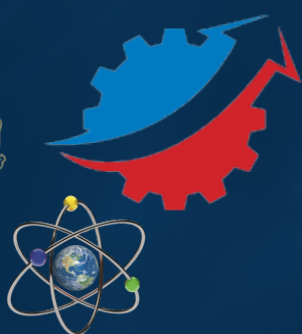


# MUHANDISLIK

## & IQTISODIYOT

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

**2026-YIL**  
**IYUN/6-SON, III-QISM**



Milliy nashrlar

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

05.00.00 – Texnika fanlari

08.00.00 – Iqtisodiyot fanlar



Google  
Scholar

ISSN INTERNATIONAL  
STANDARD  
SERIAL  
NUMBER  
INTERNATIONAL CENTRE

OpenAIRE



**ISSN: 3060-463X**



# **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'afrovich**, 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

RIVOJLANAYOTGAN MAMLAKATLARDA ESG TAMOYILLARINI JORIY ETISHNING INSTITUTSIONAL TO'SIQLARI VA IQTISODIY OQIBATLARI .....	10
<b>I. R. Berdikulova</b>	
KIMYO SANOATINING IQTISODIYOTDA TUTGAN O'RNI VA TARMOQ KORXONALARIDA BOSHQARUV HISOBI .....	14
<b>Onorboev Sh.M.</b>	
A WEEKLY LOGISTICS-CONTROLLING SYSTEM FOR EXPORT SUPPLY CHAINS: CORRIDOR-LEVEL EVIDENCE FROM A TEXTILE EXPORTER.....	26
<b>Mukhammadiyahaminova Shakhzoda Sherzodovna</b>	
FOTOVOLTAIK-TROMBE DEVORI ASOSIDA HAVONI ISITISH, TOZALASH VA ELEKTR ENERGIYASI ISHLAB CHIQRISH JARAYONLARINI INTEGRATSIYALASHNING ILMIY-METODIK TAHLILI.....	36
<b>Rahimova Volida Karim qizi</b>	
XAVFSIZ HAYOT TARZINI SHAKLLANTIRISHDA TA'LIM VA TARBIYANING O'RNI: NAZARIY ASOSLAR VA AMALIY MODEL.....	42
<b>Nigmatjonov Sardor Abdumannovich</b>	
РАЗВИТИЕ МЕТОДОЛОГИИ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ СТРАТЕГИЙ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ: КОНЦЕПТУАЛЬНЫЙ ПОДХОД.....	49
<b>Дониёрова Зухрабону Алишер кизи</b>	
KAMBAG'AL OILALARNI TADBIRKORLIKKA JALB QILISHDA DAVLAT TOMONIDAN MOLIVAVIY QO'LLAB-QUVVATLASH VA BOSHQARISH (MENEJMENT) TIZIMINI TAKOMILLASHTIRISH YO'LLARI...53	
<b>Bazarbaeva Asiya Shalkarbaevna</b>	
MOLIVAVIY INKLYUZIVLIK KONSEPSIYASI: BANK XIZMATLARINING KAMBAG'ALLIK DARAJASIGA TA'SIRINING NAZARIY ASOSLARI VA O'ZBEKISTON AMALIYOTI.....	58
<b>Niyozov Zuxur, Abdujalilov Shexroz, Zubaydulloyeva Damira</b>	
KORXONALARNI QAYTA TASHKIL ETISH JARAYONIDA ASOSIY VOSITALAR HISOBI VA BAHOLASHNI TAKOMILLASHTIRISH.....	61
<b>Davletov Ikrom Raximberganovich</b>	
ИОРДАНИЯ КАК ТУРИСТИЧЕСКИЙ ЦЕНТР БЛИЖНЕГО ВОСТОКА.....	67
<b>Салихова Алина Муратовна</b>	
QUYOSH ENERGIYASINI KONVERSIYALOVCHI OPTOELEKTRON GELIOTRANSFORMATORLARNING FIZIK-TEXNIK ASOSLARI .....	73
<b>Axunov Qambarali, Xomidov Abdullajon, Mashrapova Irodaxon</b>	
XXI ASRDA O'ZBEKISTONDA ELEKTR ENERGIYASINI TEJASHDAGI YANGI TEXNOLOGIYALAR.....	78
<b>Xamrakulova Xilola, Yusupova Sevaraxon</b>	
HUDUDIY IXTISOSLASHUVNING SHAKLLANISH OMILLARI VA MINTAQAVIY RIVOJLANISHDAGI AHAMIYATI .....	83
<b>Sodiqova Nigora</b>	
BANKLAR TRANSFORMATSIYASI JARAYONIDA AKTIVLAR SAMARADORLIGI TAHLILI.....	89
<b>Muminov Bekzod Polvonovich</b>	
ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ КАК КЛЮЧЕВОЙ ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ УЗБЕКИСТАНА .....	95
<b>Садыков Авазбек Мадаминович, Цхай Лана Александровна</b>	
MILLIY KADRLAR ZAXIRASINI SHAKLLANTIRISHNING ILG'OR XORIJ TAJRIBASI.....	103
<b>G'aniyev Elyor Sobirjonovich</b>	
DIGITALIZATION OF INSOLVENCY PROCESSES: THE ROLE OF A UNIFIED ELECTRONIC PLATFORM IN ENSURING TRANSPARENCY AND ECONOMIC EFFICIENCY .....	110
<b>Damirjon Nurmatovich Soliyev</b>	



