



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

№4

Google
Scholar

OPEN ACCESS

ULRICHSWEB[®]
GLOBAL SERIALS DIRECTORY

OpenAIRE

ROAD

НАУЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ
БИБЛИОТЕКА
LIBRARY.RU

Academic
Resource
Index
ResearchBib

ISSN
INTERNATIONAL
STANDARD
SERIAL
NUMBER
INTERNATIONAL CENTRE

CYBERLENINKA

BASE

INDEX COPERNICUS
INTERNATIONAL

Crossref



ISSN: 2992-8982

<https://yashil-iqtisodiyot-taraqqiyot.uz/>

2025



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Bosh muharrir:

Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich

Elektron nashr. 1190 sahifa.

E'lon qilishga 2025-yil 7-aprelda ruxsat etildi.

Bosh muharrir o'rinbosari:

Karimov Norboy G'aniyevich

Muharrir:

Qurbonov Sherzod Ismatillayevich

Tahrir hay'ati:

Salimov Oqil Umrzoqovich, O'zbekiston Fanlar akademiyasi akademigi
Abduraxmanov Kalandar Xodjayevich, O'zbekiston Fanlar akademiyasi akademigi
Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich, texnika fanlari doktori (DSc), professor
Rae Kvon Chung, Janubiy Koreya, TDIU faxriy professori, "Nobel" mukofoti laureati
Osman Mesten, Turkiya parlamenti a'zosi, Turkiya – O'zbekiston do'stlik jamiyati rahbari
Axmedov Durbek Kudratillayevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Axmedov Sayfullo Normatovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Abduraxmanova Gulnora Kalandarovna, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Kalonov Muxiddin Baxritdinovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Siddiqova Sadoqat G'afforovna, pedagogika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
Xudoyqulov Sadirdin Karimovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Maxmudov Nosir, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Yuldashev Mutallib Ibragimovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Samadov Asqarjon Nishonovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, professor
Slizovskiy Dimitriy Yegorovich, texnika fanlari doktori (DSc), professor
Mustafakulov Sherzod Igamberdiyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Axmedov Ikrom Akramovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Eshtayev Alisher Abdug'aniyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Xajiyev Baxtiyor Dushaboyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Hakimov Nazar Hakimovich, falsafa fanlari doktori (DSc), professor
Musayeva Shoira Azimovna, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), professor
Ali Konak (Ali Ko'nak), iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor (Turkiya)
Cham Tat Huei, falsafa fanlari doktori (PhD), professor (Malayziya)
Foziljonov Ibrohimjon Sotvoldix'o'ja o'g'li, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dots.
Utayev Uktam Choriyevich, O'z.Respub. Bosh prokuraturasi boshqarma boshlig'i o'rinbosari
Ochilov Farkhod, O'zbekiston Respublikasi Bosh prokuraturasi IJQKD boshlig'i
Buzrukxonov Sarvarxon Munavvarxonovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent
Axmedov Javohir Jamolovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
Toxirov Jaloliddin Ochil o'g'li, texnika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), katta o'qituvchi
Bobobekov Ergash Abdumalikovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), v.b. dots.
Djudi Smetana, pedagogika fanlari nomzodi, dotsent (AQSH)
Krissi Lyuis, pedagogika fanlari nomzodi, dotsent (AQSH)
Glazova Marina Viktorovna, iqtisodiyot fanlari nomzodi (Moskva)
Nosirova Nargiza Jamoliddin qizi, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent
Sevil Piriyeva Karaman, falsafa fanlari doktori (PhD) (Turkiya)
Mirzaliyev Sanjar Makhamatjon o'g'li, TDIU ITI departamenti rahbari
Ochilov Bobur Baxtiyor o'g'li, TDIU katta o'qituvchisi



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Editorial board:

