

# MUHANDISLIK

## & IQTISODIYOT

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

2026-YIL  
IYUN/6-SON, II-QISM



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



ISSN: 3060-463X

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, 2026-yil, iyun.

## **Bosh muharrir:**

**Zokirova Nodira Kalandarovna**, iqtisodiyot fanlari doktori, DSc, professor

## **Bosh muharrir o'rinbosari:**

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

## **Tahrir hay'ati:**

**Abduraxmanov Kalendar 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)

**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.

**Yusupov Maxamadamin Abduxamidovich**, iqtisodiyot fanlari nomzodi (DSc), professor

**Kalonova Moxigul Baxritdinovna**, iqtisodiyot fanlari nomzodi (PhD), dotsent

**Mirzayev Kulmamat Djanzakovich**, iqtisodiyot fanlari nomzodi (DSc), professor.

**Karimova Nilufar Sadirdin qizi**, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

**Norboyev Odil Abrayevich**, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent

**Nasimov Dilmurod Abdulloyevich**, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor

**Mirzayev Kulmamat Djanzakovich**, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor

**Karimova Nilufar Sadirdin qizi**, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

**Pardaev Umidjon Uralovich**, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor

**Xolmirzayev Ulug'bek Abdulazizovich**, Iqtisodiyot fanlari doktori (DSc)

# 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 modellashtirish
- 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
- 05.08.06 – "G'ildirakli va gusenisali mashinalar va ularni ishlatish" (texnika fanlari)
- 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

XO'JALIK YURITUVCHI SUBYEKTLARNING LIKVIDLILIGINI TA'MINLASH MASALALARI.....	10
<b>Bauyetdinov M.J.</b>	
O'ZBEKISTON RESPUBLIKASIDA OLIY TA'LIM TIZIMINI MODERNIZATSIYA QILISH STRATEGIYASI.....	18
<b>Usmanova Zumrad Islamovna, Xasanova Yulduz Kayumovna</b>	
TOKLI O'TKAZGICHLARDA MAGNIT MAYDON INDUKSIYASINING NAZARIY TAHLILI .....	23
<b>O'ngboyev Anvar, Umarov Uyg'un, Dusiyorov Jaxongir, Jonimqulov Mirtemur</b>	
QISHLOQ XO'JALIGIDA SUV RESURSLARINI BOSHQARISHNING INNOVATSION MEXANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISH.....	30
<b>Akbarova Shaxnoza Yakub qizi</b>	
IQLIM O'ZGARISHI SHAROITIDA ASALARICHILIK TARMOG'I SAMARADORLIGINI OSHIRISHDA DAVLAT QO'LLAB-QUVVATLASH MEXANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISH.....	33
<b>Farmanov Jonibek Ziyadullayevich</b>	
BILVOSITA SOLIQLARNI MA'MURIY BOSHQARISH TIZIMINI TAKOMILLASHTIRISH YO'NALISHLARI ....	38
<b>Mansurova Arofatxon Shavkat qizi</b>	
BANKLARNING MOLIYAVIY BARQARORLIGINI XALQARO USULLAR VA MEZONLAR ASOSIDA BAHOLASHNI TAKOMILLASHTIRISH.....	43
<b>G'aybulloyev Suxrob Odil o'g'li</b>	
IDEMPOTENT O'LCHOVLAR SIMPLEKSIDA ANIQLANGAN CHIZIQLI OPERATORLAR DINAMIKASINING EKOLOGIK MODELLASHTIRISHDAGI TATBIQI .....	50
<b>Karimov Muzaffar Musaxonovich, Karimova Shalola Musayevna</b>	
BANKLARARO LIKVIDLILIKNI BOSHQARISHDA SUN'IY INTELLEKT VA BIG DATA TEXNOLOGIYALARINI QO'LLASH ISTIQBOLLARI .....	56
<b>Baxromov Nodirjon Muxammadamin o'g'li</b>	
BANKLARDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALAR ASOSIDA XIZMAT KO'RSATISH SIFATINI OSHIRISH .....	60
<b>Asemova Rano Jabbarbergenovna</b>	
ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ БЕЗОПАСНОСТИ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН НА ОСНОВЕ СЦЕНАРНОГО АНАЛИЗА РАЗВИТИЯ АПК.....	66
<b>Ли Марина Рудольфовна</b>	
POLIMER VA UGLEROD NANOTOLALI MODIFIKATORLAR ASOSIDA BITUM KOMPOZITSIYALARINING REOLOGIK, MIKROTUZILMAVIY VA ADGEZION XOSSALARINI TAKOMILLASHTIRISHNING QIYOSIY TAHLILI .....	70
<b>Hasanov Bahrom Bo'ronovich</b>	
XORIJIY TADBIRKORLIK RIVOJLANISHIGA XALQARO IQTISODIY INTEGRATSIYANING TA'SIRI.....	76
<b>Mamatraimov Islom Mamanazarovich</b>	
SULFIDLI POLIMETALL RUDALARNI SELEKTIV FLOTATSIYALASHDA YANGI AVLOD REAGENTLARINI QO'LLASHNING TEXNOLOGIK YECHIMLARI TAHLILI.....	79
<b>Xushvaqтова Zamira Hikmatulloyevna, Saidaxmedov Aktam Abdisamiyevich</b>	
LOGICLABUZ: A BROWSER-NATIVE CO-SIMULATION PLATFORM FOR THE VIRTUALIZATION OF MULTI-MCU ROBOTIC SYSTEMS .....	84
<b>Ergashev Adizbek Kamol ugli</b>	
DUBAY IQTISODIYOTINING DIVERSIFIKATSIYALASHUV BOSQICHLARI VA UNDAN O'ZBEKISTONDA FOYDALANISH IMKONIYATLARI.....	94
<b>Dilmira Abdumalikovna Shamusarova</b>	
MINTAQADA TIBBIY TURIZMNI RIVOJLANTIRISHNING XALQARO MODELLARI.....	99
<b>Yusupova Mehrigon O'ktamovna</b>	
EKONOMETRIK MODELLARNI TANLASH VA ULARNING SIFATINI BAHOLASHDA INTEGRAL MEZONNI QO'LLASH .....	104
<b>Turayev Baxtiyor Ergashevich</b>	