О ПРОЦЕССАХ ЦИФРОВИЗАЦИИ В УЗБЕКИСТАНЕ.....	116
<b>Джумаев Аскар Хайдарович</b>	
SOLIQ MA'MURCHILIGI METODOLOGIYASINING HUQUQIY, TASHKILY VA RAQAMLI BAZASINI SHAKLLANTIRISH BILAN BOG'LIQ MUAMMOLAR.....	121
<b>Shamsiev O'ktam Sayfitdinovich</b>	
KO'P XONADONLI UYLARDA KOMMUNAL XIZMATLAR KO'RSATISH SOHASINING INSTITUTSIONAL ASOSLARI VA HOZIRGI HOLATI TAHLILI.....	127
<b>Muminov Obidjon Odilovich</b>	
MINTAQA VA UNING HUDUDLARIDA MEHNAT OMILI HISOBIGA SANOAT SALOHİYATINI OSHIRISH YO'LLARI.....	135
<b>Urazaliyev Bekzod Sultanbayevich</b>	
КЛАССИФИКАЦИЯ ИНСТРУМЕНТОВ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЙ С УЧЕТОМ ОПТИМИЗАЦИИ БИЗНЕС ПРОЦЕССОВ.....	141
<b>Джуманов А.А.</b>	
O'ZBEKISTONDA SOLIQ MADANIYATINI SHAKLLANTIRUVCHI OMILLARNI FAKTOR TAHLIL VA KO'P OMILLI REGRESSIYA ASOSIDA BAHOLASH.....	152
<b>V.I. Isroilov, V.B. Ibragimov</b>	
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В РАЗВИТИИ БАНКОВСКИХ УСЛУГ.....	158
<b>Мамутова Айгуль Калмурзаевна</b>	
QUYOSH NOVUZLARIDA SODIR BO'LUVCHI ISSIQLIK JARAYONLARINING BIR O'LCHAMLI MATEMATIK MODEL.....	165
<b>M.M. Maxmudova, J.J. Kamolov</b>	
ФАКТОРЫ, СДЕРЖИВАЮЩИЕ РАЗВИТИЕ БАНКОВСКОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ ВНЕШНЕЭКОНОМИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	172
<b>Алиев Али Комил угли, Каримова А.</b>	
ISTE'MOL KREDITLARINING ANAMIYATI VA O'ZIGA XOS JIHATLARI.....	176
<b>S. Qayumov, M. Qurbonov, A. S. Abduraxmanov</b>	
AVTOTRANSPORT XIZMATLARI SAMARADORLIK DARAJASINI OMILLI TAHLILI.....	179
<b>Raximov Azamat Hamroqulovich</b>	
MINTAQA IQTISODIYOTINI BARQAROR RIVOJLANTIRISHDA FIRMALARNING TASHQI BOZORLARGA INTEGRATSIYALASHUV JARAYONLARI: XORIY TAJRIBASI.....	183
<b>Ozodova Farida Zarif qizi</b>	
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ ЗОЛОВОАЛЮТНЫМИ РЕЗЕРВАМИ И ВНЕШНИМ ДОЛГОМ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УЧАСТНИКОВ ФИНАНСОВОГО РЫНКА В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ.....	187
<b>Зайналов Жахонгир Расулович, Алиева Сусанна Сейрановна</b>	
GENERATIV AI ASOSIDAGI ALGORITMIK NARX BELGILASH MEKANIZMLARI: RAQOBAT IQTISODIYOTIDA MONOPOLLASHUV XAVFI, VANO BO'YICHA SOZLASHUV MUAMMOLARI VA ANTIMONOPOL TARTIBGA SOLISH.....	192
<b>Kendjayeva Dildora Xudayberganovna, Abdumannopova Shirin Olamgir qizi</b>	
РАЗВИТИЕ ЗЕЛЁНОЙ ЭНЕРГЕТИКИ В РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАН КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА.....	200
<b>Тураева А. И.</b>	
THE ROLE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN KNOWLEDGE DELIVERY MODELS.....	204
<b>Daminova Barno Esanovna, Pardayeva Sevinch Sherzod qizi, Inoqov Jasur Komil o'g'li</b>	
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ ФИНАНСОВОГО АНАЛИЗА ДЛЯ МАЛОГО БИЗНЕСА И СТАРТАПОВ.....	208
<b>Ибрагимов Гайратжон Артикович</b>	
RAQAMLI IQTISODIYOT VA SUN'IY INTELLEKT SHAROITIDA IJTIMOY-IQTISODIY ADOLAT QOIDALARI.....	216
<b>Alimov Nasimjon Hoshimovich</b>	



ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ КАК КЛЮЧЕВОЙ ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ УЗБЕКИСТАНА .....	221
<b>Садыков Авазбек Мадаминович, Цхай Лана Александровна</b>	
TURIZMNI RIVOJLANTIRISHDA SUN'IY INTELLEKTDAN FOYDALANISH USULLARI .....	228
<b>Daminova Barno Esanovna, Abduraimova Aziza Erkin qizi, G'ofurova Anora Zafar qizi</b>	
XALQARO MOLIYAVIY HISOBOT STANDARTLARI (IFRS)GA O'TISH JARAYONIDA ISHLAB CHIQRISH XARAJATLARI HISOBINING MUAMMOLARI.....	233
<b>Ismailov Naufal Nadirovich</b>	
RAQAMLI BANK XIZMATLARINI TAKOMILLASHTIRISHDA SUN'IY INTELLEKT VA BIG DATA TEXNOLOGIYALARIDAN FOYDALANISH ISTIQBOLLARI.....	241
<b>Eshqobulova Charos O'roq qizi</b>	
ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN HIGHER EDUCATION: A GLOBAL REVIEW OF AI-POWERED TEACHING AND LEARNING .....	245
<b>Begzod Nishanov</b>	
O'ZBEKISTONDA ISLOMIY SUG'URTA (TAKAFUL) TIZIMINI JORIY ETISH IMKONIYATLARI: NAZARIY-QIYOSIY TAHLIL .....	251
<b>Abdullayev Azamat Akbar o'g'li</b>	
RAQAMLI MARKETING VA MILLIY BRENDLASH ORQALI TURIZM EKSPORTINI OSHIRISH: YAQIN SHARQ TAJRIBASI VA O'ZBEKISTON UCHUN YO'L XARITASI .....	259
<b>Bekmurodova F.A., Tolibova Aziza</b>	



# RAQAMLI MARKETING VA MILLIY BRENDLASH ORQALI TURIZM EKSPORTINI OSHIRISH: YAQIN SHARQ TAJRIBASI VA O'ZBEKISTON UCHUN YO'L XARITASI

**Ilmiy rahbar: Bekmurodova F.A. (PhD)**

Jahon iqtisodiyoti va diplomatiya universiteti (JIDU)  
Toshkent, O'zbekiston

ORCID: <https://orcid.org/0009-0001-1843-9519>

**Tolibova Aziza To'liqin qizi**

Jahon iqtisodiyoti va diplomatiya universiteti magistratura talabasi

E-mail: [azizatlbv@gmail.com](mailto:azizatlbv@gmail.com)

