiliklar tahlil qilinadi. Shuningdek, sohada erishilgan yutuqlar, mavjud muammolar va istiqbolli takliflar ham ko'rib chiqilgan.

Kalit so'zlar: turizm, marketing, brend, raqamli marketing, islohotlar, O'zbekiston, viza rejimi, infratuzilma, ichki turizm.

Abstract: This article analyzes the tourism marketing reforms carried out in Uzbekistan, including improvements to the legal framework, the liberalization of the visa regime, the development of the country's tourism brand, the implementation of digital marketing, and innovations in infrastructure. The paper also highlights the achievements, existing challenges, and promising proposals for the further development of the sector.

Keywords: tourism, marketing, brand, digital marketing, reforms, Uzbekistan, visa regime, infrastructure, domestic tourism.

Аннотация: В статье рассматриваются проводимые в Узбекистане реформы в сфере туристического маркетинга, включая совершенствование нормативно-правовой базы, либерализацию визового режима, развитие туристического бренда страны, внедрение цифрового маркетинга и новшества в инфраструктуре. Также анализируются достигнутые успехи, существующие проблемы и перспективные предложения по развитию отрасли.

Ключевые слова: туризм, маркетинг, бренд, цифровой маркетинг, реформы, Узбекистан, визовый режим, инфраструктура, внутренний туризм.

KIRISH

So'nggi yillarda O'zbekiston turizm sohasi iqtisodiyotning eng ustuvor yo'nalishlaridan biri sifatida jadallik bilan rivojlanmoqda. Mamlakatning ochiqlik siyosati, viza rejimining bosqichma-bosqich liberallashtirilishi, normativ-huquqiy bazaning yangilanishi va xalqaro maydondagi faollikning oshishi turizmni strategik tarmoq sifatida shakllantirishga xizmat qilmoqda. Ayniqsa, marketing siyosatini modernizatsiya qilish, raqamli texnologiyalarni joriy etish va milliy turizm brendini yaratish bo'yicha amalga oshirilayotgan tashabbuslar sohaning raqobatbardoshligini ta'minlashda muhim omil bo'lmoqda. Turizm marketingi nafaqat sayyohlar sonini ko'paytirishga qaratilgan vosita, balki mamlakatning ijobiy imijini mustahkamlash, turistik mahsulotlar sifatini oshirish, infratuzilma imkoniyatlarini kengaytirish va ichki hamda tashqi bozorlarda samarali kommunikatsiya o'rnatishning muhim mexanizmidir. Aynan shu jihatlar mazkur mavzuning dolzarbligini belgilab beradi. Turizm sohasidagi marketing strategiyalari samaradorligini tahlil qilish, brend yaratish jarayonidagi yutuqlarni baholash, shuningdek, mavjud muammolarni aniqlash va ularni bartaraf etish bo'yicha takliflar ishlab chiqish bugungi kunda ilmiy va amaliy ahamiyatga ega. Mazkur maqolada O'zbekistonda turizm marketingi yo'nalishida amalga oshirilayotgan asosiy islohotlar, raqamli marketingning qo'llanilishi, milliy turizm brendini rivojlantirish bo'yicha tashabbuslar, erishilgan natijalar hamda tarmoqning kelajakdagi rivojlanish istiqbollari chuqur tahlil qilinadi.



MAVZUGA OID ADABIYOTLAR SHARHI

O'zbekiston va jahon ilmiy adabiyotlarida turizm marketingi, brending, raqamli kommunikatsiyalar va turizm infratuzilmasi masalalari keng o'rganilgan. Turizmning iqtisodiy rivojlanishdagi o'rni, marketing strategiyalarining samaradorligi hamda brend yaratish jarayonlari bo'yicha mahalliy va xorijiy tadqiqotchilar tomonidan qimmatli ilmiy xulosalar taqdim etilgan. Mahalliy olimlar — A. Hasanov, B. Jo'rayev, N. Qodirova kabi tadqiqotchilar O'zbekistonda turizm infratuzilmasini modernizatsiya qilish, xizmatlar sifatini oshirish va marketing yondashuvlarining amaliy ahamiyatini tahlil qilgan. Ularning tadqiqotlarida turizm siyosatining takomillashtirilishi, sohani boshqarishning zamonaviy mexanizmlari hamda milliy brendni shakllantirishga ta'sir etuvchi omillar yoritilgan.

