MUHANDISLIK & IQTISODIYOT

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

2026-YIL
OKTABR / 10-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

РЭУ.РФ ИМЕНИ Г.В. ПЛЕХАНОВА ТАШКЕНТСКИЙ ФИЛИАЛ

TOSHKENT DAVLAT TRANSPORT UNIVERSITETI

TOSHKENT AXBOROTLASHTIRISH

muhandislik & iqtisodiyot

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

Elektron nashr, 2026-yil, oktabr.

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 (DSc), 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
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 – Telekommunikasiya va kompyuter tizimlari, telekommunikasiya 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 • СОДЕРЖАНИЕ • CONTENTS

MUNDARIJA

ГИБРИДНЫЙ МЕТОД ФОРМИРОВАНИЯ ПРОГРАММНО-АППАРАТНОЙ АРХИТЕКТУРЫ ИММЕРСИВНОЙ ОБУЧАЮЩЕЙ СИСТЕМЫ НА ОСНОВЕ БАЗЫ ЗНАНИЙ И МНОГОКРИТЕРИАЛЬНОЙ ОПТИМИЗАЦИИ 9
Хасанмансур Тимурович Ядгаров, Ботир Болтаевич Элов
AGRAR SOHANI MOLIYALASHTIRISHDA DAVLAT QO‘LLAB-QUVVATLASHI VA BANKDAN TASHQARI VOSITALARNING O‘RNI 16
Nasriddin Fattiyevich Buronov
SUN’IY INTELLEKT VA RAQAMLI TRANSFORMATSIYA SHAROITIDA INSON KAPITALIGA INVESTITSIYALARNI JALB ETISHNING KONSEPTUAL ASOSLARI 22
Akhmadaliyeva Nikhola
A HYBRID ADAPTIVE LARGE NEIGHBOURHOOD SEARCH ALGORITHM FOR ROUTING LESS-THAN-TRUCKLOAD PICKUPS WITH TIME WINDOWS AND TWO-DIMENSIONAL CAPACITY 27
Hamzayev Ulug‘bek Habibulla o‘g‘li
DIGITAL ECONOMY AND ECONOMIC GROWTH: OPPORTUNITIES AND CHALLENGES IN THE MODERN ERA 36
Shoymardonov Axrorjon Azamat ugli
SIRDARYO VILOYATIDA OILAVIY MAKTABGACHA TA’LIM XIZMATLARIGA TALAB VA MARKETING SAMARADORLIGINI KO‘P MEZONLI BAHOLASH USLUBIYATINI TAKOMILLASHTIRISH 42
Mamanazarova Sohiba Abdug‘aniyevna
KORPORATIV BOSHQARUV SAMARADORLIGINI OSHIRISH ORQALI AKSIYADORLIK JAMIYATLARINING TO‘LOVGA QOBILLIGINI TA’MINLASH MEXANIZMLARI 47
Askarov Ziyodulla Usmanaliyevich
RESURSLARI CHEKLANGAN VIDEOKUZATUV TIZIMLARIDA ANOMAL XATTI-HARAKATLARNI ANIQLASHNING NEYRO-MODEL ALGORITMLARI 53
Xolmatov Azizbek Tolibjonovich
ПОЭТАПНАЯ ЭКОНОМИЧЕСКАЯ ФОРМАЛИЗАЦИЯ САМОЗАНЯТОСТИ В УЗБЕКИСТАНЕ: ОТ РЕГИСТРАЦИИ ДО СОЗДАНИЯ ОФИЦИАЛЬНЫХ НАЁМНЫХ РАБОЧИХ МЕСТ 57
Абдумухтаров Анваржон Акрамжонович
TIJORAT BANKLARINING YASHIL LOYIHALARNI MOLIYALASHTIRISHDAGI ROLI 68
Butanova Dilnoza Rustamovna
ORQA TOMONI SUV BILAN SOVITILADIGAN QUYOSH PANELINING ISSIQLIK HOLATINI ANALITIK VA SONLI USULLARDA BAHOLASH 76
Sadullayev Nasillo, Nematov Shuxrat, Soliyeva Z.N.
ANOR YETISHTIRISH VA SOTISHNI IQTISODIY BAHOLASH 83
Irgashev Abbos Jumanazarovich
XIZMAT KO‘RSATISH KORXONALARIDA ENERGIYA SAMARADORLIGINI BOSHQARISHNING INTEGRATSIYALASHGAN TASHKILIY-IQTISODIY MEXANIZMINI SHAKLLANTIRISH VA UNING NATIJADORLIGINI KO‘P MEZONLI BAHOLASH METODOLOGIYASINI TAKOMILLASHTIRISH 89
Hamroyev Halim, Toyirova Hamida
DAVLAT BUDJETI XARAJATLARINI REJALASHTIRISHDA SHAFFOFLIK VA HISOBDORLIKNI TA’MINLASH MEXANIZMLARI 97
Mamadaliyev Akmaljon G‘ayrataliyevich
TIJORAT BANKLARINING VALYUTA OPERATSIYALARIDAGI RISKLARNI BAHOLASH VA RISKKA ASOSLANGAN NAZORATNI TAKOMILLASHTIRISH 102
Muxsinov Nabijon Toxirovich
KICHIK BIZNES SUBYEKTLARINI KREDITLASHNING DOLZARB MASALALARI 107
Ergashev Iskandar Urunovich