**Annotatsiya.** Turizm eksportini raqamli marketing va milliy brendlash vositalari orqali rivojlantirishning nazariy va amaliy jihatlari tahlil qilingan. Yaqin Sharq davlatlari, xususan, Birlashgan Arab Amirliklari, Saudiya Arabistoni va Qatar tajribasi asosida raqamli strategiyalarning turizm eksporti samaradorligiga ta'siri baholangan. O'zbekiston turizm sektorini rivojlantirish uchun bosqichma-bosqich amalga oshiriladigan strategik yo'l xaritasi ishlab chiqilgan. Milliy brendni shakllantirish va raqamli texnologiyalarni integratsiyalashning turizm eksporti raqobatbardoshligini oshirishdagi ahamiyati asoslab berilgan. Tadqiqotning ilmiy yangiligi mintaqaviy xususiyatlarni hisobga olgan holda sinergik modelning taklif etilganligi bilan izohlanadi. Ishlab chiqilgan tavsiyalar turizm siyosati va amaliyoti uchun muhim ahamiyat kasb etadi.

**Kalit so'zlar:** turizm eksporti, raqamli marketing, milliy brendlash, Yaqin Sharq tajribasi, O'zbekiston turizmi, strategik yo'l xaritasi, raqamli transformatsiya.

**Abstract.** The theoretical and practical aspects of promoting tourism exports through digital marketing and national branding are examined. Drawing on the experience of Middle Eastern countries, particularly the United Arab Emirates, Saudi Arabia, and Qatar, the impact of digital strategies on tourism export performance is assessed. A step-by-step strategic roadmap for the development of Uzbekistan's tourism sector is proposed. The importance of integrating national branding with digital technologies to enhance the competitiveness of tourism exports is substantiated. The scientific novelty of the study lies in the proposed synergy model developed with consideration of regional specificities. The recommendations presented may contribute significantly to tourism policy formulation and practical implementation.

**Keywords:** tourism export, digital marketing, nation branding, Middle Eastern experience, Uzbekistan tourism, strategic roadmap, digital transformation.

**Аннотация.** Проанализированы теоретические и практические аспекты развития экспорта туристических услуг посредством цифрового маркетинга и национального брендинга. На основе опыта стран Ближнего Востока, в частности Объединённых Арабских Эмиратов, Саудовской Аравии и Катара, дана оценка влияния цифровых стратегий на эффективность туристического экспорта. Разработана поэтапная стратегическая дорожная карта развития туристической отрасли Узбекистана. Обоснована значимость интеграции национального бренда и цифровых технологий для повышения конкурентоспособности туристического экспорта. Научная новизна исследования заключается в предложении синергетической модели, учитывающей региональную специфику. Представленные рекомендации обладают существенной практической значимостью для формирования и реализации туристической политики.

**Ключевые слова:** экспорт туристических услуг, цифровой маркетинг, национальный брендинг, опыт стран Ближнего Востока, туризм Узбекистана, стратегическая дорожная карта, цифровая трансформация.

## KIRISH

So'nggi o'n yillikda turizm nafaqat madaniy almashinuv vositasi, balki milliy iqtisodiyotning strategik eksport tarmog'iga ham aylandi. Jahon sayyohlik tashkiloti ma'lumotlariga ko'ra, xalqaro turizmdan olinadigan daromadlar ko'plab mamlakatlar yalpi ichki mahsulotining salmoqli qismini tashkil etmoqda. O'zbekiston o'zining boy tarixiy merosi, me'moriy obidalari va betakror madaniyati bilan turizm salohiyati nihoyatda yuqori

bo'lgan davlatlardan biridir. Shunga qaramay, mamlakatimiz turizm eksporti hajmini yanada oshirish uchun keng imkoniyatlar mavjud. Buning muhim omillaridan biri jahon bozorida milliy brendning yanada faol targ'ib qilinishi hamda zamonaviy raqamli marketing vositalaridan samarali foydalanish hisoblanadi. Shu nuqtayi nazardan, tadqiqotning dolzarbligi raqamli transformatsiya sharoitida Yaqin Sharq mamlakatlari tomonidan qo'llanilgan ilg'or yondashuvlarni o'rganish va ular asosida O'zbekiston uchun amaliy yo'l xaritasini ishlab chiqish bilan belgilanadi.