Xalqaro adabiyotlarda esa P. Kotler, K. Keller, M. Porter, M. Morrison kabi olimlar turizm marketingi, strategik menejment va xizmatlar bozorida brendingning nazariy asoslarini ishlab chiqqan. Jumladan, Kotlarning xizmatlar marketingiga oid ishlari, Porterning raqobat ustunligi konsepsiyasi hamda Morrisonning turizm marketingi modellari sohani rivojlantirishda muhim metodologik asos bo'lib xizmat qiladi. BMT Jahon Turizm Tashkiloti (UNWTO), JST (WTO), Osiyo taraqqiyot banki (ADB) hamda OECD tomonidan e'lon qilinadigan hisobotlar O'zbekiston turizm sektorining global tendensiyalar fonidagi o'rnini baholashda asosiy xalqaro manbalardandir. Ushbu manbalarda turizm oqimlari dinamikasi, viza siyosati liberallashtirilishining ta'siri, raqamli marketingning turizmga qo'shgan hissasi va post-pandemiya davrida soha rivojlanishining yangi yo'nalishlari chuqur o'rganilgan.

O'zbekistonda so'nggi yillarda qabul qilingan Prezident qarorlari, Vazirlar Mahkamasi qarorlari va "2022–2026-yillarda turizmni rivojlantirish strategiyasi" kabi me'yoriy hujjatlar sohada marketing siyosati, brend yaratish, reklama kampaniyalari, viza rasmiylashtirishning soddalashtirilishi va raqamlashtirish jarayonlarining davlat darajasida qo'llab-quvvatlanayotganini ko'rsatadi. Bu hujjatlar ilmiy izlanishlar uchun muhim konseptual asos sifatida xizmat qiladi. Shuningdek, so'nggi yillarda ilmiy jurnallarda chop etilgan maqolalarda milliy turizm brendi, raqamli reklama vositalari, brending strategiyalarining samaradorligi, turistik xizmatlar bozorida raqobat muhiti va ichki turizmning rivojlanish omillari bo'yicha amaliy tadqiqotlar soni ortib bormoqda. Ushbu ilmiy ishlarda marketing kommunikatsiyalari, turistlarning xulq-atvori tahlili, onlayn platformalar va ijtimoiy tarmoqlarning turizmga ta'siri chuqur yoritilgan. Umuman olganda, mavjud adabiyotlar turizm marketingi va brending bo'yicha keng qamrovli ilmiy asos yaratadi. Ammo O'zbekiston sharoitida amalga oshirilayotgan islohotlar, raqamli marketingning milliy turizmga ta'siri, brend yaratish jarayonidagi mahalliy yechimlar va marketing strategiyalarining samaradorligini o'rganishda hanz dolzarb ilmiy bo'shliqlar mavjud. Shu sababli ushbu mavzuni chuqur tadqiq etish amaliy va ilmiy jihatdan muhim ahamiyatga ega.

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Mazkur tadqiqotda O'zbekistonda turizm marketingi sohasida amalga oshirilayotgan islohotlar, marketing kommunikatsiyalari, milliy turizm brendini shakllantirish jarayonlari va raqamli marketing amaliyotining samaradorligi ilmiy asosda o'rganildi. Tadqiqot metodologiyasi quyidagi tamoyillar va ilmiy yondashuvlarga tayanadi.

1. Nazariy tahlil usuli. Turizm marketingi, brending, infratuzilma rivoji va viza siyosatining liberallashtirilishiga oid mahalliy va xorijiy ilmiy manbalar, monografiyalar, statistik to'plamlar hamda UNWTO, OECD va ADB kabi xalqaro tashkilotlarning hisobotlari o'rganildi. Ushbu bosqich sohaning nazariy asoslarini aniqlashga xizmat qildi.

2. Qiyosiy tahlil usuli. O'zbekiston turizm marketingi tajribasi MDH davlatlari, Turkiya, Malayziya, BAA kabi muvaffaqiyatli turizm brendiga ega mamlakatlar tajribasi bilan solishtirildi. Bu yondashuv milliy brendni rivojlantirishda samarali strategiyalarni aniqlash imkonini berdi.

3. Statistik tahlil va umumlashtirish. Davlat statistika qo'mitasi, Turizm qo'mitasi, Iqtisodiyot va moliya vazirligi hamda xalqaro tashkilotlarning ochiq ma'lumotlari asosida turizm oqimlari dinamikasi, marketing islohotlarining samarasi, infratuzilma ko'rsatkichlari va xizmatlar sifatidagi o'zgarishlar tahlil qilindi.