HYBRID CLUSTERING AND GENERALIZED ASSESSMENT FOR INTELLIGENT ANALYSIS OF MAHALLA ACTIVITY INDICATORS 112
Allamurodov Norbobo Tursun o‘g‘li, Hamzayev Ulug‘bek Habibulla o‘g‘li
DAVLAT ISHTIROKIDAGI TRANSPORT KORXONALARIDA KORPORATIV MANFAATLAR TO‘QNASHUVINING INVESTITSION QARORLARGA TA’SIRI 121
Raxmatov Ziyodullo Nosirovich
HUDUDLARNING ELEKTRON TIJORAT SALOHIYATINI BAHOLASHNING INNOVATSION METODOLOGIYASI 128
Ravshanova Muhayyo Maxmanazarovna
NODAVLAT NOTIJORAT TASHKILOTLARI FAOLIYATINI MOLIYALASHTIRISHNING ZAMONAVIY MEXANIZMLARINI RIVOJLANTIRISH 133
Po‘latov Sardor Akmal o‘g‘li
TUPROQQA ISHLOV BERADIGAN MASHINALAR ISH ORGANLARI ISH RESURSINI OSHIRISHDA MAHALLIY XOMASHYOLARDAN FOYDALANISHNING ISTIQBOLLARI VA MATERIAL TARKIBINI ISHLAB CHIQISH 142
Qosimov Karimjon, Qosimova Malohatxon
TERMIZ SHAROITIDA FOTOELEKTRIK TIZIMLARNING FIZIK PARAMETRLARINI TAQQOSLASH 150
Boysori Yuldoshov, Jahongir Eshonqulov
RAQAMLI PLATFORMALARNING O‘ZBEKISTON KICHIK BIZNESINI XALQARO BOZORLARGA OLIB CHIQISHDAGI ROLI 157
Paraxatova Gulzira Amanbay qizi
YASHIL TRANSFORMATSIYADA INSON KAPITALI VA YASHIL KO‘NIKMALAR: ENERGIYA VA RESURSLAR SAMARADORLIGIGA TA’SIR MEXANIZMI 164
Aripov Oybek Abdullaevich
O‘ZBEKISTONDA NAQD PULSIZ TO‘LOVLAR TIZIMINING RIVOJLANISHI: HOLATI, MUAMMOLARI VA ISTIQBOLLARI 171
Ziyodullayev Dilshod, Sharapova Mashxura
AHOLI DAROMADLARI VA XARAJATLARI DINAMIKASINING STATISTIK BAHOLANISHI VA TARKIBIY SILJISHLAR TAHLILI 177
So‘fiyeva Xusniya Soxibjonovna
ИЗМЕНЕНИЕ СТРУКТУРЫ МЕТАЛЛОВ ПРИ ИХ МАГНИТНОЙ ОБРАБОТКЕ 181
С.М. Хасанов
ПЕРСПЕКТИВЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ ПРИ ТРАНСФОРМАЦИИ СЛУЖБЫ ВНУТРЕННЕГО АУДИТА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ ТЕКСТИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В СООТВЕТСТВИИ С МЕЖДУНАРОДНЫМИ СТАНДАРТАМИ И ПОВЫШЕНИЯ ЕЁ ЭФФЕКТИВНОСТИ 188
Сафаров Жавохир Исмоилович
O‘ZBEKISTONDA DEMOGRAFIK O‘ZGARISHLARNING MEHNAT BOZORIGA TA’SIRI: OCHIQ STATISTIK MA’LUMOTLAR ASOSIDAGI TAHLIL 195
Berdimbetova Amina
O‘ZBEKISTON TIJORAT BANKLARIDA KREDIT RISKLARINI BAHOLASH: MUAMMOLI KREDITLAR DINAMIKASI VA NPL ULUSHINING OMILLI DEKOMPOZITSIYASI 201
Hakimova Nargiza Abdukarimovna
O‘ZBEKISTONDA MOL-MULKNI MAJBURIY SUG‘URTALASH TIZIMINI JORIY ETISHNING IQTISODIY ZARURATI VA MOLIYAVIY SAMARADORLIGI 207
Nozimov Eldor Anvarovich, Raxmatullayev Muxammadjon Baxodirovich
SUG‘URTA KOMPANIYALARIDA IJTIMOIY TARMOQLAR VA INTERNET REKLAMASI ORQALI MARKETING FAOLIYATINI TAKOMILLASHTIRISH 212
Nozimov Eldor Anvarovich, Qo‘ziyev Nurbek Muzaffar o‘g‘li
O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASIDA YER SOLIG‘I MA’MURIYATCHILIGINI RAQAMLASHTIRISH VA FISKAL SAMARADORLIGINI OSHIRISH YO‘LLARI 217
Musalimov Shuxrat Isamuxamedovich