Tadqiqotning obyekti — turizm eksportini rivojlantirishga qaratilgan raqamli marketing va milliy brendlash faoliyati. Predmeti esa Yaqin Sharq davlatlarining ushbu yo'nalishdagi muvaffaqiyatli tajribasi hamda undan O'zbekiston sharoitida foydalanish imkoniyatlaridir. Tadqiqotning maqsadi qiyosiy tahlil asosida O'zbekiston turizmi uchun raqamli marketing va milliy brendlashni integratsiyalashgan holda rivojlantirish bo'yicha aniq takliflar ishlab chiqishdan iborat.

Ushbu maqsadga erishish uchun quyidagi vazifalar belgilandi:

- Yaqin Sharq mamlakatlarida turizm brendini yaratish va raqamli targ'ibot bo'yicha qo'llanilgan asosiy strategiyalarni aniqlash;
- ularning samaradorlik ko'rsatkichlarini statistik va kontent tahlili asosida baholash;
- O'zbekistonning joriy holatidagi kuchli jihatlar va rivojlanish imkoniyatlarini tahlil qilish;
- milliy sharoitga mos bosqichma-bosqich yo'l xaritasini ishlab chiqish.

## MAVZUGA OID ADABIYOTLAR SHARHI

Turizm marketingi va destinatsiya brendlashiga oid jahon ilmiy adabiyotlari ancha boy. Kotler va Gertner [1] mamlakatni brend sifatida talqin qilishning nazariy asoslarini yaratib, milliy brend iste'molchilar ongida barqaror assotsiatsiyalarni shakllantirishini ta'kidlaydilar. Buhalis [2] esa destinatsiyaning raqobatbardoshligini oshirishda raqamli texnologiyalarning rolini asoslab bergan. So'nggi yillarda Yaqin Sharq tajribasiga bag'ishlangan tadqiqotlar soni ham ortib bormoqda. Masalan, Al-Khalifah [3] Saudiya Arabistonining "Vision 2030" dasturi doirasida turizm sohasida amalga oshirilgan raqamli transformatsiyani o'rganib, ijtimoiy tarmoqlar va influencer-marketingning sayyohlar oqimiga ta'sirini yoritib bergan. Birlashgan Arab Amirliklari misolida esa "Visit Dubai" raqamli kampaniyalarining konversiya darajasi bo'yicha qator empirik tadqiqotlar amalga oshirilgan [4].

Mahalliy tadqiqotchilardan M. Yusupova [5] O'zbekistonda turizm brendini shakllantirishning madaniy jihatlariga to'xtalgan bo'lsa, A. Karimov [6] raqamli platformalar orqali ichki turizmni rivojlantirish masalasini ko'rib chiqqan. Shu bilan birga, Yaqin Sharq davlatlarining raqamli marketing va milliy brendlash bo'yicha zamonaviy yondashuvlarini kompleks ravishda o'rganish hamda ularni O'zbekiston sharoitiga moslashtirishga qaratilgan tizimli ilmiy tadqiqotlar uchun keng imkoniyatlar mavjud. Mazkur maqola ushbu yo'nalishdagi ilmiy izlanishlarni yanada boyitishga xizmat qiladi. Avvalgi tadqiqotlardan farqli ravishda, unda alohida texnologiyalar emas, balki milliy brend va raqamli kanallarning o'zaro uyg'unligiga asoslangan sinergik model taklif etiladi.

## TADQIQOT METODOLOGIYASI

Mazkur maqolani tayyorlashda qiyosiy taqqoslash usuli asosiy metodologik yondashuv sifatida tanlandi. Yaqin Sharqning turizm sohasida muvaffaqiyatga erishgan uchta davlati — Birlashgan Arab Amirliklari, Saudiya Arabistoni va Qatar — tahlilning asosiy obyektlari sifatida tanlab olindi. Ushbu davlatlarning har biri turizm brendlash va raqamli marketing sohasida o'ziga xos rivojlanish yo'lini bosib o'tganligi sababli qiyosiy tahlil imkoniyatlari kengaydi.