Salimov Okil Umrzokovich, Academician of the Academy of Sciences of Uzbekistan
Abdurakhmanov Kalandar Khodjayevich, Academician of the Academy of Sciences of Uzbekistan
Sharipov Kongirاتبay Avezimbetovich, Doctor of Technical Sciences (DSc), Professor
Rae Kwon Chung, South Korea, Honorary Professor at TSUE, Nobel Prize Laureate
Osman Mesten, Member of the Turkish Parliament, Head of the Turkey–Uzbekistan Friendship Society
Akhmedov Durbek Kudratillayevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Akhmedov Sayfullo Normatovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Abdurakhmanova Gulnora Kalandarovna, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Kalonov Mukhiddin Bakhridinovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Siddikova Sadokat Gafforovna, Doctor of Philosophy (PhD) in Pedagogical Sciences
Khudoykulov Sadirdin Karimovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Makhmudov Nosir, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Yuldashev Mutallib Ibragimovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Samadov Askarjon Nishonovich, Candidate of Economic Sciences, Professor
Slizovskiy Dmitriy Yegorovich, Doctor of Technical Sciences (DSc), Professor
Mustafakulov Sherzod Igamberdiyevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Akhmedov Ikrom Akramovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Eshtayev Alisher Abduganiyevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Khajiyev Bakhtiyor Dushaboyevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Khakimov Nazar Khakimovich, Doctor of Philosophy (DSc), Professor
Musayeva Shoira Azimovna, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Professor
Ali Konak, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor (Turkey)
Cham Tat Huei, Doctor of Philosophy (PhD), Professor (Malaysia)
Foziljonov Ibrokhimjon Sotvoldikhoja ugli, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Associate Professor
Utayev Uktam Choriyevich, Deputy Head of Department, Prosecutor General's Office of Uzbekistan
Ochilov Farkhod, Head of DCEC, Prosecutor General's Office of Uzbekistan
Buzrukkhonov Sarvarkhon Munavvarkhonovich, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Akhmedov Javokhir Jamolovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences
Tokhirov Jaloliddin Ochil ugli, Doctor of Philosophy (PhD) in Technical Sciences, Senior Lecturer
Bobobekov Ergash Abdumalikovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Acting Associate Professor
Judi Smetana, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor (USA)
Chrissy Lewis, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor (USA)
Glazova Marina Viktorovna, Candidate of Economic Sciences (Moscow)
Nosirova Nargiza Jamoliddin kizi, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Associate Professor
Sevil Piriyeva Karaman, Doctor of Philosophy (PhD) (Turkey)
Mirzaliyev Sanjar Makhamatjon ugli, Head of the Department of Scientific Research and Innovations, TSUE
Ochilov Bobur Bakhtiyor ugli, Senior lecturer at TSUI

Ekspertlar kengashi:

Berkinov Bazarbay, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Po'latov Baxtiyor Alimovich, texnika fanlari doktori (DSc), professor
Aliyev Bekdavlal Aliyevich, falsafa fanlari doktori (DSc), professor
Isakov Janabay Yakubbayevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Xalikov Suyun Ravshanovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent
Rustamov Ilhomiddin, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent
Hakimov Ziyodulla Ahmadovich, iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent
Kamilova Iroda Xusniddinovna, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
G'afurov Doniyor Orifovich, pedagogika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
Fayziyev Oybek Raximovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent
Tuxtabayev Jamshid Sharafetdinovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent
Xamidova Faridaxon Abdulkarim qizi, iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent
Yaxshiboyeva Laylo Abdisattorovna, katta o'qituvchi
Babayeva Zuhra Yuldashevna, mustaqil tadqiqotchi

Board of Experts:

Berkinov Bazarbay, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Pulatov Bakhtiyor Alimovich, Doctor of Technical Sciences (DSc), Professor
Aliyev Bekdavlal Aliyevich, Doctor of Philosophy (DSc), Professor
Isakov Janabay Yakubbayevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Khalikov Suyun Ravshanovich, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Rustamov Ilkhomiddin, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Khakimov Ziyodulla Akhmadovich, Doctor of Economic Sciences, Associate Professor
Kamilova Iroda Xusniddinovna, Doctor of Philosophy (PhD) in Economics
Gafurov Doniyor Orifovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Pedagogy
Fayziyev Oybek Raximovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economics, Associate Professor
Tukhtabayev Jamshid Sharafetdinovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economics, Associate Professor
Khamidova Faridaxon Abdulkarimovna, Doctor of Economic Sciences, Associate Professor
Yakhshiboyeva Laylo Abdisattorovna, Senior Lecturer
Babayeva Zuhra Yuldashevna, Independent Researcher

08.00.01 Iqtisodiyot nazariyasi
08.00.02 Makroiqtisodiyot
08.00.03 Sanoat iqtisodiyoti
08.00.04 Qishloq xo'jaligi iqtisodiyoti
08.00.05 Xizmat ko'rsatish tarmoqlari iqtisodiyoti
08.00.06 Ekonometrika va statistika
08.00.07 Moliya, pul muomalasi va kredit
08.00.08 Buxgalteriya hisobi, iqtisodiy tahlil va audit
08.00.09 Jahon iqtisodiyoti
08.00.10 Demografiya. Mehnat iqtisodiyoti
08.00.11 Marketing
08.00.12 Mintaqaviy iqtisodiyot
08.00.13 Menejment
08.00.14 Iqtisodiyotda axborot tizimlari va texnologiyalari
08.00.15 Tadbirkorlik va kichik biznes iqtisodiyoti
08.00.16 Raqamli iqtisodiyot va xalqaro raqamli integratsiya
08.00.17 Turizm va mehmonxona faoliyati

Muassis: "Ma'rifat-print-media" MChJ

Hamkorlarimiz: Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti, O'zR Tabiat resurslari vazirligi, O'zR Bosh prokuraturasi huzuridagi IJQK departamenti.

Jurnalning ilmiyligi:

“Yashil” iqtisodiyot va taraqqiyot” jurnali

O'zbekiston Respublikasi
Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar
vazirligi huzuridagi Oliy
attestatsiya komissiyasi
rayosatining
2023-yil 1-apreldagi 336/3-
sonli qarori bilan ro'yxatdan
o'tkazilgan.