MUNDARIJA • СОДЕРЖАНИЕ • CONTENTS

O‘ZBEKISTON IQTISODIYOTIDA TARMOQLARARO TARKIBIY TRANSFORMATSIYALAR VA IQTISODIY O‘SISH SIFATI 221
Xursandov Komiljon Maxmatkulovich
ELEKTRON HUKUMAT TIZIMI MONITORINGIDA AXBOROT XAVFSIZLIGI BUZILISHINI ANIQLASH USULINING BIRINCHI VA IKKINCHI TUR XATOLIKLARINI TAJRIBAVIY BAHOLASH 230
Gafurov Sharifjon, G‘aniyev Salim
TARMOQLAR KESIMIDA RESURSLARNI TAQSIMLASHDA SUN’IY INTELLEKT QARORLARINI BLOKCHEYN TEXNOLOGIYASI ASOSIDA TANLAB VERIFIKATSIYALASH VA AUDIT QILISH ORQALI BOSHQARISH MODELI 239
Z.S. Nazarova, N.M. Axmedov
СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ СФЕРЫ УСЛУГ В РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАН 247
Насиров Дилшод, Тухтаев Голибджон, Худайберганов Диёрбек
MINTAQADA PAXTA-TO‘QIMACHILIK KLASTERLARINI INVESTITSION-INNOVATSION RIVOJLANTIRISH MEXANIZMINI TAKOMILLASHTIRISH (QASHQADARYO VILOYATI MISOLIDA) 253
Sultonov Sirojiddin Normurodovich
ОРГАНИЗАЦИЯ УЧЁТА ДОХОДОВ И РАСХОДОВ КАК ОСНОВА ОЦЕНКИ ФИНАНСОВЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ ПРЕДПРИЯТИЯ 260
Бабаханова Нилуфар Усманджановна
ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ МЕЛКОСЕРИЙНОГО ПРОИЗВОДСТВА НА ОСНОВЕ ИМИТАЦИОННОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ ГИБКИХ ПРОИЗВОДСТВЕННЫХ СИСТЕМ 266
Сирожидинов Шамилидин Икромжонович
MAKTABGACHA TA’LIM MUASSASALARINI MOLIYALASHTIRISHNING XORIJIY TAJRIBASI VA UNI O‘ZBEKISTON SHAROITIDA QO‘LLASH IMKONIYATLARI 274
Xolmatova Dilafruzxon Maxsudjon qizi
BANKLARINING AKTIVLARI VA MOLIYAVIY RESURSLARINI DIVERSIFIKATSIYA QILISH MEXANIZMLARI 279
Mardonov Shaxriyor Xolmirzo o‘g‘li
SANOAT TURIZMI XIZMATLARINING RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISH YO‘LLARI 285
A. P. Maxmudova, G‘aniyeva M.
RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA SHAXSIY SUG‘URTA AMALIYOTINI TAKOMILLASHTIRISH YO‘NALISHLARI 290
Jonuzoqov Ozod Shokir o‘g‘li
СТРОИТЕЛЬНАЯ ОТРАСЛЬ УЗБЕКИСТАНА КАК ДРАЙВЕР ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА И ЗАНЯТОСТИ: РЕГИОНАЛЬНЫЙ АНАЛИЗ В КОНТЕКСТЕ ТРУДОВОЙ МОБИЛЬНОСТИ 298
Шакаров Зафар Гаффорович
HUNARMANDCHILIK MAHSULOTLARI BOZORIDA TALABNI OSHIRISHDA RAQAMLI MARKETINGDAN FOYDALANISHNI TAKOMILLASHTIRISH 305
Ravshanova Gulchexra Ravshanovna
MADANIY MEROS OBYEKTLARIDA HUNARMANDCHILIK VA MILLIY XIZMATLAR ORQALI AHOLI BANDLIGINI OSHIRISH IMKONIYATLARI 313
Ibodillayev Habibulla Abdullayevich
SUN’IY INTELLEKT TEXNOLOGIYALARINI QO‘LLASH ORQALI INTELLEKTUAL AXBOROT TIZIMLARINI TAKOMILLASHTIRISH 317
Saidova Dilfuza Ergashovna
FERMER XO‘JALIKLARI DARAJASIDA YASHIL O‘SISHNI BAHOLASH USULLARINI TANLASH MEZONLARI: SAMARADORLIK, EKOLOGIK BOSIM VA AJRALISH TAHLILINING METODIK CHEGARALARI 322
Choriyev Maxmayoqub Muxammad o‘g‘li
O‘ZBEKISTONDA TURISTIK KLASTERLARNI BOSHQARISH TIZIMINI TAKOMILLASHTIRISH YO‘NALISHLARI 330
Pulotov Azimjon Avazxonovich
KREDITLASH FAOLIYATINI BOSHQARISH SAMARADORLIGIGA TA’SIR ETUVCHI TASHKILIY-IQTISODIY OMILLARNI EKONOMETRIK BAHOLASH 337
Norbayev G‘olibjon Toxirovich
TOMCHILATIB SUG‘ORISH TIZIMINING SUV TA’MINOTI QURILMALARIDAN SAMARALI FOYDALANISHNI TADQIQ ETISH 345
Hakimov Bahodir Bozorovich