Taqqoslash quyidagi mezonlar asosida amalga oshirildi:

- (a) milliy brend platformasining mavjudligi va uning raqamli muhitga moslashuv darajasi;
- (b) asosiy raqamli kanallarda (Instagram, YouTube va TikTok) auditoriyani jalb qilish strategiyasi;
- (c) yirik tadbirlar (xalqaro ko'rgazmalar va sport musobaqalari) bilan raqamli targ'ibotning o'zaro bog'liqligi;
- (d) turistik oqimlar va daromadlarning yillik o'sish sur'atlari.

Ma'lumotlar davlat turizm idoralarining rasmiy hisobotlari, xalqaro reytinglar (masalan, Brand Finance Nation Brands), shuningdek, SimilarWeb va Social Blade kabi raqamli tahlil platformalaridan olindi. Shu asosda qiyosiy tahlil natijalari bilan O'zbekistonning amaldagi holati taqqoslanib, rivojlanish imkoniyatlari va istiqbolli yo'nalishlar aniqlandi. Metodikaning afzalligi shundaki, u nafaqat tavsifiy xulosalar chiqarish, balki sabab-oqibat bog'liqliklarini ham aniqlash imkonini beradi.

## TAHLIL VA NATIJALAR

Yaqin Sharq mamlakatlari so'nggi o'n yil ichida turizmni eksport daromadlarining muhim manbalaridan



biriga aylantirishda raqamli marketing va milliy brendlashning samarali sinergiyasidan foydalandilar. Quyidagi jadvalda ushbu davlatlarning ayrim asosiy ko'rsatkichlari keltirilgan.

### 1-jadval

#### Yaqin Sharq davlatlarida turizm brendi va raqamli ishtirok (2023–2024-yillar kesimida)<sup>1</sup>

Ko'rsatkich	BAA (Dubay modeli)	Saudiya Arabistoni	Qatar	O'zbekiston (joriy holat)
Milliy brend shiori	"Visit Dubai" / "Abu Dhabi – Find Your Pace"	"Saudi – Welcome to Arabia"	"Qatar – Where Dreams Come to Life"	"O'zbekiston – Buyuk Ipak yo'li chorrahasida"
Instagramdagi asosiy akkaunt obunachilari	7,2 mln (@visitdubai)	3,8 mln (@visitsaudi)	2,1 mln (@visitqatar)	420 ming (@uzbektourism)
Yirik tadbirlar bilan sinergiya	Expo 2020 (virtual sayohatlar)	Formula-1, Riyadh Season	FIFA Jahon chempionati – 2022	"Sharq taronalari" (cheklangan raqamli qamrov)
Turizm daromadlarining yillik o'sishi (2023-yilda)	+29%	+42%	+36%	+18% (asosiy bazaga nisbatan)
Raqamli kampaniyalarda sun'iy intellektdan foydalanish	Keng (shaxsiylashtirilgan reklamalar)	Boshlang'ich daraja	O'rta daraja	Boshlang'ich daraja

Jadval ma'lumotlaridan ko'rinadiki, raqamli ishtirok darajasi yuqori bo'lgan davlatlarda turizm daromadlarining o'sish sur'atlari ham yuqoriroq shakllangan. Ayniqsa, Saudiya Arabistoni tajribasi alohida e'tiborga loyiq. 2019-yilda sayyohlik vizasi joriy etilishi bilan bir vaqtda amalga oshirilgan yirik "Welcome to Arabia" raqamli kampaniyasi, yuzdan ortiq xalqaro influencerlar hamda interaktiv videokontentlar orqali 2023-yilga kelib sayyohlar oqimining sezilarli darajada ortishiga xizmat qilgan [3].