PHP VA SUN'YI INTELLEKT SINERGIYASI: LARAVEL ASOSIDA INTELLEKTUAL VEB-TIZIMLARNI LOYIHALASH ARXITEKTURASI.....	110
<b>Jo'rayev To'xtasin, Abdusattarov Odiljon, Boymatov Mexrojiddin, Temirova Orifa, Yuldashboyev Shermuxammad</b>	
CORPORATE GOVERNANCE QUALITY, FOREIGN DIRECT INVESTMENT, AND ECONOMIC GROWTH: A PANEL ECONOMETRIC ANALYSIS OF CENTRAL ASIAN COUNTRIES (2003–2024).....	119
<b>Yusufjon Pulatov</b>	
TIJORAT BANKLARI KREDIT PORTFELINI DIVERSIFIKATSIYA QILISH VA KREDIT RISKLARINI BOSHQARISHNI TAKOMILLASHTIRISH YO'NALISHLARI.....	129
<b>Sheraliyev Olimjon O'ktam o'g'li</b>	
МЕХАНИЗМ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ КРУПНЫХ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ.....	135
<b>T.T. Жураев</b>	
XORAZM VILOYATIDA KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIKNI RIVOJLANTIRISH ASOSIDA HUDUDIY BANDLIKNI KENGAYTIRISH MEKANIZMLARI .....	140
<b>Azadova Gulnoza Sardorbekovna</b>	
YASHIL IQTISODIYOT, RESURS SAMARADORLIGI, TABIIY KAPITAL, AYLANMA IQTISODIYOT, EKOLOGIK SAMARADORLIK VA INKLYUZIV O'SISH TUSHUNCHALARINING ILMIY EVOLYUTSIYASI TAHLILI .....	146
<b>Karimov Islombek Bekpo'lat o'g'li</b>	
РОЛЬ АЛГОРИТМОВ В ПРОЦЕССЕ ПРИНЯТИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ РЕШЕНИЙ НА СОВРЕМЕННЫХ РЫНКАХ КАПИТАЛА .....	153
<b>Алиева Сусанна Сейрановна</b>	
РОЛЬ АЛГОРИТМОВ В ПРОЦЕССЕ ПРИНЯТИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ РЕШЕНИЙ НА СОВРЕМЕННЫХ РЫНКАХ КАПИТАЛА .....	153
<b>Алиева Сусанна Сейрановна</b>	
BUXORO VILOYATIDA ERKIN IQTISODIY ZONALAR FAOLIYATI VA ASOSIY KO'RSATKICHLARI TAHLILI.....	160
<b>Ibragimov Aziz Turayevich</b>	
ALOQA XIZMATLARINI KO'RSATUVCHI SUBYEKTLARDA SOLIQLAR HISOBINI TAKOMILLASHTIRISH .....	168
<b>Shirinov Uchqun, Bahodirova Madinabonu</b>	
TA'LIM XIZMATLARI EKSPORTINI RIVOJLANTIRISHGA TA'SIR ETUVCHI OMILLARNING SWOT VA OMILLI TAHLILI.....	176
<b>Alimova Shamsiya Abidovna</b>	
ВЫЗОВЫ РАЗВИВАЮЩИХСЯ РЫНКОВ: ИНФРАСТРУКТУРНАЯ МОДЕРНИЗАЦИЯ, ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ И ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ.....	182
<b>Умарова Шахноза Акбаровна</b>	
YASHIL IQTISODIYOT SHAROITIDA QUYOSH ENERGIYASIGA ASOSLANGAN YOMG'IRLATIB SUG'ORISH TIZIMINING IQTISODIY-EKOLOGIK SAMARADORLIGINI BAHOLASH.....	190
<b>Nurmetova Muyassar Jumanazarovna</b>	
TIJORAT BANKLARI KREDITLARINING DAROMADLILIGINI OSHIRISH YO'LLARI.....	200
<b>Ulug'bek Abraxmatov</b>	
ZAMONAVIY TELEKOMMUNIKATSIYA TARMOQLARIDA TRAFIK TURLARINING XUSUSIYATLARI VA ULARNING XIZMAT KO'RSATISH SIFATIGA TA'SIRI.....	204
<b>Abdujapparova M.B., Mirxosilov M.M.</b>	
TURIZMNI MINTAQAVIY RIVOJLANTIRISHDA KLASTERLASH MODELINING TAMOYILLARI VA TARKIBIY ELEMENTLARI .....	209
<b>Abduxamidov Sarvar Adxamovich</b>	
DIGITAL TECHNOLOGIES AND FOOD SECURITY IN DEVELOPED COUNTRIES .....	214
<b>Rakhmatova Mukhlisa Dilshod qizi</b>	



THE ROLE OF DIGITAL TECHNOLOGIES IN THE DEVELOPMENT OF THE TOURISM SECTOR OF UZBEKISTAN: AN ECONOMETRIC ANALYSIS .....	221
<b>Toshmurod Kulmanov, Sarvar Urinov</b>	
QISHLOQ XO'JALIGIDA INNOVATSION JARAYONLARNI MOLIYALASHTIRISHNING MATEMATIK MODELI .....	228
<b>Ishniyazov Baxrom Normamatovich, A'zam Qutbiddin A'zamzoda</b>	
ОБЯЗАТЕЛЬНОЕ МЕДИЦИНСКОЕ СТРАХОВАНИЕ В КЫРГЫЗСКОЙ РЕСПУБЛИКЕ: ПРОБЛЕМЫ И ПУТИ ИХ РЕШЕНИЯ .....	234
<b>Омокеев Максымбек Конколойевич</b>	
RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA MINTAQAVIY TURIZMNI RIVOJLANTIRISHNING ZAMONAVIY MEKANIZMLARI .....	239
<b>Abduxamidov Sarvar Adxamovich</b>	
МАХАЛЛИЙ БЮДЖЕТ ХАРАЖАТЛАРИ САМАРАЛИ ИЖРОСИНING MOLIYAVIY MUSTAQILLIKKA TA'SIRI .....	244
<b>Usmonov Parviz Shavkatovich</b>	
О'ZBEKISTONDA NAQD PULLARNING AYLANMASINI QISQARTIRISH IMKONIYATLARI .....	249
<b>Gadoyev So'hrob Jumakulovich</b>	
СОЦИАЛЬНЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК ИНСТРУМЕНТ ОБЕСПЕЧЕНИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ СФЕРЫ УСЛУГ .....	258
<b>Абдуллаева Зульфия Иззатовна</b>	
RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA O'ZBEKISTONDA TURIZM XIZMATLARI SAMARADORLIGINI OSHIRISH BO'YICHA IJTIMOY-IQTISODIY ISLOHOTLAR TAHLILI.....	263
<b>Xalimov Shaxboz Xalimovich</b>	
СТАТИСТИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ЧУВСТВИТЕЛЬНОСТИ ОБЪЁМА ИНВЕСТИЦИЙ К УРОВНЮ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПРОЗРАЧНОСТИ РЕГИОНАЛЬНЫХ РЫНКОВ .....	270
<b>Бекматов Акмал Курбонмахматович</b>	
MINTAQANI BARQAROR RIVOJLANTIRISHDA RAQAMLI IQTISODIYOT SALOHİYATINI OSHIRISH (XORAZM VILOYATI MISOLIDA) .....	277
<b>Samandarov Jamshidbek Davronbekovich</b>	
SANOAT KORXONALARIDA INVESTITSIYA JARAYONLARI RIVOJLANISHINING ASOSIY OMILLARI VA ISTIQBOLDAGI RIVOJLANISH TENDENSIYALARI.....	283
<b>Quvatova Gulzoda Faxriddin qizi</b>	
ANTIBAKTERIAL FAOLLIKKA EGA BO'LGAN YANGI ORGANIK ASOSLI, XONA HARORATIDA FOSFORLANUVCHI MATERIALLARNING FUNKSIONAL XOSSALARI .....	292
<b>Ro'ziyev Suxrobjon Qahramon o'g'li</b>	
SUN'IY INTELLEKT TEXNOLOGIYALARINING BANK XIZMATLARIGA INTEGRATSIYASI .....	299
<b>Abdullayeva Madinabonu Xasanboyevna</b>	
LOGISTIKA KOMPANIYALARIDA BOSHQARUV TIZIMLARINI LOYIHALASHTIRISHNING XORIJIY TAJRIBASI VA UNI RESPUBLIKA KICHIK TRANSPORT-LOGISTIKA KORXONALARIDA QO'LLASH.....	305
<b>Shadibekova Dildor Abduraxmanovna</b>	
AGROVOLTAIKA VA VENCHUR KAPITAL: O'ZBEKISTONDA QISHLOQ XO'JALIGI VA QUYOSH ENERGIYASINI BIRLASHTIRGAN INNOVATSION INVESTITSIYA MODELINI SHAKLLANTIRISH IMKONIYATLARI.....	311
<b>Qarajanova Gulnoza Tolliyevna</b>	
SUV RESURSLARIDAN FOYDALANISH TIZIMINI AVTOMATLASHTIRISHDA SOLIQLARNING ROLINI OSHIRISH MASALALARI .....	320
<b>Boymurotov Sodiq</b>	
HUDUDIY IQTISODIY RIVOJLANISHDA KICHIK BIZNESNING INSTITUTSIONAL OMILLARI .....	324
<b>Toirjonov Sardorbek Dilshodjon o'g'li</b>	
QURILISH XIZMATLARI KO'RSATISH TIZIMINING SUN'IY INTELLEKT ASOSIDA BOSHQARUV SAMARADORLIGINI OSHIRISH MUAMMOLARI.....	329
<b>Qidirniyazov Ajiniyaz Sherniyazovich</b>	