TA'MINOT ZANJIRINI STRATEGIK REJALASHTIRISHNING AHAMIYATI 350
Azimboyev Ne'matjon, Jo'rabekov Foziljon
SIRKULYAR IQTISODIY TARAQQIYOTNI BOSHQARISH MEXANIZMINING TIZIMLI-KOMBINATORIK MODELI 355
Mirzayev Muzaffar Maxmudovich
YOSHLAR BANDLIGINI BOSHQARISHDA KASBIY MOSLIK, IDORALARARO MUVOFIQLASHTIRISH VA RESURS SAMARADORLIGINI BAHOLASH 362
Jo'rayev Sardor A'zamovich
IQTISODIY RIVOJLANISHDA RAQOBATNING TUTGAN O'RNI 369
Lola Xalikova Nazarovna, Shamshod Jurayev Akram o'g'li
O'Q OTISH AMALIYOTIDA IQTISODIY SAMARADORLIKNI EHTIMOLLAR NAZARIYASI VA MATEMATIK STATISTIKA USULLARI BILAN BAHOLASH 373
Allamuradova Nasiba, Maxmudov Nematullo
NAVOIY SHAHRIDAGI SANOAT KORXONALARIDAN CHIQADIGAN ZAHARLI GAZLAR VA ULARNING INSON SALOMATLIGIGA TA'SIRI 380
E.E. Qobilov, X.Q. Boymurodova
DAVLAT BUDJETI XARAJATLARINI REJALASHTIRISH TIZIMINI TAKOMILLASHTIRISHNING ZAMONAVIY YONDASHUVLARI VA USTUVOR YO'NALISHLARI 386
Otahanov Azizbek Muhammadjonovich
KICHIK BIZNES SUBYEKTLARIDA YUQORI QO'SHILGAN QIYMAT YARATISHNING TASHKILIY-IQTISODIY MEXANIZMINI TAKOMILLASHTIRISH 393
Ergashev Ulug'bek Karimovich
YASHIL IQTISODIYOT SHAROITIDA XIZMAT KO'RSATISH SEKTORINING TARKIBIY O'ZGARISHLARI 398
Aliqulova Laylo Ziyadin qizi
THE ROLE OF NATIONAL HERITAGE ASSETS IN SHAPING UZBEKISTAN'S TOURISM IMAGE: A REGIONAL CONCENTRATION ANALYSIS 405
Gofurjonova Musharrafkhon Shekhratjon kizi
BIOTEXNOLOGIYALARNING QISHLOQ XO'JALIGINI RIVOJLANTIRISH VA SAMARADORLIGINI OSHIRISHDAGI O'RNINI BAHOLASH 413
Xakimov Rashid
IQTISODIYOTNI RAQAMLASHTIRISH VA IJTIMOIY TAKROR ISHLAB CHIQARISH O'RTASIDAGI MUTANOSIBLIKNI TA'MINLASHNING MOLIYAVIY-FISKAL MEXANIZMLARI: O'ZBEKISTON SANOATI MISOLIDA 422
Umarova Dilrabo Abduvohobovna
ONLAYN BRONLASH TIZIMLARINING TURIZM KORXONALARI DAROMADLARI VA XARAJATLARIGA TA'SIRI 431
Shadiyeva Gulnora, Xamrakulov Shavkat

MUNDARIJA • СОДЕРЖАНИЕ • CONTENTS

ONLAYN BRONLASH TIZIMLARINING TURIZM KORXONALARI DAROMADLARI VA XARAJATLARIGA TA’SIRI

Shadiyeva Gulnora Mardiyevna
Iqtisodiyot fanlari doktori, professor, Samarqand iqtisodiyot va servis instituti
ORCID: 0000-0001-7078-8815

Xamrakulov Shavkat Tolibovich
Samarqand iqtisodiyot va servis instituti magistri
ORCID: 0009-0003-0853-1471

Annotatsiya. Maqolada onlayn bronlash kanallarining turizm korxonalari daromadlari va xarajatlariga ta’sirini baholash tartibi ishlab chiqiladi. Maqsadli adabiyotlar sharhi, rasmiy statistika tahlili va shartli kanal hisobi qo‘llanildi. To‘g‘ridan-to‘g‘ri bronlash hamda onlayn vositachi kanali yakunlangan xizmat, sotuv narxi, komissiya va mijozni jalb qilish xarajati bo‘yicha taqqoslandi. Shartli natijalar kanal ustunligi sotuv hajmi va xarajat tarkibiga bog‘liqligini ko‘rsatdi. Samarqand korxonalari bo‘yicha haqiqiy ta’sir hisoblanmadi. Metodik hissa tushum, taqsimot xarajatlaridan keyingi daromad va xizmat marjasini ajratish hamda kanallarni baholash uchun ma’lumotlar protokolini taklif etishdan iborat.

Kalit so‘zlar: onlayn bronlash, turizm korxonalari, daromad, xarajatlar, savdo kanali, marjinal daromad.

Аннотация. В статье разработан порядок оценки влияния онлайн-бронирования на доходы и расходы туристических предприятий. Использованы целевой обзор литературы, официальная статистика и условный расчёт каналов продаж. Прямое бронирование и онлайн-посредник сопоставлены по завершённым услугам, цене, комиссии и затратам привлечения клиента. Условные результаты показывают зависимость преимуществ канала от объёма продаж и структуры затрат. Фактический эффект для предприятий Самарканда не оценивался. Методический вклад заключается в разделении выручки, дохода после расходов на распределение и маржинального результата, а также в предложении протокола данных для оценки каналов.

Ключевые слова: онлайн-бронирование, туристические предприятия, доходы, расходы, канал продаж, маржинальный доход.

Abstract. This article develops a framework for assessing online booking effects on tourism enterprise revenue and costs. A targeted literature review, official statistics and illustrative channel calculations are used. Direct booking and online intermediary channels are compared using completed services, prices, commissions and acquisition costs. Illustrative results show that channel advantages depend on sales volume and cost structure. No actual Samarkand enterprise effect is estimated. The contribution distinguishes gross revenue, revenue after distribution costs and service contribution margin, and proposes a data protocol for channel evaluation.