MUNDARIJA

Цифровизация социально-трудовых отношений: вызовы и перспективы для работников	18
Абдумухтаров Анваржон Акрамжонович	
O'zbekistonda faoliyat ko'rsatayotgan soliq to'lovchi yuridik shaxslarning iqtisodiy faoliyatini rag'batlantirish masalalari.....	26
To'xtaboyev Nuriddin Isomiddin o'g'li	
Ecotourism in Protected Areas: A Literature Review.....	32
Ismoilova Maftuna Mamat qizi	
Iqtisodiyotning innovatsion rivojlanishi sharoitida xizmatlar sohasini rivojlantirishning hududiy xususiyatlari.....	38
Primova Shaxlo Jumayevna	
Statistik baholash va ekonometrik modellashtirish orqali biznes rivojlanish tendensiyalarini samaradorligini baholash.....	43
Xabibullayev Ibrohim, Saidova Marhabo Xabibullo qizi	
Tijorat banklarida xususiy kapital hisobi va auditini takomillashtirish	52
Qodirova Zilola Maxmud qizi	
Qo'shilgan qiymat solig'i ma'muriyatchiligining ilg'or xorij tajribasi.....	57
Erkayev Nodir Xudayberdiyevich	
O'zbekistonda yashil iqtisodiyotni joriy etish holati va asosiy yo'nalishlari.....	71
Madraximova Zulfiya Nurmatovna, Ishankulova Komila Kurbanovna, Ortiqboeva Aziza Xolmurza qizi, Omonkulova Ro'zigul Akmaljon qizi	
Challenges and opportunities in implementing green economy indicators in uzbekistan's industrial sector under the fourth industrial revolution.....	76
Shodmonov Ruslan Golib ugli, Mustafakulov Sherzod Igamberdiyevich	
Rivojlangan mamlakatlarga ishchi kuchi oqimi va O'zbekiston mehnat bozoridagi o'zgarishlar.....	89
Tilabova Kumush Farhod qizi	
Mamlakatda "yashil" iqtisodiyotni rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarini takomillashtirish	95
Yuldashboyev Azizulloh Bunyodbek o'g'li, Matkarimov Inomjon Baxtiyorovich	
"Ta'lim muassasalarida moliyaviy resurslarni samarali rejalashtirish va boshqarish"	101
Bauyetdinov M.J., Medetbayeva D.T.	
Enhancing utilization and minimization of renewable energy systems in uzbekistan	105
To'irova Hamida Umedovna	
Tijorat banklari daromadini oshirishda aholining savodxonligi va xulq atvorining roli	114
Shakhlo Davirova	
2020–2024-yillarda o'zbekistondagi iqtisodiy o'sish dinamikasi	120
Akbarov Nodir, Ibodullayev Navro'zbek	
O'zbekistonda xalqaro moliyaviy institutlarning yashil moliyalashtirish jarayonidagi roli va strategik yo'nalishlari	125
Gulmira Axmadjonova Xabibulla qizi	
Sug'urta tizimiga raqamli texnologiyalarning ta'siri	133
Uzaqova Kamola Bexzodovna, Yahyoyev Bahriddinxon Bahroil o'g'li	
Improving payment services practices in commercial banks: strategies for efficiency and security.....	138
Mamayusuf Abdusamatov	
Jahon moliya tizimi: asosiy tendensiyalar va rivojlanishning innovasion yo'nalishlari	143
Ataniyazov Jasurbek Xamidovich	
Повышение конкурентоспособности экологического туризма Узбекистана путём развития всесезонных горных туристических центров.....	150
Ахмедходжаев Равшан Темурович	
Xo'jalik yurituvchi subyektlar tashqi iqtisodiy faoliyatida valyuta operatsiyalarini takomillashtirish	157
Safarov Alisher Ibrohim o'g'li	



Oliy ta'lim tizimini miqdoriy va sifat ko'rsatkichlari asosida baholashning kompleks metodologiyasi.....	163
Hakimova Mushtariybonu Hamid qizi, Bozorova Muazzam Hamid qizi	
Ko'chmas mulkni boshqarish samaradorligini baholashning uslubiy yondashuvlari	167
Mirdjalilova Dildora Shuxratovna	
Xizmatlar sohasini rivojlantirishda kichik biznesning ahamiyati va uning innovatsion rivojlantirishdagi muhim xususiyatlari	173
Ulasova Oygul Baxtiyorovna	
Результаты долгосрочного прогнозирования и стратегического анализа эффективной организации современного управления жилищным фондом.....	178
Бердиева Дилфуза Ахатовна	
Improving long-term assets accounting and auditing	184
Gulboy Yusupov	
Davlat budjeti va xususiy sektor ishtirokida oliy ta'limni moliyalashtirishning optimal modeli.....	189
Bozorov Alisher Ro'zimurodovich	
Xufyona iqtisodiyotni qisqartirishda soliq islohotlari va raqamli texnologiyalar: O'zbekiston tajribasi va xalqaro yondashuvlar.....	193
Choriev Makhmayokub, Karimov Mamurbek, Xamrayev Olimjon, Urazov Mansur	
Bank aksiyalarining bozordagi narx dinamikasi va unga ta'sir etuvchi omillar	200
Nomozov Samandar Shuxrat o'g'li	
Sanoatda rivojlanish kafolati: moliyaviy boshqaruvni raqamli transformatsiya orqali avtomatlashtirish.....	206
To'qlijev Abdirauf Bahodir o'g'li	
Inson kapitalini rivojlantirishning jamiyat farovonligi, aholi daromadlariga ta'siri.....	214
Bozorova Saxobat Abdujapparovna	
Анализ конкурентной среды: методология, примеры и этапы процесса.....	219
Садикова Раъно Абдуллаевна	
Tijorat banklarida muammoli kreditlarning nazariy asoslari va ular bilan ishlash mexanizmining zaruriyati	225
Salixova G.J	
Iqtisodiyotda energiya xavfsizligiga erishishning xorij tajribasi.....	230
Samandarov Og'abek Alisher o'g'li	
Measuring methodologies of influence of the esg factors	235
Tolipova Feruza Alisherovna	
Совершенствование налогового администрирования в условиях экологически устойчивого развития.....	240
Омонов Отажон Журакулович	
Moliyaviy vositalar asosida erkin iqtisodiy zonalarni rivojlantirish strategiyasini takomillashtirish	249
Quziev Ravshan Ramazanovich	
Методологические аспекты внедрения управленческого учета в университетах Узбекистана.....	253
Каршиева Мохинур Олим кизи	
Budjet tashkilotlarida tovar-moddiy zaxiralar hisobini takomillashtirish (tibbiyot muassasalari misolida)	257
Tulyaganov Abdumalik Abdiraximovich	
Умные города как фактор экономического развития.....	261
Нозима Кахрамоновна Хакбердиева	
Перспективы зеленого фактора экономического роста в Республики Узбекистан.....	266
Исламова Насиба Улугбек кизи, Абдурашидов Отабек Улугбекович, Мамасалиева Мукаддас Ибадуллаевна	
Qurilish korxonalarida sifat menejmentini joriy qilish mexanizmlarini takomillashtirish	270
Ergashev O'tkir, Saidov Mash'al Samadovich	
Xorazm viloyatida eksportni rivojlantirish uchun potensial imkoniyatlar va ularni baholash.....	275
Fozil Xolmurotov	
Maishiy xizmatlar sohasini davlat tomonidan tartibga solishning nazariy jihatlar.....	282
Quliyev Begimqul Melikovich	