4. Kontent-tahlil usuli. Turistik reklama materiallari, raqamli marketing kampaniyalari (veb-saytlar, ijtimoiy tarmoqlar, promo-roliklar, vizual brending elementlari) mazmunan o'rganilib, ularning brend yaratishdagi ta'siri baholandi.

5. Ekspert baholash usuli (zaruriyatdan kelib chiqib). Turizm sohasidagi mutaxassislar, marketing menejerlari va brend strateglari fikrlari tahlil qilinib, bozordagi real muammolar va imkoniyatlar bo'yicha tasniflangan xulosalar shakllantirildi.

6. Tizimli yondashuv. Turizm marketingi tarmoq sifatida bir-biri bilan bog'liq elementlar — infratuzilma, xizmatlar sifati, vizalar, raqamli kommunikatsiya, reklama, imij va brend yaratish jarayonlari bir butun tizim sifatida o'rganildi. Bu yondashuv sohani kompleks ko'rib chiqishga yordam berdi.

Mazkur metodologiyalar asosida bajarilgan tahlillar O'zbekistonda turizm marketingi islohotlarining borishi, ularning samaradorligi va istiqbolli yo'nalishlarini ilmiy asosda baholash imkonini berdi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Normativ-huquqiy bazani takomillashtirish. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining, 05.01.2019-yildagi "Turizm tarmog'ini jadal rivojlantirishga oid chora-tadbirlar to'g'risida" PQ-4095-son¹ Qarorining qabul qilinishi va sohada bir nechta strategik huquqiy hujjatlarning yangilanishi orqali turizm marketingi asoslari mustahkamlandi. 2019–2025 yillarda turizm sohasini rivojlantirishning asosiy bosqichlari ichida "turistik xizmatlarni diversifikatsiyalash va sifatini oshirish, turistik infratuzilmani, shu jumladan xorijiy sarmoyalarni jalb qilish va samarali reklama-marketing ishlarini olib borish" kabi yo'nalishlar belgilangan. Turistik klass avtotransport vositalarini sertifikatlash kabi normativ o'zgartirishlar, transport infratuzilmasini yaxshilash orqali sayyohlarning harakatlanish qulayligini oshirish choralari ko'rilmogda.

Viza rejimini liberallashtirish va vizani soddalashtirish. Elektron viza (e-Visa) rejimining kengaytirilishi: O'zbekiston bir nechta mamlakatlar uchun elektron vizani joriy qilgan. Viza bo'yicha soddalashtirishlar va vizani olish muddatlarini qisqartirish marketing jihatdan muhim, chunki sayyohlar oldindan ruxsat va hujjat tartibidan qo'rqib qolmasligi kerak. Bu O'zbekistonning xalqaro sayyohlar uchun qulay manzil ekanligi imijini oshiradi.

Brend strategiyasi va mamlakat imijini shakllantirish. O'zbekistonning turizm brendini rivojlantirishda xalqaro marketing kampaniyalari, ommaviy axborot vositalari, turistik festival va madaniy tadbirlar muhim rol o'ynamoqda. "O'zbekiston – 2030" Strategiyasida turizmni rivojlantirish orqali xalqaro va ichki sayyohlikni oshirish, brend qurish va sayyohlar sonini ko'paytirish maqsadi belgilangan. Turizm brendi rivojlanishiga to'sqinlik qiluvchi omillar (infratuzilma, xizmat sifati, raqamli marketing salmog'i, xalqaro raqobat) tahlil qilingan va bu omillarni bartaraf etish bo'yicha takliflar ishlab chiqilmogda. Turizm brendi — mamlakat imijining uzoq muddatli elementidir. Brendni yaratishda tarixiy-madaniy meros (Xiva, Samarqand, Buxoro), gastronomiya, an'anaviy hunarmandchilik va "Buyuk Ipak yo'li" mavzusi asosiy resurs hisoblanadi. Amaliy jihatdan brendni ishlab chiqishda quyidagilar zarur: (a) maqsadli auditoriyani aniq belgilash (masalan, madaniyatga qiziquvchi sayyohlar, ekoturistlar, diniy ziyoratchilar), (b) raqamli storytelling va vizual kontent (video, virtual turlar), (c) xalqaro tur operatorlar bilan strategik hamkorlik va (d) brendni himoya qilish hamda yagona xabarni ("message") saqlash. Mamlakat brendi uchun yagona vizual identifikatsiya va "value proposition" (maqsadli auditoriya uchun noyob taklif) ishlab chiqilishi lozim.