Keywords: online booking, tourism enterprises, revenue, costs, sales channel, contribution margin.

KIRISH

Onlayn bronlash turizm korxonasiga xizmatni masofadan sotish imkonini beradi. Mijoz narx va mavjud o‘rinlarni tekshiradi, korxona esa buyurtma kelgan kanalni kuzatishi mumkin. Shu bilan birga, vositachi komissiyasi, reklama, to‘lovni qayta ishlash va bronni boshqarish xarajatlari paydo bo‘ladi. Buyurtma sonining ko‘payishi korxona foydasining aynan shuncha ortishini bildirmaydi. Iqtisodiy baholashda bajarilgan xizmatdan qancha mablag‘ qolishi aniqlanishi kerak.

Onlayn bronlash kamida ikki shaklda ko‘riladi: korxonaning o‘z sayti orqali to‘g‘ridan-to‘g‘ri sotuv va onlayn turistik agentlik vositachiligidagi sotuv. Onlayn turistik agentlik atamasi qisqacha OTA sifatida ishlatiladi. Telefon yoki ofis orqali sotuv ham alohida kanal bo‘lishi mumkin. Kanalni aniqlashda buyurtma bir nechta tizimda ko‘ringani uchun uni takror hisoblashdan saqlanish zarur.

Tadqiqotning maqsadi onlayn bronlash tizimlarining turizm korxonalari daromadlari va xarajatlariga ta’sirini baholash metodikasini ishlab chiqishdir. Vazifalar sotuv ko‘rsatkichlarini aniqlash, kanal xarajatlarini ajratish, marjinal natijani taqqoslash va Samarqand viloyati korxonalarida keyingi tekshiruv uchun ma’lumotlar talabini

belgilashdan iborat. Obyekt turizm korxonalarining bronlash va xizmat ko‘rsatish jarayoni, predmet esa savdo kanali bilan iqtisodiy natija o‘rtasidagi bog‘lanishdir.

Maqola nazariy-metodik tadqiqot bo‘lib, korxonalar bo‘yicha bajarilgan kuzatuv natijalarini taqdim etmaydi. Rasmiy ko‘rsatkichlar umumiy bozor sharoitini yoritadi. Quyida adabiyotlar tahlili, hisoblash qoidalari va shartli kanal taqqoslashlari beriladi. Shartli raqamlar real platforma tarifi yoki mahalliy korxona hisoboti sifatida ishlatilmaydi.

MAVZUGA OID ADABIYOTLAR SHARHI

Buhalis va Law (2008) internet turizm boshqaruvi va marketingini o‘zgartirishini sharhlaydi. Jiang va Phoong (2023) raqamlashtirish natijalarining iqtisodiy va ijtimoiy tomonlarini umumlashtiradi. Ushbu ishlar onlayn bronlashning xizmat sotishga taalluqli vazifasini aniqlashga yordam beradi. Biroq internet mavjudligi bilan korxona daromadining oshishi o‘rtasidagi sababiy bog‘lanish mustaqil tekshirilishi kerak.

O’Connor va boshq. (2025) 644 ta AQSh mehmonxonasi ma’lumotlarida vositachilar ishtirokining moliyaviy bog‘lanishini tahlil qiladi. Umumiy ijobiy bog‘lanish barcha mehmonxona toifalari uchun bir xil rentabellikni anglatmaydi. Maqoladagi natijadan kelib chiqadigan metodik xulosa komissiyani izolyatsiyada baholamaslikdir: vositachi qo‘shimcha talabni jalb qilishi ham mumkin. Xorijiy bog‘lanish mahalliy sababiy ta’sirning dalili sifatida olinmaydi.

Lee va boshq. (2022) sotuv kanali, narx va sodiqlik dasturining mijozning brendga munosabatidagi rolini tekshiradi. Bu mijozning kanal tanlovi faqat narxdan iborat emasligini hisobga olishga yordam beradi. Zhang va boshq. (2025) esa turizm samaradorligini turli daraja va ko‘rsatkichlar bo‘yicha sharhlaydi. Ushbu maqolada kanal daromadi, xizmat marjasi va korxona foydasi shu sababli alohida aniqlanadi.

OECD (2024) raqamli o‘zgarishda kichik turizm biznesiga moliya va malaka bo‘yicha ko‘mak zarurligini qayd etadi. Shadieva (2026) texnologiya bilan xizmat tashkil etish shartlarini birgalikda ko‘rib chiqadi. Bronlash tizimi uchun bunday shartlar narxni yangilash, xonalar mavjudligini muvofiqlashtirish va bekor qilish tartibini tushunarli yuritishdan iborat. Ularning xarajati kanal hisobiga kiritiladi.

Roth va boshq. (2023) taqqoslash guruhiga asoslangan sababiy baholash shartlarini muhokama qiladi. Adabiyotlar tahlili ushbu tadqiqot savolini shakllantiradi: bir xil xizmatni sotishda kanal xarajatlari va yakunlangan buyurtma hajmi o‘zgarganda korxonada qoladigan marjinal natija qanday o‘zgaradi? Javob uchun platformada ko‘rsatilgan buyurtma bilan haqiqiy bajarilgan xizmatni bog‘lash zarur.