O'zbekiston hududlarida chakana kreditlashning o'sishi.....	289
Eshqobulova Charos O'roq qizi	
Empowering uzbekistan's grain enterprises: innovative strategies for sustainable growth and operational efficiency.....	292
Kurbanova Dildora Abdurakhmanovna	
Kapital investitsiyalarga doir axborotlarni xususiy kapital to'g'risidagi hisobotda aks ettirish uslubiyatini takomillashtirish	298
Boronov Bobur Farxodovich, Muxammadiev Zarrux Umarovich	
To'qimachilik korxonalarining yashil iqtisodiyotga o'tishi va yengil sanoat korxonalarini muqobil energiyadan samarali foydalanish yo'llari	303
Xolbekova Feruzaxon Rasulovna, Jalolova Aziza Jalol qizi	
Research on the effects of interest rate, inflation rate and gross domestic product (GDP) on the level of foreign direct investment (FDI) inflows (evidence from Uzbekistan).....	307
Azimov Shakhzod	
Organik mahsulotlar eksportini rag'batlantirishda maqsadli bozorlarga yo'naltirilgan marketing strategiyalari.....	314
Xidirov Shohrux Bobir o'g'li	
Korxona iqtisodini barqarorligini ta'minlash masalalari.....	319
Abdullayev Maqsud Abdumaxmudovich	
Внедрение инновационных методов управления человеческих ресурсов в строительных компаниях.....	323
Джураева Гузаль Шавкатовна	
Sug'urta zararlarini baholashda sun'iy intellektni qo'llash istiqbollari	328
Shoraximova Zilola Nasirdjonovna	
O'zbekiston Respublikasi mahalliy budjet tizimini moliyalashtirish masalalari	332
Qo'ldoshev Diyor O'rol o'g'li	
Raqamli texnologiyalar asosida raqamli ekotizimlar va ularning biznes-jarayonlarga ta'sirini aniqlashga ilmiy qarashlar tahlili	336
Suvanova Dilnoza Dilmurod qizi	
Innovatsion salohiyatni oshirish asosida qurilish materiallari sanoati korxonalarining boshqaruv mexanizmlarini takomillashtirish	342
Xaydarova E'zoza Shukurullayevna	
Aholi turmush darajasini dinamik kontekstli normallashtirish va moslashuvchan vaznlar usuli orqali baholash	352
Xolto'rayev Islom Ilhomovich, Ollokulova Feruza Mansurovna	
O'zbekiston Respublikasida xufiyona iqtisodiyotini qisqartirish va mamlakat rivojlanishiga uning ta'siri.....	358
Baxtiyorov Sherahli Muzaffarovich	
Qayta tiklanuvchi energiya manbalari qurilmalarini aholi tomonidan xarid qilish va kompensatsiya ajratish jarayonlarini raqamlashtirish hamda tizimlar integratsiyasi istiqbollari.....	362
Ochilov Abdujabbor Akramovich	
O'zbekistonda kambag'allikni qisqartirish va aholi farovonligini oshirishda chet el tajribasining afzalliklari.....	369
Raxmatullayeva Shaxnoza Xamidovna, Akbarova Iroda Samatovna	
Qurilishda loyiha boshqaruvi konsepsiyasining mazmuni	375
Pulatov Shaxron Axmedovich	
Loyiha budjeti va uning ijrosini ta'minlash masalalari.....	379
Murodova Mohigul Chori qizi, Xamidov Odil Davurovich	
Qishloq xo'jaligidagi chorvachilik tarmog'ining iqtisodiy faoliyatini o'rta muddatli statistik prognozlarini tuzish (Andijon viloyati misolida).....	390
Iskandarov Davlatbek Xursanbekovich, Urishev Baxtiyor Abdusamatovich, Muydinov Xusniddin Nuriddin o'g'li	
Innovatsion faoliyatning iqtisodiy samaradorligini baholash va rivojlantirish yo'llari.....	397
Qurbonov Tolmasjon Namoz o'g'li, Shodiyev Fazliddin Qalandar o'g'li, Holmirzayeva Gulruh Akbarovna	
Fond bozorida kompaniyaning investitsion jozibadorligini baholash uslubiyoti.....	403
Yulduz Usmanova	
Jahon bozoriga kirishda elektron bozorlarning ahamiyati.....	411
Hamroyeva Umda	