TIJORAT BANKLARIDA KROSS-SOTUVLAR TIZIMINI TAKOMILLASHTIRISH.....	334
<b>Xudayarova Xurshida Abdunazarovna</b>	
BIZNES JARAYONLARI SAMARADORLIGINI INTEGRAL INDEKS ASOSIDA BAHOLASH .....	338
<b>Shodmanov Toshtemir Ro‘ziyevich</b>	
O‘ZBEKISTONNING ENERGETIK SALOHİYATI EMPIRIK TAHLILI .....	342
<b>Nigmatullayeva Gulchexra Nurullayevna</b>	
FAVQULOTDA VAZIYATLARDa SUV TOSHQINI VA SEL HOLATLARIDA AHOLI VA HUDUDLARINI HIMOYA QILISHGA SALBIY TA‘SIR KO‘RSATUVCHI MUAMMOLI MASALALAR VA ULARNI BARTARAF QILUVCHI BULDOZER ISHCHI JIHOZI KONSTRUKSIYASI .....	354
<b>Yangiboyev G‘iyosjon, Asqarxo‘jayev To‘lqin</b>	
KAM XARAJATLI AVIATASHUVCHILAR FAOLIYATINING FAOLIYATINING SAMARQAND TURIZMI RIVOJLANISHIGA TA‘SIRI.....	359
<b>Alisher Suyunov</b>	
POLIMER VA UGLEROD NANOTOLALI MODIFIKATORLAR ASOSIDA BITUM KOMPOZITSIYALARINING REOLOGIK, MIKROTUZILMAVIY VA ADGEZION XOSSALARINI TAKOMILLASHTIRISHNING QIYOSIY TAHLILI .....	366
<b>Hasanov Bahrom Bo‘ronovich</b>	
GEN Z AVLODI BILAN ISHLASHDA HR STRATEGIYALARI.....	372
<b>Xasanov Sarvar Ulug‘bek o‘g‘li</b>	
МЕНЕДЖМЕНТ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРЕДПРИЯТИЙ .....	378
<b>Махмудов Суннатжон Абдужаббор угли</b>	
ОЦЕНКА ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПРЕИМУЩЕСТВ ВНЕДРЕНИЯ «СМАРТ-ТУРИЗМА» В УЗБЕКИСТАНЕ .....	383
<b>Юсубова Махлиё Икрамовна</b>	
HUDUDLARDA TURISTLARGA UMUMIY OVQATLANISH XIZMATLARINI RIVOJLANTIRISHNING STRATEGIK MODELINI TAKOMILLASHTIRISH: EKOTIZIMLI YONDASHUV.....	389
<b>Maxmadiyeva Charos Xayrullayevna</b>	



# HUDUDLARDA TURISTLARGA UMUMIY OVQATLANISH XIZMATLARINI RIVOJLANTIRISHNING STRATEGIK MODELINI TAKOMILLASHTIRISH: EKOTIZIMLI YONDASHUV

**Maxmadiyeva Charos Xayrullayevna**

“Ipak yo‘li” turizm va madaniy meros xalqaro universiteti,  
Turizm kafedrasida assistent o‘qituvchisi  
charosmahmadiyeva@gmail.com

**Annotatsiya.** Mazkur maqolada O‘zbekiston hududlarida gastronomik turizm va umumiy ovqatlanish xizmatlarini rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlari tadqiq etiladi. Tadqiqotning asosiy maqsadi hududiy umumiy ovqatlanish tizimini boshqarishda besh bosqichli iterativ strategik rejalashtirish modelini ilmiy asoslashdan iborat. Mazkur model an’anaviy alohida korxonada yondashuvdan farqli ravishda xizmat ekotizimi (service ecosystem) konsepsiyasiga tayanadi. Tadqiqotda 2022–2024-yillar statistikasi, UNWTO hisobotlari, SERVQUAL va DINESERV metodologiyalari hamda O‘zbekistonning 6 ta hududida olib borilgan empirik tadqiqotlar natijalaridan foydalanilgan. Asosiy natijalar shuni ko‘rsatadiki, hududiy gastronomik identitetni turistik brendga integratsiya qilish, mahalliy yetkazib berish zanjirini mustahkamlash va raqamli transformatsiyani jadallashtirish orqali xizmat sifatini oshirish hamda gastronomik turizmning iqtisodiy samaradorligini 2–3 barobarga oshirish imkoniyati mavjud.

**Kalit so‘zlar:** gastronomik turizm, hududiy strategiya, umumiy ovqatlanish ekotizimi, SERVQUAL, xizmat ko‘rsatish sifati, O‘zbekiston turizm salohiyati, besh bosqichli model.

**Abstract.** This article examines the organizational and economic mechanisms for developing gastronomic tourism and catering services in the regions of Uzbekistan. The main objective of the study is to provide a scientific basis for a five-stage iterative strategic planning model in managing regional catering systems. Unlike the traditional enterprise-centered approach, the proposed model is based on the service ecosystem concept. The research draws on statistical data for 2022–2024, UNWTO reports, SERVQUAL and DINESERV methodologies, as well as empirical studies conducted in six regions of Uzbekistan. The findings indicate that integrating regional gastronomic identity into tourism branding, strengthening local supply chains, and accelerating digital transformation can significantly improve service quality and increase the economic efficiency of gastronomic tourism by two to three times.

**Keywords:** gastronomic tourism, regional strategy, catering service ecosystem, SERVQUAL, service quality, tourism potential of Uzbekistan, five-stage model.

**Аннотация.** В данной статье исследуются организационно-экономические механизмы развития гастрономического туризма и услуг общественного питания в регионах Узбекистана. Основной целью исследования является научное обоснование пятиэтапной итерационной модели стратегического планирования в управлении региональной системой общественного питания. В отличие от традиционного подхода, ориентированного на отдельное предприятие, предложенная модель основывается на концепции сервисной экосистемы (service ecosystem). В исследовании использованы статистические данные за 2022–2024 годы, отчёты UNWTO, методологии SERVQUAL и DINESERV, а также результаты эмпирических исследований, проведённых в шести регионах Узбекистана. Результаты показывают, что интеграция региональной гастрономической идентичности в туристический бренд, укрепление локальных цепочек поставок и ускорение цифровой трансформации позволяют повысить качество услуг и увеличить экономическую эффективность гастрономического туризма в 2–3 раза.

**Ключевые слова:** гастрономический туризм, региональная стратегия, экосистема общественного питания, SERVQUAL, качество обслуживания, туристический потенциал Узбекистана, пятиэтапная модель.

## KIRISH

Gastronomik turizm jahon turizm sanoatining eng jadal rivojlanayotgan yo'nalishlaridan biri sifatida tan olinmoqda. Jahon Turizm Tashkiloti (UNWTO) ma'lumotlariga ko'ra, xalqaro turistlarning taxminan 30 foizi sayohat davomida yangi taomlarni tatib ko'rish va mahalliy oshxona madaniyatini o'rganish motivatsiyasi bilan yo'lga chiqadi [22]. Bundan tashqari, turistlarning umumiy xarajatlarining 30–40 foizi ovqatlanish va gastronomik tajribalarga sarflanadi [23]. Ushbu ko'rsatkichlar umumiy ovqatlanish xizmatlarining destinatsiya raqobatbardoshligidagi muhim o'rnini belgilab bermoqda.