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Maqolada adabiyotlarning maqsadli sharhi, rasmiy statistika va shartli moliyaviy taqqoslash qo‘llanildi. Hisoblashning birligi mehmonxona uchun bajarilgan xona-kecha sifatida olinadi. Turpaket yoki ekskursiya korxonasida birlik tegishli yakunlangan xizmatga almashtiriladi. Bir bron bir necha xona va bir necha kechani qamrashi mumkin; bron soni xona-kecha soniga tenglashtirilmaydi.

Ma’lumotlar protokolida buyurtmaning yagona identifikatori, kanal, xizmat sanasi, narx, chegirma, komissiya, to‘lov xarajati va bajarilish holati belgilanadi. Bekor qilingan bron, kelmagan mijoz va yakunlangan xizmat ajratiladi. Olingan avans xizmat bajarilmaguncha yakunlangan xizmat tushumi sifatida hisobga olinmaydi. Qaytarilgan mablag‘ va bekor qilish to‘lovi alohida qayd etiladi.

Kanallar bir xil davr, xizmat turi va narx shartida taqqoslanadi. Soliq hamda buxgalteriya tan olish qoidalari moslashtiriladi. Modeldagi tushum qaytarishlar va chegirmalardan keyingi xona xizmatlari qiymati sifatida olinadi; vositachining ushlab qolgan summasi xarajat tarkibida alohida ko‘rsatiladi. Savdo modeli bo‘yicha korxona daromadini tan olish boshqa tartibda yuritilsa, taqqoslashdan oldin yozuvlar yagona asosga keltiriladi.

Ishonchlilik bronlash reyestri, platforma hisoboti va to‘lov hujjatlarini solishtirish orqali tekshiriladi. Validlik ko‘rsatkichning yakunlangan xizmat va shu xizmatga tegishli xarajatni bir xil davrda aks ettirishiga bog‘liq. Mijozlarning shaxsiy ma’lumotlari tahlil uchun zarur bo‘lmagan shaklda tarqatilmaydi. Taklif etilgan protokol kelgusidagi kuzatuv rejasi bo‘lib, bajarilgan so‘rov deb taqdim etilmaydi.

2025-yil axborotnomasida Samarqand viloyati bozor xizmatlari hajmi 78 163,0 mlrd so‘m va o‘sish indeksi 115,9 foiz deb ko‘rsatilgan (Milliy statistika qo‘mitasi, 2026, 59-bet). Bu turizm yoki onlayn bronlashning alohida hajmi emas. Raqam viloyat xizmatlar bozorining umumiy kontekstini beradi; undan kanal ulushi va komissiya xarajatini aniqlab bo‘lmaydi.

Respublikaga kelgan xorijiy fuqarolarning turistik safarlari 2025-yilda 11 679,6 mingta bo‘lib, 2024-yilga nisbatan 3 722,4 mingta ko‘paygan (Milliy statistika qo‘mitasi, 2026, 170-bet). Bu safarlar soni, noyob mijozlar soni emas. Ularning barchasi Samarqand mehmonxonasida yashagan yoki onlayn bron qilgan degan xulosa chiqarilmaydi. Viloyat korxonasidagi sotuv hajmi uning o‘z xizmat reyestridan olinadi.

SDMX 500 bo‘yicha viloyat o‘rtacha oylik nominal ish haqi 2024-yildagi 3 323 198,6 so‘mdan 2025-yilda 3 823 945,9 so‘mga o‘zgargan (Milliy statistika qo‘mitasi, sana ko‘rsatilmagan). Bu ma’lumot bronni qayta ishlashning korxonadagi tannarxini bevosita bermaydi. Tannarx uchun operatorning haqiqiy sarflagan vaqti, ish haqi va boshqa xarajatlar kerak. Hududiy ko‘rsatkichlardan foydalanish chegaralarini saqlash natijani ortiqcha talqin qilishdan himoya qiladi.

Kanal tushumi $R_k = N_k \times P_k$ orqali ifodalanadi. N_k — yakunlangan xona-kechalar, P_k — ularning o‘rtacha realizatsiya narxi. Taqsimot xarajati D_k komissiya, to‘lovni qayta ishlash, reklama, kanal texnik xizmati va tegishli qaytarish xarajatini qamrab oladi. Taqsimot xarajatlaridan keyingi daromad $R_k - D_k$ bo‘ladi. Uni barcha korxona xarajatlari chiqarilgan sof foyda deb atash mumkin emas.

Xizmatning marjinal natijasi $CM_k = R_k - D_k - VC_k$ shaklida hisoblanadi. VC_k — shu xizmatlarni bajarish bilan bog‘liq o‘zgaruvchan xarajat. Korxonaning umumiy ijara, boshqaruv va boshqa doimiy xarajatlari qolsa, CM_k yakuniy foydani ifodalamaydi. Kanalni tanlash qarorida o‘zgaradigan doimiy xarajat ham alohida kiritiladi. O‘zgarmaydigan umumiy xarajatning taqsimlanishi esa iqtisodiy qo‘shimcha xarajat bilan aralashtirilmaydi.

Mehmonxona uchun bandlik sotilgan xona-kechalar sonining sotuvga mavjud xona-kechalar soniga nisbatidir. ADR xona tushumining sotilgan xona-kechaga, RevPAR esa xona tushumining mavjud xona-kechaga nisbatidir. Ta’mirdagi va sotuvdan chiqarilgan xonalar uchun quvvatni hisoblash qoidasi davrlar bo‘yicha bir xil saqlanadi. Taqsimot xarajatlaridan keyingi RevPAR hisoblanganida uning ta’rifi odatdagi yalpi RevPARdan farqlanishi ochiq ko‘rsatiladi.