Marketing kommunikatsiyalari va raqamli marketing. Zamonaviy marketing texnologiyalari, xususan raqamli marketing, ijtimoiy media va onlayn platformalar orqali sayyohlar bilan aloqa qilish, mahsulot va xizmatlarni reklama qilish imkoniyatlari kengaymogda. Mamlakatning turizm xizmatlarini eksport qilish, xalqaro auditoriyaga chiqish jarayonlari kuchaygan: ijtimoiy tarmoqlar, blogerlar, influencerslar va madaniy almashinuvlar orqali O'zbekistonning tarixiy va madaniy joylari targ'ib qilinmogda. Turizm sohasida brend va marketing strategiyalari ishlab chiqish, maqsadli bozorlarga yo'naltirilgan reklama kampaniyalari (masalan, qo'shni davlatlar, Osiyo va Yevropa bozorlariga) amalga oshirilmogda.

Investitsiyalar va infratuzilmani yaxshilash. Turizm marketingining bir qismi sifatida investitsiyalar jalb qilinmogda: mehmonxonalar, turizm ob'ektlari, transport infratuzilmasi va sayyohlik obyektlari modernizatsiya qilinmogda. Masalan, 2025 yilga kelib, qator hududlarda kamping, ekoturizm va yirik sayyohlik loyihalari rivojlantirilmogda. Davlat-xususiy sheriklik (DXS) shakllari kuchaymogda, investorlarga soliq imtiyozlari, yer va mulk soliqlarida chegirmalar, mehmonxona qurilishiga qo'llab-quvvatlash kabi mexanizmlar joriy etilmogda.

Turizm mahsulotlari assortimenti va yo'nalishlarni diversifikatsiyalash. Ichki turizm (mahalliy sayyohlik) va yangi yo'nalishlar — ekoturizm, tibbiyot turizmi, ziyorat turizmi kabi yo'nalishlarga e'tibor qaratilmogda. Qish mavsumi uchun chegirmalar, charter reyslarni yo'lga qo'yish, mehmonxona takliflarini kuchaytirish orqali turizmning mavsumiy cheklanishlarini kamaytirish bo'yicha chora-tadbirlar ko'rilmogda. Mahalliy aholi va hududlar salohiyatidan foydalanish; tarixiy-madaniy meros, gastronomiya turizmi, agro-turizm va "kam traversed" hududlar sayyohligi marketing strategiyalarining tarkibiy qismiga aylanmogda.

Raqamli marketing. Raqamli marketing zamonaviy destination marketingning asosiy qismidir. O'zbekiston uchun asosiy yo'nalishlar: SEO va xalqaro til variantlari, ijtimoiy tarmoqlar orqali maqsadli kampaniyalar (Instagram, Facebook, TikTok), influencer marketing bilan hamkorlik, onlayn bronlash tizimlari, ma'lumotlar tahlili (analytics) va big data asosida bozor tendensiyalarini kuzatish. Virtual turlar va 360° video kontent O'zbekistonning tarixiy obidalarini onlayn auditoriyaga tez va ta'sirli yetkazadi. Raqamli yechimlar chekka hududlarga ham kirib borishi uchun mobil va yengil formatdagi kontent ishlab chiqish muhimdir. Shuningdek, onlayn ovozli va video gid xizmatlarini (ko'p tili) rivojlantirish sayyohlar uchun qo'shimcha qulaylik yaratadi.

SWOT tahlili (taxminiy): Kuchli tomonlar (S): tarixiy-madaniy meros, strategik geografik joylashuv, davlat qo'llab-quvvatlashi. Zaif tomonlar (W): xizmat ko'rsatish standartlarining nomutanosibli, raqamli

1 <https://www.lex.uz/uz/docs/-4141452>



infratuzilmaning chekka hududlarda yetarli emasligi. Imkoniyatlar (O): yangi bozorlarga chiqish (Osiyo, Yevropa), DXS orqali investitsiyalar, raqamli marketingning kengayishi. Xatarlar (T): xalqaro raqobat, pandemiya kabi sog'liq xavflari, mintaqaviy geosiyosiy o'zgarishlar.

1-jadval. Yurtimizda turizmni rivojlantirish maqsadida olib borilgan islohotlar.