O'zbekiston Respublikasida "Raqamli O'zbekiston – 2030" strategiyasi va "Yangi O'zbekiston" taraqqiyot konsepsiyasi doirasida turizm sektori izchil rivojlanish bosqichiga qadam qo'ydi [8]. 2024-yilda O'zbekistonga tashrif buyurgan turistlar soni 9,3 million kishini tashkil etdi va bu ko'rsatkich 2022-yilga nisbatan 47 foizga oshdi [24]. Shu bilan birga, umumiy ovqatlanish sektori ushbu o'sish imkoniyatlaridan yanada samarali foydalanishi mumkin. Xususan, xizmat ko'rsatish standartlarining hududlar kesimida bir xil emasligi, mahalliy yetkazib berish zanjirida muvofiqshtirishni kuchaytirish zarurati va raqamli integratsiya darajasining nisbatan pastligi rivojlantirishni talab qiluvchi asosiy yo'nalishlar sifatida namoyon bo'lmoqda [5].

Ayniqsa, hududlarda umumiy ovqatlanish xizmatlarini rivojlantirishda tizimli takomillashtirishni talab qiluvchi jihatlardan mavjud. Samarqand, Buxoro va Farg'ona kabi asosiy turizm markazlarida ham xizmat sifati va turistlarning gastronomik qoniqish darajasini xalqaro standartlarga yanada yaqinlashtirish zarurati saqlanib qolmoqda [12]. Mahalliy fermerlar va restoran korxonalarini o'rtasidagi logistik aloqalarni mustahkamlash esa mahsulot xavfsizligi, yetkazib berish barqarorligi va narx shakllanishini takomillashtirishga xizmat qiladi [14].

Mazkur masalalarni tizimli hal etish uchun xizmat ko'rsatishni alohida subyekt faoliyati sifatida emas, balki "xizmat ekotizimi" (service ecosystem) sifatida ko'rib chiqish zarurligi xalqaro ilmiy adabiyotlarda keng asoslangan [4]. Ushbu tadqiqotda aynan ekotizimli yondashuv asosida besh bosqichli iterativ strategik model taklif etiladi.

Tadqiqotning maqsadi O'zbekiston hududlarida hududiy gastronomik identitetni saqlab qolgan holda umumiy ovqatlanish xizmatlarini xalqaro standartlarga yaqinlashtirishga xizmat qiluvchi besh bosqichli strategik boshqaruv modelini ilmiy asoslash va uni viloyatlar kontekstida sinovdan o'tkazishdan iborat.

## MAVZUGA OID ADABIYOTLAR SHARHI

Gastronomik turizm nazariyasining poydevori J. Bessière [1] tadqiqotlarida asoslangan bo'lib, unda mahalliy taomlar destinatsiyaning madaniy kodi va ramziy kapitalining ajralmas qismi sifatida tavsiflangan. Uning konsepsiyasiga ko'ra, turistlar mahalliy oshxona orqali nafaqat ovqatlanish ehtiyojini qondiradi, balki hududning tarixi, an'analari va qadriyatlarini ham idrok etadi. Ushbu tamoyil keyinchalik "food identity tourism" [17] va "culinary heritage tourism" [11] yo'nalishlarining shakllanishiga asos bo'lgan.

Xizmat sifati va turistlarning qoniqish darajasi o'rtasidagi bog'liqlik ko'plab empirik tadqiqotlarda o'rganilgan [10], [11]. Marañón va hammualliflar [10] ispaniyalik turistlar misolida gastronomik xizmat sifati turistlarning takroriy tashrif buyurish niyatiga ijobiy ta'sir ko'rsatishini aniqlab, sifat va qoniqish o'rtasidagi kuchli korrelyatsiyani asoslab bergan. Nematzadeh va hammualliflar [11] esa gastronomik turizmning destinatsiya jozibadorligi sifatidagi rolga bag'ishlangan 87 ta ilmiy maqolani meta-tahlil qilib, xizmat sifati omillarini destinatsiyani tanlashdagi muhim determinantlardan biri sifatida belgilagan.

Mahalliy yetkazib berish zanjiri masalasiga bag'ishlangan tadqiqotlarda Thomas-Francois va hammualliflar [14], [15] fermer–mehmonxona hamkorlik modeli iqtisodiy va sifat jihatidan sezilarli afzalliklar berishini ko'rsatgan. Grèzes-Bürcher va Grèzes [16] tog' destinatsiyalari misolida barqaror aylanma kulinariya tizimining ishlash mexanizmlarini tahlil qilib, mahalliy resurslardan samarali foydalanish zarurligini asoslab bergan.

O'zbekiston kontekstida Sotvoldiyeva [7] milliy oshxonaning o'ziga xos xususiyatlarini, xususan, palov, kabob, tandir non va boshqa non turlarining gastronomik brendingdagi ahamiyatini o'rganib, hududiy farqlanishning muhimligini ta'kidlagan. Makhmadieva va hammualliflar [12] Samarqand viloyatidagi tadqiqotlarida makoniy masofa va transport infratuzilmasining turistlarning ovqatlanish joyini tanlashiga ta'sirini miqdoriy jihatdan asoslab bergan. Almansouri va hammualliflar [6] esa xalqaro turistlar uchun oziq-ovqat xavfsizligi va halol standartlarining ahamiyatini alohida qayd etgan.

Raqamli transformatsiya yo'nalishida Kim va hammualliflar [20] gastronomik videokontent va hikoya qilish (storytelling) yondashuvining turistlarni jalb etishdagi samaradorligini o'rgangan. Rattanamanee va hammualliflar [19] madaniyatlararo xizmat ko'rsatish ko'nikmalari va diplomatik muloqotning gastronomik turizmdagi rolini "culinary soft power" konsepsiyasi orqali tahlil qilgan.

Mavjud adabiyotlar tahlili shuni ko'rsatadiki, O'zbekiston sharoitida umumiy ovqatlanish xizmatlarini ekotizim sifatida kompleks boshqarishga qaratilgan ilmiy tadqiqotlar hali yetarli darajada rivojlanmagan. Ushbu tadqiqot aynan mazkur ilmiy bo'shliqni to'ldirish maqsadida amalga oshirilgan.



## TADQIQOT METODOLOGIYASI

Tadqiqot 2022–2024-yillar davomida quyidagi metodlar kombinatsiyasi asosida amalga oshirildi:

a) Miqdoriy metodlar. O'zbekiston Respublikasi Statistika qo'mitasining rasmiy ma'lumotlari [24] hamda UNWTOning yillik hisobotlari [22], [23] asosida umumiy ovqatlanish sohasining iqtisodiy ko'rsatkichlari tahlil qilindi. Shuningdek, Toshkent, Samarqand, Buxoro, Farg'ona, Xorazm va Qashqadaryo hududlarida jami 847 nafar turist o'rtasida SERVQUAL anketa so'rovi o'tkazildi. Xizmat sifatining beshta asosiy o'lchami — ishonchlik, tezkor javob berish, ishonch, hamdardlik va moddiy muhit ko'rsatkichlari 5 ballik Likert shkalasi asosida baholandi.

b) Sifat metodlari. Samarqand va Buxoro viloyatlaridagi 24 ta umumiy ovqatlanish korxonasida chuqurlashtirilgan intervyular va kuzatuvlar amalga oshirildi. Shuningdek, restoran egalari, mahalliy fermerlar, mehmonxona menejerlari hamda turizm sohasi vakillari ishtirokida 6 ta fokus-guruh (focus group) sessiyasi tashkil etildi. Gastronomik brendlarning mazmuni va vizual elementlarini tahlil qilish maqsadida semiotik tahlil usulidan foydalanildi.

c) Ekspert baholash. O'zbekistonning turizm sohasi mutaxassislari, oshpazlik yo'nalishi vakillari va xalqaro turizm konsaltingi ekspertlari ishtirokida 12 ta ekspert intervyusi o'tkazildi. Delphi metodi yordamida taklif etilgan besh bosqichli modelning mantiqiyliqi, to'liqligi va amaliy qo'llash imkoniyatlari baholandi.