Kanal xarajatining pastligi xizmat hajmi teng bo‘lgandagina bevosita taqqoslanadi. Vositachini qisqartirish qo‘shimcha mijozning yo‘qolishiga olib kelsa, komissiya tejami yo‘qolgan marjinal daromad bilan birga hisoblanadi. To‘g‘ridan-to‘g‘ri bronlashda komissiya bo‘lmasligi reklama, sayt va to‘lov xizmatlari tekinligini anglatmaydi. Mazkur qoida kanal tanlashning iqtisodiy mazmunini belgilaydi.

Barcha keyingi sonlar metodik misol uchun qabul qilingan. Bir oyda har ikkala kanalda 100 ta xona-kecha yakunlangan va o‘rtacha narx 500 ming so‘m deb olinadi. OTA komissiyasi shartli 18 foiz; boshqa OTA kanal xarajatlari ushbu soddalashtirilgan misolda nol deb qabul qilinadi. To‘g‘ridan-to‘g‘ri kanalda to‘lov xarajati tushumning 2 foizi, reklama esa bajarilgan har xona-kecha uchun 40 ming so‘m. Oylik tizim xarajati 1 mln so‘m. Bu qiymatlar amaldagi platforma tarifi emas.

TAHLIL VA NATIJALAR

Har ikkala variantda xizmatning o‘zgaruvchan xarajati xona-kecha uchun 150 ming so‘m, jami 15 mln so‘m bo‘ladi. OTA uchun 50 mln tushumdan 9 mln komissiya chiqib, taqsimot xarajatlaridan keyingi daromad 41 mln va xizmat marjasi 26 mln so‘m qoladi. Bevosita kanalda 1 mln to‘lov xarajati, 4 mln reklama va 1 mln tizim xarajati chiqadi. Natijada daromad 44 mln, xizmat marjasi 29 mln so‘m bo‘ladi.

1-jadval.
Bir xil xizmat hajmida shartli kanal hisobi[1]

Ko‘rsatkich mln so‘m	OTA kanali	Bevosita kanal
Xona tushumi	50,0	50,0
Komissiya yoki to‘lov	9,0	1,0
Reklama	0,0	4,0
Tizimning oylik xarajati	0,0	1,0
Taqsimotdan keyingi daromad	41,0	44,0
Xizmatning o‘zgaruvchan xarajati	15,0	15,0
Xizmat marjasi	26,0	29,0

Shartli bevosita kanalning marjinal natijasi $0{,}30 \times N - 1$ ko‘rinishida ifodalanadi, bunda summa mln so‘mda va N bajarilgan xona-kechalarda. Har xona-kechadan 0,50 mln tushumdan 0,01 mln to‘lov, 0,04 mln reklama va 0,15 mln xizmat xarajati chiqariladi. OTAda 100 ta xizmat uchun marja 26 mln so‘m. Bevosita kanalda $0{,}30 \times N - 1 = 26$ tenglamasi $N = 90$ ni beradi. Demak, aynan shu farazlarda bevosita kanal 90 ta xizmatga tushganda iqtisodiy natijalar tenglashadi.

Bu chegara barcha holatlar uchun umumiy norma emas. Reklama to‘lovi bajarilgan xizmatga emas, bosishlar yoki ko‘rishlarga bog‘langan bo‘lsa, xarajat funksiyasi qayta tuziladi. OTA komissiyasi 12 foiz bo‘lganda 100 ta xizmatning marjasi 29 mln, 24 foiz bo‘lganda esa 23 mln so‘m bo‘ladi. Bevosita kanalda xizmat hajmi teng qolib, reklama jami 8 mln so‘mga yetsa, uning marjasi 25 mln so‘mga tushadi.

1 Manba: Muallifning shartli iqtisodiy hisob-kitoblari asosida tuzilgan.

2-jadval.
Shartli natijaning kanal shartlariga sezgirligi[2]

Holat	OTA marjasi	Bevosita marja
Asosiy holat 100 ta xizmat	26 mln	29 mln
OTA komissiyasi 12%	29 mln	29 mln
OTA komissiyasi 24%	23 mln	29 mln
Bevosita kanalda 90 ta xizmat	26 mln	26 mln
Bevosita reklama 8 mln	26 mln	25 mln

Manba: har qatorda asosiy farazlardan faqat ko‘rsatilgan shart o‘zgartirilgan.

Shartli hisob sotuv kanalining ustunligi xizmat hajmi va xarajatga birgalikda bog‘liqligini ko‘rsatadi. Bir xil tushumda bevosita kanalning marjasi yuqoriroq bo‘lishi mumkin, lekin reklama qimmatlashishi yoki yakunlangan xizmat kamayishi bu farqni yo‘qotadi. Bu natija vositachidan to‘liq voz kechish tavsiyasi emas. Korxona bo‘sh quvvatni sotish va mavjud mijozning boshqa kanalga o‘tishini ajratishi kerak.

Bekor qilish darajasi ham xarajat hisobiga ta’sir qiladi. Faqat bronlangan qiymatni kuzatish bilan haqiqiy xizmat tushumi ortiqcha baholanishi mumkin. Bir xil yakunlangan hajm turli dastlabki bron sonidan kelib chiqsa, qayta ishlash va qaytarish xarajati farqlanadi. Kanal bo‘yicha bronning xizmatgacha yetib borish ulushi, bekor qilish sababi va mablag‘ qaytarish muddati shu sababli alohida tahlil qilinadi.