T/r	Islohot olib borilgan yillar va islohotlar	Yillik o'sish ko'rsatkichi	Xorijiy sayyohlar soni	Turistik mahsulot eksporti
1	2021-yil turizm infratuzilmasini rivojlantirish uchun Prezident Shavkat Mirziyoyev tomonidan 100 million AQSH dollari ajratildi	Pandemiyadan keying tiklanish	1,88 million turist	679 million AQSH dollari
2	2022-yil Samarqandda yangi xalqaro aeroport ochildi 90 dan ortiq davlat fuqarolari uchun olib borildi	17,6 % o'sish	5,2 million turist	1,6 milliard AQSH dollari
3	2023-yil "Buyuk Ipak Yo'li" marakzi ishga tushurildi	26,9 % o'sish	6,6 million turist	2,1435 milliard AQSH dollari
4	2024-yil "To'siqsiz turizm dasturi" dasturi joriy etilib nogironligi bo'lgan shaxslarga qulayli muhit yaratildi	30,3 % o'sish	8,2 million turist	2,1 milliard AQSH dollari

2021-yilda pandemiya oqibatlaridan qayta tiklanish bosqichi kuzatildi. Infratuzilmaga 100 mln dollar miqdorida investitsiya yo'naltirilgan bo'lib, 1,88 mln sayyoh tashrif buyurdi va 679 ta turistik obyekt faoliyat yuritdi. Ushbu davr turizmning tiklanish bosqichi sifatida tavsiflanadi. 2022-yilda Samarqand xalqaro aeroportining ochilishi hamda viza rejimining soddalashtirilishi natijasida sayyohlar oqimi 5,20 mln nafarga yetdi, turistik obyektlar soni esa 1600 taga ko'tarildi. Bu davr turizm sohasida sezilarli o'sish bilan ajralib turadi. 2023-yilda "Buyuk Ipak yo'li" xalqaro turizm markazining ishga tushirilishi sayyohlar sonining 6,60 mln nafarga yetishi va 2143 ta obyekt faoliyat ko'rsatishi bilan uyg'unlashdi. Bu ko'rsatkichlar tizimning kengayish bosqichini aks ettiradi. 2024-yilda inklyuziv turizm dasturining amalga oshirilishi hamda marketing kampaniyalarining kuchaytirilishi natijasida 8,20 mln sayyoh jalb qilindi. Turistik obyektlar soni 2100 tani tashkil etdi. Ushbu yilda ko'rsatkichlar barqarorlashuv jarayonini ifodalaydi.

Turizm sohasida aniqlangan dolzarb masalalar:

- Xalqaro turizm bozorida raqobatning kuchayib borayotgani milliy turizm brendini yanada takomillashtirishni, marketing strategiyalarini aniq maqsadli guruhlariga yo'naltirishni talab etadi.
- Raqamli marketing, onlayn platformalar va internet infratuzilmasining rivojlanish darajasi markaziy shaharlar va chekka hududlar o'rtasida farqlanishi, hududlar bo'yicha raqamli imkoniyatlarni kengaytirish zarurligini ko'rsatadi.
- Mehmonxona, transport va gidlik xizmatlarida yagona sifat standartlari bo'yicha sistematik ishlarni kuchaytirish, xodimlar malakasini oshirish ehtiyoji mavjud.
- Marketing e'lonlarida taqdim etiladigan xizmat sifati bilan amaliy tajriba o'rtasidagi moslikni ta'minlash, xizmat jarayonlarini monitoring qilish orqali mijozlar qoniqishini oshirish maqsadga muvofiq.
- Infratuzilma, transport yo'llari, logistika va turistik obyektlarda yaratilgan sharoitlarni izchil rivojlantirish barqaror turizm oqimini qo'llab-quvvatlaydi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Brend strategiyasini yanada aniqlashtirish: maqsadli bozorlarga mos regional marketing kampaniyalarini kuchaytirish, "Silk Road", Osiyo–Yevropa yo'llari, yaqin qo'shni davlatlar va xalqaro yo'nalishlar bo'yicha brend imijini yaratish. Raqamli platformalar, mobil ilovalar, virtual turlar, onlayn rezervatsiya va to'lov tizimlarini takomillashtirish; chekka hududlarda internet va infratuzilmani yaxshilash zarur.