Tadqiqot dizayni gastronomik turizm bo'yicha xalqaro ilmiy tadqiqotlar metodologiyasi talablariga [10], [11] muvofiq ishlab chiqildi. Ma'lumotlarni qayta ishlash va tahlil qilish jarayonida SPSS Statistics 27 hamda Atlas.ti 23 dasturlaridan foydalanildi. Tadqiqotning etik talablari to'liq ta'minlanib, barcha respondentlardan tadqiqotda ishtirok etish bo'yicha yozma rozilik olindi (1-jadval).

### 1-jadval

#### O'zbekistonda gastronomik turizm ko'rsatkichlari dinamikasi (2022–2024) [2], [3], [24]

Ko'rsatkich	O'zbekiston (2022)	O'zbekiston (2024)	O'zgarish (%)	Xalqaro o'rtacha (2024)
Gastronomik turistlar ulushi (%)	18.4	24.7	+34.2	31.5
Ovqatlanishga sarflangan o'rtacha xarajat (USD/kecha)	12.8	18.6	+45.3	42.0
5 yulduzli restoran sertifikatlari (dona)	47	89	+89.4	—
Halol sertifikatlangan muassasalar (%)	38.2	61.5	+61.0	54.3
Raqamli rezervatsiya ulushi (%)	9.4	31.7	+237.2	67.8

1-jadval ma'lumotlari shuni ko'rsatadiki, O'zbekistonda gastronomik turistlar ulushi 2022-yildagi 18,4 foizdan 2024-yilda 24,7 foizga yetgan, ya'ni 34,2 foizga o'sgan. Ushbu natija mamlakatda gastronomik turizmga bo'lgan qiziqish izchil ortib borayotganini ko'rsatadi. Shu bilan birga, xalqaro o'rtacha ko'rsatkich 31,5 foizni tashkil etishini inobatga olsak, mazkur yo'nalishda qo'shimcha rivojlanish imkoniyatlari mavjudligi kuzatiladi.

Raqamli rezervatsiyalar ulushining 9,4 foizdan 31,7 foizgacha oshgani esa sohada raqamli texnologiyalardan foydalanish ko'lamini kengayib borayotganini hamda xizmat ko'rsatish jarayonlarining modernizatsiyalashayotganini tasdiqlaydi. Mazkur o'zgarishlar gastronomik turizm infratuzilmasining takomillashuvi va mijozlar uchun qulayliklarning ortib borayotganidan dalolat beradi [8].

## TAHLIL VA NATIJALAR

A. Besh bosqichli strategik model. Tadqiqot natijasida hududiy gastronomik turizmni rivojlantirishga qaratilgan iterativ besh bosqichli model shakllantirildi. Modelning asosiy xususiyati shundaki, u statik reja emas, balki teskari aloqa (feedback) mexanizmi orqali doimiy ravishda yangilanib boruvchi dinamik tizimdir. 2-jadvalda modelning tuzilmasi aks ettirilgan (2-jadval).

## 2-jadval

## Hududiy gastronomik turizmni rivojlantirishning besh bosqichli iterativ modeli

1	<b>HUDUDIY TASHXIS</b>	<i>Infratuzilma, statistika, SWOT</i>
2	<b>RESURS XARITASHUNOSLIGI</b>	<i>Gastronomik profil, an'analar</i>
3	<b>IDENTITET POZITSİYALASH</b>	<i>Brending, storytelling</i>
4	<b>AMALGA OSHIRISH</b>	<i>Standartlash, raqamlashtirish</i>
5	<b>MONITORING VA BAHOLASH</b>	<i>KPI, NPS, audit</i>
◀ TESKARI ALOQA		

Birinchi bosqich — Hududiy tashxis. Ushbu bosqichda hududdagi mavjud infratuzilma holati, umumiy ovqatlanish korxonalarini soni va xizmat ko'rsatish sifati, turistlar oqimi, sanitariya holati hamda iqtisodiy ko'rsatkichlar kompleks tarzda o'rganiladi. SERVQUAL metodologiyasi asosida xizmat sifatining beshta o'lchami bo'yicha joriy holatni aniqlash mazkur bosqichning asosiy vazifasi hisoblanadi [10]. Samarqand viloyati misolida o'tkazilgan tahlil natijalari xizmat ko'rsatishning "ishonchlilik" (reliability) va "tezkor javob berish" (responsiveness) ko'rsatkichlarini yanada takomillashtirish imkoniyatlari mavjudligini ko'rsatdi. Jumladan, turistlarning 43 foizi xizmat ko'rsatish tezligidan to'liq qoniqqanligini bildirgan [12].

Ikkinchi bosqich — Resurslar va salohiyatni xaritalash. Mazkur bosqich hududning moddiy (restoranlar, bozorlar, logistika infratuzilmasi) va nomoddiy (taom tayyorlash an'analari, dasturxon madaniyati, mahalliy retseptlar) gastronomik resurslarini aniqlash hamda "gastronomik xaritalash" (gastronomy mapping) usuli asosida hududiy oziq-ovqat profilini shakllantirishga qaratilgan [1], [7]. Tadqiqot davomida Samarqand noni, Buxoro oshi, Farg'ona kabobi, Xorazm tuxum baragi va Qashqadaryo dumlamasi kabi autentik taomlar hududiy gastronomik brendlarning asosiy tarkibiy qismi ekanligi aniqlandi.

Uchinchi bosqich — Identitetni pozitsiyalash. Hududning gastronomik identitetini turistik bozorda samarali joylashtirish maqsadida storytelling yondashuvi, destination image tahlili hamda "culinary soft power" strategiyasidan foydalaniladi [19], [20]. Ushbu bosqichda yagona standart menyudan ko'ra, har bir hududning o'ziga xos gastronomik xususiyatlarini namoyon etuvchi brendlarni rivojlantirish muhimligi asoslanadi [7]. Tadqiqot natijalari hududiy gastronomik farqlanish turistlarning tajribaviy qoniqishini oshirish va brendning bozordagi jozibadorligini kuchaytirishga xizmat qilishini ko'rsatdi [17].

To'rtinchi bosqich — Amalga oshirish. Mazkur bosqichda xizmat ko'rsatish standartlari (sanitariya talablari, halol sertifikatlash tizimi [6], [9]), FOH/BOH integratsiyasi, fermer–restoran–mehmonxona hamkorlik modeli [14], [15] hamda raqamli transformatsiya elementlari (onlayn rezervatsiya, CRM tizimlari va sharhlar analitikasi) amaliyotga joriy etiladi [8]. Estrada va hammualliflar [21] tadqiqotlariga ko'ra, mahalliy fermerlarga asoslangan ta'minot zanjiri restoranlar faoliyatining samaradorligini oshirish, xarajatlarni optimallashtirish va mahsulot sifatini yaxshilash imkonini beradi.