Dubay esa bundan ham avvalroq "Visit Dubai" brendini yagona ekotizimga aylantirib, foydalanuvchi tajribasiga asoslangan ilovalar, virtual 360° sayohatlar va sun'iy intellekt yordamida shaxsiylashtirilgan marshrutlarni taklif etib kelmoqda [4]. Qatarining 2022-yilda o'tkazilgan FIFA Jahon chempionati atrofida shakllantirilgan raqamli kommunikatsiya strategiyasi esa yil davomida mamlakatga bo'lgan qiziqishni yuqori darajada saqlab turishga xizmat qilgan [7].

O'zbekiston holatiga nazar tashlaydigan bo'lsak, sohada so'nggi yillarda qator ijobiy natijalarga erishildi. Jumladan, "O'zbekiston – sayohat uchun xavfsiz mamlakat" imidji shakllantirildi va elektron viza tizimi joriy etildi. Biroq milliy brendning raqamli maydondagi ifodasini yanada kuchaytirish imkoniyatlari mavjud. Turli vazirlik va hududiy tashkilotlar tomonidan olib borilayotgan ijtimoiy tarmoq faoliyatini yagona vizual uslub, umumiy hikoya (storytelling) va maqsadli auditoriyaga mos kontent strategiyasi asosida integratsiyalash maqsadga muvofiqdir. Bu esa potensial sayyohlar ongida yanada yaxlit va kuchli tasavvurni shakllantirishga xizmat qiladi. Shuningdek, ma'lumotlarga asoslangan marketing (data-driven marketing) yondashuvlarini kengroq joriy etish resurslardan foydalanish samaradorligini oshirish imkonini beradi.

Ushbu tahlillar asosida O'zbekiston uchun quyidagi bosqichlarni o'z ichiga olgan integratsiyalashgan yo'l xaritasi taklif etiladi:

**1. Yagona milliy raqamli brend platformasini ishga tushirish.** Barcha hududiy va tarmoq tashkilotlarining onlayn faoliyatini birlashtiruvchi "Visit Uzbekistan" (yoki milliy an'analarga mos boshqa nomdagi) raqamli ekotizim yaratilishi lozim. Mazkur platforma foydalanuvchilarga nafaqat ma'lumot taqdim etishi, balki sayohatni rejalashtirish, bron qilish va fikr bildirishgacha bo'lgan to'liq xizmatlar siklini qamrab olishi kerak.

**2. Influencer-marketing va kontent marketingini strategik darajada tashkil etish.** Saudiya Arabistoni tajribasidan kelib chiqib, mamlakat haqida kontent yaratuvchi nufuzli blogerlar bilan uzoq muddatli hamkorlikni yo'lga qo'yish hamda ular orqali haqiqiy sayohat tajribalarini (authentic experience) namoyish etish maqsadga muvofiqdir. Bunda Xitoy, Yevropa va Yaqin Sharq mamlakatlaridagi kontent iste'moli xususiyatlarini hisobga olish muhim ahamiyatga ega.

**3. Sun'iy intellekt va katta ma'lumotlardan foydalanish.** Potensial sayyohlarning raqamli faolligi asosida shaxsiylashtirilgan reklama takliflarini shakllantirish, xususan, BAA tajribasidagi kabi virtual yordamchilar va tavsiya tizimlarini joriy etish konversiya darajasini sezilarli oshirishi mumkin.

1 Manba: davlat turizm idoralarining rasmiy hisobotlari, Brand Finance va Social Blade ma'lumotlari asosida muallif tomonidan tuzilgan.

**4. Yirik tadbirlar va raqamli targ'ibot uyg'unligini kuchaytirish.** “Sharq taronalari”, “Ipak yo‘li” festivali kabi tadbirlarning raqamli qamrovini kengaytirish, jumladan, jonli translyatsiyalar, interaktiv onlayn tanlovlar hamda AR/VR texnologiyalaridan foydalanish orqali global auditoriyani jalb etish imkoniyatlari mavjud.

**5. Mahalliy aholini raqamli elchilar (digital ambassadors) sifatida jalb etish.** Ushbu yo‘nalish O‘zbekistonning mehmondo‘stlik madaniyatiga mos keladi. Maxsus platformalar orqali fuqarolarning o‘z hududlarini raqamli targ'ib qilish jarayonida ishtirok etishi turizm marketingining qamrovini kengaytirish bilan birga qo‘shimcha iqtisodiy imkoniyatlarni ham yaratishi mumkin.