Keyingi empirik tadqiqotda oylik ma’lumotlar asosida tizimga ulanishdan oldin va keyin natijalar taqqoslanadi. O‘xshash quvvat va xizmat turiga ega taqqoslash korxonalari, mavsum, narx siyosati va bir vaqtdagi yangilanishlar hisobga olinadi. Parallel trend hamda joriy etish vaqtiga mos usul tanlanadi (Roth va boshq., 2023). Ushbu maqolada regressiya bajarilmagan va sababiy koeffitsiyent berilmagan.

Kanal bo‘yicha qaror oylik marja bilan cheklanmasligi kerak. Mijozning qaytishi, xizmatni o‘zgartirish qulayligi va shikoyatni hal qilish imkoniyati keyingi sotuvga ta’sir qilishi mumkin. Bunday natijalar alohida kuzatiladi; ularning pul qiymati dalilsiz modelga qo‘shilmaydi. Kanallarni aralashtirib qo‘llashning foydasi esa real mijoz oqimi va korxona quvvati asosida baholanadi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Onlayn bronlash tizimlarining iqtisodiy natijasini baholashda tushum, taqsimot xarajatlaridan keyingi daromad va xizmat marjasi ajratilishi kerak. Komissiya tejami sotuv hajmidan alohida talqin qilinsa, kanal tanlash noto‘g‘ri xulosaga olib kelishi mumkin. Taklif etilgan tartib yakunlangan xizmat va unga tegishli xarajatni bir hisobda bog‘laydi.

Samarqand viloyati turizm korxonalariga buyurtmaning yagona identifikatori, sotuv kanali va bajarilish holatini birlashtiruvchi reyestr yuritish tavsiya qilinadi. Kanal bo‘yicha oylik hisobga komissiya, reklama, to‘lov, texnik xizmat va qaytarish xarajatlari kiritiladi. Taqqoslash bir xil xizmat turi va mavsumda bajariladi; kanallarni o‘zgartirishdan oldin hajm kamayishi ssenariysi tekshiriladi.

Kelgusi bosqichda haqiqiy bronlash va moliyaviy hisobotlardan foydalanib, korxona turlari bo‘yicha farqlar aniqlanishi zarur. Rasmiy hududiy statistika bu hisobotlarning o‘rnini bosmaydi. Shartli natijalar kanal ustunligini oldindan belgilamaydi, balki qarorni tekshiriladigan ma’lumotlar bilan asoslash usulini beradi.

MAVZUGA OID ADABIYOTLAR SHARHI

1. 1. Buhalis, D. va Law, R. (2008) “Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet—The state of eTourism research”, Tourism Management, 29(4), 609–623. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2008.01.005.
2. 2. Jiang, C. va Phoong, S.W. (2023) “A ten-year review analysis of the impact of digitization on tourism development (2012–2022)”, Humanities and Social Sciences Communications, 10, 665. https://doi.org/10.1057/s41599-023-02150-7.
3. 3. Lee, S.H., Deale, C.S. va Lee, J. (2022) “Does it pay to book direct?: Customers’ perceptions of online channel distributors, price, and loyalty membership on brand dimensions”, Journal of Revenue and Pricing Management, 21(6), 657–667. https://doi.org/10.1057/s41272-022-00382-x.
4. 4. Milliy statistika qo‘mitasi (2026) O‘zbekiston Respublikasining ijtimoiy-iqtisodiy holati. 2025-yil yanvar–dekabr. Toshkent. 58–59 va 170-betlar. Muallif taqdim etgan rasmiy statistik axborotnoma.
5. 5. Milliy statistika qo‘mitasi. O‘rtacha hisoblangan oylik ish haqi, yillik. SDMX 500; 2017–2025-yillar. Muallif taqdim etgan statistik PDF jadval.
6. 6. O’Connor, P., Assaker, G. va El Haddad, R. (2025) “Online Travel Agency Participation: An Empirical Investigation of Its Financial Contribution to U.S. Hotel Profitability”, Cornell Hospitality Quarterly, 66(4). https://doi.

2 Manba: Muallif tomonidan bazaviy model va sezgirlik tahlili natijalari asosida tuzilgan.

org/10.1177/19389655251318185.
7. 7. OECD (2024) OECD Tourism Trends and Policies 2024. Paris: OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/80885d8b-en.
8. 8. Roth, J., Sant'Anna, P.H.C., Bilinski, A. va Poe, J. (2023) "What's trending in difference-in-differences? A synthesis of the recent econometrics literature", Journal of Econometrics, 235(2), 2218–2244. https://doi.org/10.1016/j.jeconom.2023.03.008.
9. 9. Shadieva, G.M. (2026) "Sun'iy intellekt zamonaviy xizmat ko'rsatish sohasi transformatsiyasining strukturaviy omili sifatida", Iqtisodiy taraqqiyot va tahlil, 4(2), 303–308. https://doi.org/10.60078/2992-877X-2026-vol4-iss2-pp303-308.
10. 10. Zhang, Q., Chen, J.L., Li, G. va Jiao, X. (2025) "Digital transformation and tourism performance: A systematic literature review and research agenda", Tourism Economics, OnlineFirst. https://doi.org/10.1177/13548166251383186.

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. № 10

© 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