Beshinchi bosqich — Monitoring va baholash. Strategiyaning natijadorligi KPI tizimi, Net Promoter Score (NPS), DINESERV auditori hamda onlayn sharhlar tahlili orqali muntazam baholab boriladi [4], [5]. Monitoring natijalari teskari aloqa mexanizmi asosida dastlabki bosqichlarga qayta uzatiladi va shu tariqa modelning uzluksiz takomillashuvi ta'minlanadi. Mazkur yondashuv strategik boshqaruv jarayonining moslashuvchanligini oshirishi bilan an'anaviy bir martalik rejalashtirish modellaridan farqlanadi [4] (3-jadval).

## 3-jadval

## Besh bosqichli strategik modelning tarkibiy tavsifi

Bosqich	Nom	Asosiy faoliyat	Vositalar va usullar	Kutilayotgan natijalar
1	Hududiy tashxis	Infratuzilma holati, turistlar oqimi, sanitariya monitoringi, SWOT tahlili	SERVQUAL, GIS xaritasi, DINESERV anketa	Muammo va imkoniyatlar xaritasi
2	Resurs xaritalashunosligi	Moddiy va nomoddiy gastronomik resurslar, mahalliy retseptlar, an'analar	Gastronomik xaritalash, etnokulinariya tadqiqoti	Hududiy gastronomik profil
3	Identitet pozitsiyalash	Brending, storytelling, destination image, hududiy differentsiatsiya	Raqobat tahlili, semiotik metod, focus-group	Gastronomik brend strategiyasi



Bosqich	Nom	Asosiy faoliyat	Vositalar va usullar	Kutilayotgan natijalar
4	Amalgala oshirish	Standartlash, halal sertifikatlash, xodim tayyorlash, raqamlashtirish	FOH/BOH integratsiya, fermer-restoran modeli, CRM	Servis sifat ko'rsatkichlari o'sishi
5	Monitoring va baholash KPI tahlili, tourist satisfaction indeksi, takroriy tashrif baholash		DINESERV auditori, onlayn sharh analitikasi, Net Promoter Score	Barqaror rivojlanish ta'minlash

B. Viloyatlar bo'yicha empirik tahlil. Tadqiqot davomida O'zbekistonning 6 ta asosiy turistik hududida gastronomik xizmatlarning holati tahlil qilindi. 4-jadvalda mazkur hududlar bo'yicha asosiy ko'rsatkichlar aks ettirilgan (4-jadval).

#### 4-jadval

#### O'zbekiston viloyatlari bo'yicha gastronomik turizm ko'rsatkichlari (2024) [2], [12], [13], [24]

Viloyat	Asosiy taom brendi	Restoran soni (2024)	Gastronomik turist ulushi (%)	Xizmat sifati bahosi (5 ballidan)
Samarqand	Samarqand non, plov	342	38.4	4.1
Buxoro	Buxoro oshi, qovurdoq	218	31.7	3.9
Farg'ona	Farg'ona kabob, moshxo'rda	287	22.3	3.7
Xorazm	Xorazm oshi, tuxum baragi	196	19.6	3.6
Qashqadaryo	Qozonkabob, dumlama	174	16.8	3.5
Toshkent (shahar)	Taomlar xilma-xilligi	1,247	26.9	4.2

4-jadval ma'lumotlari bir qator muhim tendensiyalarni namoyon etadi. Birinchidan, Samarqand va Toshkent hududlari gastronomik turistlar ulushi hamda xizmat sifati ko'rsatkichlari bo'yicha eng yuqori natijalarga ega. Bu holat mazkur hududlarda turizm infratuzilmasining rivojlanganligi va gastronomik xizmatlarning nisbatan yuqori darajada shakllanganligi bilan izohlanadi.

Ikkinchidan, Xorazm va Qashqadaryo viloyatlarida restoranlar soni nisbatan kamroq bo'lib, xizmat sifati ko'rsatkichlari ham boshqa hududlarga nisbatan pastroq (3,5–3,6 ball) darajada qayd etilgan. Ushbu holat gastronomik turizm infratuzilmasini yanada rivojlantirish va xizmatlar sifatini oshirish bo'yicha qo'shimcha imkoniyatlar mavjudligini ko'rsatadi.

Uchinchidan, har bir viloyatning o'ziga xos gastronomik brendi va milliy taomlari mavjud bo'lishiga qaramay, ularning turistik destinatsiya brendlari bilan integratsiyalashuv darajasi hali to'liq shakllanmagan. Bu esa hududiy gastronomik identitetni yanada faol targ'ib qilish va marketing strategiyalarini takomillashtirish zaruratini ko'rsatadi.

Bobur va hammualliflar [13] hamda Makhmadieva va hammualliflar [12] tadqiqotlari natijalariga ko'ra, yirik turistik markazlardan uzoqroq joylashgan hududlarda ovqatlanish xizmatlariga bo'lgan talab ortib borayotgan bo'lsa-da, xizmatlar taklifi ushbu talabga to'liq mos ravishda rivojlanmagan. Mazkur holat "xizmat bo'shlig'i" modeli orqali izohlanadi. Tadqiqot doirasida ushbu omillar birinchi bosqichda aniqlanib, to'rtinchi bosqichda maqsadli investitsiyalar, logistika infratuzilmasini rivojlantirish va xizmatlar ko'lamini kengaytirish orqali takomillashtirish imkoniyatlari asoslab berildi.

C. Ekotizimli modelning taqqoslama tahlili. Taklif etilgan ekotizimli yondashuv an'anaviy alohida korxonalar boshqaruvi modelidan bir qator muhim jihatlari bilan farqlanadi. Mazkur yondashuv xizmat ko'rsatish jarayonini alohida korxonalar faoliyati sifatida emas, balki o'zaro bog'liq subyektlar tizimi sifatida ko'rib chiqadi. 5-jadvalda ushbu ikki yondashuv o'rtasidagi asosiy farqlar tizimli ravishda keltirilgan (5-jadval).

5-jadval  
 Ekotizimli model vs. an'anaviy yondashuv: qiyosiy tahlil

Mezon	An'anaviy yondashuv	Ekotizimli yondashuv (taklif etilgan)
<b>Strategik maqsad</b>	Korxonada daromadini oshirish	Hududiy gastronomik ekotizimni rivojlantirish
<b>Boshqaruv darajasi</b>	Alohida korxonada darajasi	Ko'p darajali (mikro-mezo-makro)
<b>Mahsulot manba</b>	Import va global ta'minotchilar	Mahalliy fermerlar, bozorlar va hunarmandlar
<b>Brending</b>	Korporativ nom, standart menyu	Hududiy identitet, autentik taomlar
<b>Sifat nazorati</b>	Ichki tekshiruv	SERVQUAL, DINESERV, halol sertifikatlash
<b>Raqamli integratsiya</b>	Minimal (kassa tizimlari)	CRM, onlayn rezervatsiya, sharh analitikasi
<b>Monitoring</b>	Yillik moliyaviy hisobot	Real-time KPI dashboard, NPS, qoniqish indeksi
<b>Barqarorlik</b>	Daromad barqarorligi	Iqtisodiy, ijtimoiy va ekologik barqarorlik

Ekotizimli model aktorlarning o'zaro manfaatdorlik asosida faoliyat yuritish tamoyiliga tayanadi [4]. Monferrer va hammualliflar [4] ta'kidlaganidek, xizmat ekotizimida qiymat (value) alohida korxonada tomonidan emas, balki barcha ishtirokchilarning birgalikdagi faoliyati orqali yaratiladi. O'zbekiston sharoitida bu mahalliy fermerlar, restoran egalari, mehmonxona menejerlari, DMO vakillari va raqamli platformalar o'rtasida samarali koordinatsiya mexanizmini shakllantirish zarurligini anglatadi (6-jadval).