## XULOSA VA TAKLIFLAR

O‘tkazilgan qiyosiy tahlil shuni ko‘rsatadiki, Yaqin Sharq mamlakatlari — Birlashgan Arab Amirliklari, Saudiya Arabistoni va Qatar — turizm eksportini jadal rivojlantirishda raqamli marketing va milliy brendlashning uyg'unligidan samarali foydalanmoqda. Ularning tajribasidagi umumiy jihatlari sifatida yagona brend platformasi, keng ko‘lamli influencerlar bilan hamkorlik, yirik xalqaro tadbirlarning raqamli qo‘llab-quvvatlanishi hamda sun‘iy intellektga asoslangan shaxsiylashtirish mexanizmlarini qayd etish mumkin. O‘zbekistonda esa ushbu yo‘nalishlarni yanada rivojlantirish, raqamli ishtirokni kengaytirish va zamonaviy tahliliy vositalardan foydalanish imkoniyatlari mavjud.

Yuqoridagi tahlillar asosida quyidagi takliflar ilgari suriladi.

Qisqa muddatda (0–12 oy): “Visit Uzbekistan” yagona raqamli brend konsepsiyasini ishlab chiqish va ijtimoiy tarmoqlarda yaxlit vizual identifikatsiya tizimiga o‘tish; kamida beshta xalqaro mega-influencer bilan hamkorlik shartnomalarini tuzish; mavjud sayyohlik portallarini SEO va mobil moslashuvchanlik nuqtayi nazaridan takomillashtirish.

O‘rta muddatda (1–3 yil): sun‘iy intellekt yordamida tavsiyalar beruvchi shaxsiy kabinet va mobil ilovani ishga tushirish; kamida uchta xalqaro tadbirni raqamli jihatdan “aqli tadbir” darajasiga olib chiqish; mahalliy raqamli elchilar tizimini sinov tariqasida joriy etish.

Uzoq muddatda (3–5 yil): Markaziy Osiyo mintaqasida raqamli turizm habiga aylanish; turizm sohasida katta ma‘lumotlardan foydalanish bo‘yicha milliy strategiyani to‘liq joriy etish; mamlakatning global Nation Brands Index reytingidagi o‘rnini sezilarli darajada yaxshilash.

Taklif etilayotgan yo‘l xaritasining amalga oshirilishi O‘zbekiston turizm eksportini nafaqat miqdoriy, balki sifat jihatidan ham yangi bosqichga olib chiqishi, mamlakatimizning zamonaviy, yuqori texnologiyali va mehmondo‘st sayyohlik maskani sifatidagi xalqaro nufuzini yanada mustahkamlashga xizmat qilishi kutiladi.

## FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Kotler P., Gertner D. Country as Brand, Product, and Beyond: A Place Marketing and Brand Management Perspective // *Journal of Brand Management*. 2002. Vol. 9, No. 4. P. 249–261.
2. Buhalis D. Marketing the Competitive Destination of the Future // *Tourism Management*. 2000. Vol. 21, No. 1. P. 97–116.
3. Al-Khalifah A. Digital Transformation of Saudi Tourism: The Role of Social Media in Promoting “Vision 2030” Destinations // *Middle East Journal of Tourism Studies*. 2021. Vol. 5, No. 3. P. 112–128.
4. Dubai Tourism. Annual Visitor Report 2023. Dubai: Government of Dubai, Department of Tourism and Commerce Marketing, 2023.
5. Yusupova M. O‘zbekistonda turizm brendining shakllanishi: madaniy omillar va xalqaro imidj // *O‘zbekiston iqtisodiyot va turizm ilmiy jurnali*. 2022. T. 4, № 1. B. 45–57.
6. Karimov A. Ichki turizmni raqamli platformalar orqali rivojlantirish imkoniyatlari // *Raqamli iqtisodiyot va innovatsiyalar*. 2023. T. 2, № 2. B. 18–25.
7. Qatar Tourism. Post-World Cup Tourism Performance Report. Doha: State of Qatar, 2023.

# **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 kelmasligi 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)