Xizmat sifatini oshirish: mehmonxona xodimlari, gidlar, transport xizmati mutaxassislar uchun tayyorlov, sertifikatlash va xalqaro standartlarga moslashtirish jarayonlarini kuchaytirish. Turizm yo'nalishlarini diversifikatsiyalash (mavsumiy bo'lmagan, ekologik, ziyorat, gastronomik, sog'liq turizmi) va hududiy salohiyatdan keng foydalanish muhim.

Xalqaro hamkorlikni kengaytirish: tur operatorlari, investorlar, reklama agentliklari bilan ishlashni faollashtirish; xalqaro sayyohlik tijorat ko'rgazmalari, festivallar va konferensiyalarda ishtirok etish orqali mamlakat salohiyatini namoyish etish zarur. O'zbekiston turizm marketingi sohasida jadal islohotlar olib bormoqda: normativ bazani takomillashtirish, viza rejimini yengillashtirish, brend yaratish, raqamli texnologiyalarni joriy etish, infratuzilma va mahsulot assortimentini diversifikatsiyalash kabi yo'nalishlar mamlakatning turizm bo'yicha raqobatbardoshligini oshirmoqda. Natijalar allaqachon sezilmoqda: sayyohlar soni oshmoqda, eksport



daromadlari ko'paymoqda, bandlik kengaymoqda. Biroq xizmat sifatini oshirish, brendni xalqaro bozorda barqaror saqlash, raqamli marketingni kuchaytirish va chekka hududlarda infratuzilmani yaxshilash bo'yicha hali ham vazifalar mavjud. Agar takliflar amalga oshirilsa, O'zbekiston turizm marketingi bo'yicha yanada muvaffaqiyatli mamlakatlar qatoriga kirishi mumkin. O'zbekiston turizm marketingida sezilarli yutuqlarga erishdi: viza siyosati soddalashtirildi, infratuzilma loyihalari amalga oshirildi, raqamli kommunikatsiyalar kengaydi va mahsulot assortimenti diversifikatsiyalandi. Shu bilan birga, xizmat sifati, statistik monitoring va hududlararo raqamli tengsizlik kabi muammolar mavjud. Kompleks yondashuv — strategik brend, raqamli yechimlar, kadrlar tayyorlash va DXS orqali investitsiyalarni jalb qilish — mamlakatni yuqori qo'shilgan qiymatli turizm manziliga aylantirishga xizmat qiladi. Ushbu maqolada berilgan tavsiyalar amalga oshirilsa, O'zbekistonning turizm sektori barqaror va raqobatbardosh ravishda rivojlanadi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Iqtisodiy tadqiqotlar va islohotlar markazi. (2024). So'nggi sakkiz yilda O'zbekistonda turizm qanday rivojlandi? <https://xabar.uz/uz/tahlil/songgi-sakkiz-yilda-ozbekistonda-turizm?ysclid=mhx38yo4ax325684468>
2. Arab News. (2023). Strategic reforms and cultural depth are driving Uzbekistan's tourism growth. <https://www.arab-news.com/node/2411326/business-economy>
3. Qodirov, M. (2022). O'zbekiston turizm brendi rivojlanishiga to'sqinlik qiluvchi omillar.
4. Saidov, A. (2023). O'zbekistonda turizm bozorining rivojlanish tendensiyalari.
5. Abdullayev, N. (2023). Turizm sohasida zamonaviy marketing texnologiyalaridan samarali foydalanish istiqbollari. <https://cyberleninka.ru/>
6. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining, 05.01.2019-yildagi "Turizm tarmog'ini jadal rivojlantirishga oid chora-tadbirlar to'g'risida" PQ-4095-son Qaror. <https://www.lex.uz/uz/docs/-4141452>

muhandislik **& iqtisodiyot**

ijtimoiy-iqtisodiy, innovatsion texnik,
fan va ta'limga oid ilmiy-amaliy jurnal

Ingliz tili muharriri: Feruz Hakimov

Musahhih: Zokir Alibekov

Sahifalovchi va dizayner: Iskandar Islomov

5-Maxsus son.

Bakalavr talabalarining maqolalari to'plami

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Muhandislik va iqtisodiyot" 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.

"Muhandislik va iqtisodiyot" jurnali 26.06.2023-yildan
O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Adminstratsiyasi huzuridagi
Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan
№S-5669245 reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan.
Litsenziya raqami: №095310.

**Manzilimiz: Toshkent shahri Yunusobod
tumani 15-mavze 19-uy**





+998 93 718 40 07



<https://muhandislik-iqtisodiyot.uz/index.php/journal>



t.me/yait_2100