 6-jadval  
 Hududiy gastronomik ekotizim: aktorlar va aloqa tizimi

<b>MARKAZIY ELEMENT: Gastronomik Ekotizim</b>
<b>Mahalliy fermerlar va qishloq xo'jaligi</b>
<b>Restoran va umumiy ovqatlanish korxonalari</b>
<b>Mehmonxonalar va turizm ob'ektlari</b>
<b>Turizm boshqaruvi organlari (DMO)</b>
<b>Raqamli platformalar va agregatorlar</b>
<b>Turistlar va mahalliy iste'molchilar</b>
← Ko'p tomonlama aloqalar, qadriyat almashinuvi va barqaror hamkorlik →

6-jadval ma'lumotlari ko'rsatishicha, gastronomik ekotizim oltita asosiy aktor guruhini o'z ichiga oladi. Ularning har biri ekotizimga muayyan qiymat qo'shadi va shu bilan birga boshqa ishtirokchilardan ma'lum qiymat oladi. Mahalliy fermerlar uchun bu restoran va mehmonxonalarga sifatli mahalliy mahsulotlar yetkazib berish orqali barqaror bozor imkoniyatlarini yaratadi. Raqamli platformalar uchun esa gastronomik turizm xizmatlarini rivojlantirish va yangi biznes imkoniyatlaridan foydalanish sharoitini ta'minlaydi. Turistlar uchun esa autentik, xavfsiz va sifatli gastronomik tajriba yaratishga xizmat qiladi.

Tadqiqot natijalari bir qator muhim ilmiy va amaliy xulosalarni shakllantirish imkonini berdi.

Birinchiidan, gastronomik identitetni saqlash va rivojlantirish hududiy raqobatbardoshlikning muhim omillaridan biri ekanligi tasdiqlandi. 3-jadval ma'lumotlari shuni ko'rsatadiki, o'ziga xos gastronomik brendga ega va uni samarali pozitsiyalashtirgan Samarqand viloyatida xizmat sifati hamda gastronomik turistlar ulushi nisbatan yuqori ko'rsatkichlarni namoyon etgan. Ushbu natijalar Bessièr [1] va Sotvoldiyeva [7] tadqiqotlari xulosalari bilan uyg'unlashadi. Shu sababli besh bosqichli modelning "identitetni pozitsiyalash" bosqichi strategik jihatdan muhim ahamiyat kasb etadi.

Ikkinchiidan, raqamli transformatsiya gastronomik turizm rivojiga sezilarli ijobiy ta'sir ko'rsatayotgani aniqlandi. 1-jadval ma'lumotlariga ko'ra, raqamli rezervatsiyalar ulushi 237 foizga oshgan. Aslanova [8] hamda Kim va hammualliflar [20] tadqiqotlari raqamli kontent va onlayn reytinglarning turistlar qaror qabul qilish jarayoniga sezilarli ta'sir ko'rsatishini tasdiqlaydi. Shu bilan birga, hududlar kesimida raqamli qamrov darajasida farqlar mavjud bo'lib, bu holat monitoring va baholash bosqichida alohida e'tibor qaratishni talab qiladi.

Uchinchiidan, mahalliy yetkazib berish zanjirlarini rivojlantirish iqtisodiy va sifat jihatidan muhim ahamiyatga ega. Thomas-Francois va hammualliflar [14], [15] tomonidan ilgari surilgan xulosalar O'zbekiston sharoitida ham o'z tasdig'ini topdi. Xususan, fermer–restoran hamkorlik dasturida ishtirok etgan korxonalarda oziq-ovqat



xarajatlari 20–26 foizga qisqargan, mahsulotlarning yangilik va sifat ko'rsatkichlari esa yaxshilangan. Grèzes-Bürcher va Grèzes [16] tomonidan ishlab chiqilgan “aylanma kulinariya tizimi” modeli Farg'ona vodiysi kabi qishloq xo'jaligi rivojlangan hududlarda amaliy qo'llash uchun istiqbolli yondashuv sifatida baholandi.

To'rtinchidan, halol sertifikatlash va oziq-ovqat xavfsizligi masalalari O'zbekiston sharoitida alohida ahamiyatga ega ekanligi aniqlandi. Sharifova [9] va Almansouri hamda hammualliflar [6] tadqiqotlariga ko'ra, xalqaro turistlar, ayniqsa musulmon mamlakatlardan tashrif buyuruvchilar uchun halol standartlarining mavjudligi destinatsiyani tanlashda muhim omillardan biri hisoblanadi. 2024-yilda sertifikatlangan muassasalar ulushining 61,5 foizga yetgani ijobiy natija hisoblanadi. Shu bilan birga, sertifikatlash tizimining samaradorligini yanada oshirish va monitoring mexanizmlarini takomillashtirish imkoniyatlari mavjud.

Beshinchidan, ekotizimli yondashuvning an'anaviy modeldan asosiy ustunligi tizimli fikrlash (systems thinking) tamoyiliga asoslanishidir. Monferrer va hammualliflar [4] hamda Estrada va hammualliflar [21] tadqiqotlarida qayd etilganidek, xizmat ekotizimida qiymat yaratish barcha aktorlar o'rtasidagi samarali hamkorlik natijasida yuzaga keladi. Taklif etilgan besh bosqichli modelning iterativ xususiyati esa o'zgaruvchan bozor sharoitlariga moslashish va strategiyani muntazam takomillashtirib borish imkonini beradi.

Tadqiqotning ayrim cheklovlari ham mavjud. Xususan, tahlil asosan 6 ta viloyat ma'lumotlari bilan cheklangan bo'lib, Jizzax, Navoiy va Sirdaryo viloyatlari qamrab olinmagan. Shuningdek, kuzatuv davri 2022–2024-yillar bilan chegaralangan. Kelgusidagi tadqiqotlarda hududlar qamrovini kengaytirish, uzoq muddatli dinamikani o'rganish hamda modelning uzoq muddatli samaradorligini baholash maqsadga muvofiq hisoblanadi.

## XULOSA VA TAKLIFLAR

Mazkur tadqiqotda O'zbekiston hududlarida turistlarga ko'rsatiladigan umumiy ovqatlanish xizmatlarini rivojlantirishning ekotizimga asoslangan besh bosqichli strategik modeli ishlab chiqildi va ilmiy jihatdan asoslandi. Tadqiqot natijalari asosida quyidagi asosiy xulosalar shakllantirildi.

Birinchi, hududiy gastronomik identitetni (Samarqand noni, Buxoro oshi, Xorazm tuxum baragi va boshqa milliy taomlar) turistik destinatsiya brendiga tizimli integratsiya qilish turistlarning hududda bo'lish davomiyligi va gastronomik xizmatlarga bo'lgan qiziqishini oshirishning muhim omillaridan biri ekanligi aniqlandi [1], [17]. Ushbu jarayon nafaqat marketing faoliyatini, balki milliy oshpazlik an'analari va gastronomik merosni asrab-avaylash hamda targ'ib qilish choralari ham qamrab olishi lozim.

Ikkinchi, inson kapitalini rivojlantirishga, xususan xizmat ko'rsatish ko'nikmalari, madaniyatlararo muloqot va mehmondo'stlik madaniyatini takomillashtirishga qaratilgan chora-tadbirlar [19], shuningdek, raqamli transformatsiya jarayonlarini jadallashtirish [8], [20] xizmatlar sifatini oshirishning muhim omillari sifatida belgilandi. SERVQUAL tahlili natijalariga ko'ra, “ishonchlilik” va “tezkor javob berish” ko'rsatkichlari qo'shimcha takomillashtirishni talab qiluvchi yo'nalishlar sifatida aniqlandi. Shu sababli xodimlarni tayyorlash va malakasini oshirish dasturlarini kengaytirish maqsadga muvofiqdir.

Uchinchi, yetkazib berish zanjirlarini rivojlantirish va mahalliy fermerlar hamda umumiy ovqatlanish korxonalarini o'rtasidagi hamkorlikni mustahkamlash iqtisodiy samaradorlikni oshirish, mahsulot sifati va xavfsizligini ta'minlash hamda barqaror rivojlanish tamoyillarini qo'llab-quvvatlashga xizmat qilishi aniqlandi [14], [15], [16].

To'rtinchidan, taklif etilgan besh bosqichli iterativ model an'anaviy bir martalik strategik rejalashtirish yondashuvlaridan farqli ravishda doimiy monitoring va teskari aloqa (feedback) mexanizmi asosida takomillashib boradi. Mazkur xususiyat modelning amaliy moslashuvchanligini oshiradi hamda uning uzoq muddatli samaradorligini ta'minlashga xizmat qiladi.

Tadqiqot natijalari asosida quyidagi takliflar ishlab chiqildi:

- hududiy gastronomik brendlarni rivojlantirish va ularni turistik mahsulot tarkibiga keng integratsiya qilish;
- umumiy ovqatlanish korxonalarida xizmat sifati standartlarini takomillashtirish va xodimlar malakasini muntazam oshirib borish;
- mahalliy ishlab chiqaruvchilar va xizmat ko'rsatuvchi subyektlar o'rtasidagi hamkorlik mexanizmlarini rivojlantirish;
- gastronomik turizm sohasida raqamli texnologiyalar va onlayn xizmatlardan foydalanish ko'lamini kengaytirish;
- xizmatlar sifatini baholash va monitoring qilishning zamonaviy mexanizmlarini amaliyotga joriy etish.

Taklif etilgan modelning amaliyotga bosqichma-bosqich tatbiq etilishi umumiy ovqatlanish xizmatlarining samaradorligini oshirish, hududiy turizm salohiyatidan yanada to'liq foydalanish va O'zbekistonning gastronomik turizm yo'nalishidagi jozibadorligini mustahkamlashga xizmat qilishi mumkin.

**FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI**

1. Bessièrè J. Local Development and Heritage: Traditional Food and Cuisine as Tourist Attractions in Rural Areas // *Sociologia Ruralis*. – 1998. – Vol. 38, No. 1. – Pp. 21–34.
2. Amiriddinova M. Gastronomik turizm: O'zbekiston hududlarida strategik rivojlanish imkoniyatlari // *O'zbekiston iqtisodiyoti va turizm jurnali*. – 2025. – Vol. 4, No. 2. – B. 45–61.
3. Salieva E. Statistika tadqiqotlar asosida gastronomik turizmning mamlakatimiz iqtisodiyotiga ta'siri // *Iqtisodiyot va moliya*. – 2024. – Vol. 3, No. 5. – B. 112–130.
4. Monferrer D., Estrada M., Moliner A., Shams J. Co-creating customer experiences through service ecosystems: A tourism perspective // *Tourism Management Perspectives*. – 2024. – Vol. 49. – Art. 101192.
5. Pysareva I., Kovalchuk T., Lyubymova N. Organizational and economic support for the development of catering in tourism destinations // *Problems of Economics*. – 2022. – Vol. 2. – Pp. 210–225.
6. Almansouri M., Jang A., Mack C. Safety and authenticity risks in food tourism: A tourist perspective // *International Journal of Hospitality Management*. – 2023. – Vol. 110. – Art. 103434.
7. Sotvoldiyeva S. Characteristics of Uzbek national cuisine and its integration into gastro-tourism branding // *Central Asian Journal of Tourism and Hospitality*. – 2026. – Vol. 2, No. 1. – Pp. 33–50.
8. Aslanova D. F. Strategic development of the tourism sector under the Digital Uzbekistan 2030 program // *Innovations in Tourism Management*. – 2026. – Vol. 5, No. 1. – Pp. 78–95.
9. Sharifova S. Halal restaurants and measures to improve catering services in Uzbekistan // *Journal of Halal Science and Industry*. – 2021. – Vol. 3, No. 2. – Pp. 14–29.
10. Marañá E. C., Losada-Agudelo R., García-Hernández M. Influence of food tourism on satisfaction and revisit intentions: Evidence from Spain // *Journal of Sustainable Tourism*. – 2024. – Vol. 32, No. 4. – Pp. 680–699.
11. Nematzadeh M., Rezapouraghdam H., Barandagh R. Culinary Tourism as a Destination Attraction: A Systematic Literature Review // *Journal of Gastronomy and Tourism*. – 2024. – Vol. 9, No. 1. – Pp. 1–22.
12. Makhmadieva C., Botirov O., Yusupova N. The Impact of Distance on Willingness to Eat Out: Evidence from Samarkand Region // *Journal of Central Asian Tourism Studies*. – 2025. – Vol. 3, No. 1. – Pp. 45–62.
13. Sobirov B., Hamidov A., Toshmatov M. The Impact of Distance on Willingness to Eat Out in Heritage Tourism Destinations // *International Journal of Hospitality and Tourism Administration*. – 2025. – Vol. 26, No. 2. – Pp. 110–128.
14. Thomas-Francois K., Von Massow M., Tchibo N. Strengthening Farmers–Hotel Supply Chain Relationships for Local Food Procurement // *Journal of Agribusiness in Developing and Emerging Economies*. – 2016. – Vol. 6, No. 2. – Pp. 148–169.
15. Thomas-Francois K., Von Massow M., Joppe M. Improving Linkages Through a Service-Oriented Farmers–Hotel Supply Chain Framework // *Tourism Planning & Development*. – 2017. – Vol. 14, No. 2. – Pp. 268–289.
16. Grèzes-Bürcher S., Grèzes V. Designing a Sustainable, Circular Culinary System for Mountain Destinations: Conceptual Framework and Practical Implications // *Sustainability*. – 2023. – Vol. 15, No. 14. – Art. 11012.
17. Lyu J., Zhong R., Zhang C. Co-Creating Rural Tourism's Competitive Edge via Food Experiences // *Journal of Rural Studies*. – 2025. – Vol. 112. – Art. 103485.
18. Tajibayeva O., Karimova I. Overall Development of Ecotourism and Food Tourism in Uzbekistan: Prospects and Challenges // *Uzbek Journal of Economics and Tourism*. – 2025. – Vol. 5, No. 1. – Pp. 23–38.
19. Rattanamanee K., Phetvaroon W., Thongma S. Culinary Soft Power Strategies: Cross-Cultural Service Excellence in Tourism Contexts // *Journal of Heritage Tourism*. – 2025. – Vol. 20, No. 2. – Pp. 201–218.
20. Kim S., Kim J., Kim K. How Are Food Value Video Clips Effective in Promoting Food Tourism? A Storytelling Approach // *Journal of Travel & Tourism Marketing*. – 2017. – Vol. 34, No. 8. – Pp. 1046–1058.
21. Estrada M., Monferrer D., Segarra-Moliner O. Sustainability and Local Food as Drivers of Value Co-Creation in Tourism Service Ecosystems // *Tourism Management*. – 2023. – Vol. 95. – Art. 104670.
22. World Tourism Organization (UNWTO). *Global Report on Food Tourism*. – Madrid, Spain: UNWTO, 2012.
23. World Tourism Organization (UNWTO). *Second Global Report on Gastronomy Tourism*. – Madrid, Spain: UNWTO, 2017.
24. O'zbekiston Respublikasi Statistika qo'mitasi. *2024-yil turizm statistikasi to'plami*. – Toshkent: O'zStatQo'm, 2024.

# **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:** Abdurahmon Qurbonov

---

## **2026. № 6**

---

© 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](https://t.me/yait_2100)