Comparative statistical analysis of foreign trade indicators of the Republic of Uzbekistan	415
Abdujalilova Bibisora Bakhodir kizi	
Yaxshi korporativ boshqaruv orqali aktsiyadorlik jamiyatlarining kapital qiymatini oshirish: metodologik yondashuv.....	423
Urinov Bobur Nasilloevich	
JAS – barqaror qishloq xo'jaligini rivojlantirishning yapon modeli vositasi	423
Baynazarov Elmurod Erkinovich	
Xususiy banklarning depozit operatsiyalarini mustahkamlash yo'llari	435
Olimov Abror Axadjon o'g'li	
The impact of digital financial technologies on the financial system.....	439
Yahyoyev Bahriddinxon Bahroil o'g'li, Pardayev Olim Mamayunosovich	
Korxona eksport salohiyatini oshirishning "yashil" marketing mexanizmi	443
To'rayev Shohrux Halimovich	
O'zbekistonda ichki turizmni rivojlantirishda turistik oqim mavsumiyligini boshqarish yo'llari	448
Fayazov Muxiddin Sobirovich	
Sanoat korxonalarida qayta tiklanuvchi energiya manbalaridan foydalanish bo'yicha xalqaro tendensiyalar	453
Bobobekov Ergash Abdumalikovich	
Ayollar tadbirkorligining tarixi: O'zbekiston va dunyo bo'yicha rivojlanishi.....	459
Burxanova Sabo Tulanovna	
Qimmatli qog'ozlar bozorida investorlar risklarini pasaytirishni takomillashtirish yo'llari.....	466
Xalilov Umid Ishtemirovich	
Korxona moliyaviy ko'rsatkichlari tahliliga fundamental yondashuv.....	470
Dilshodjon O'rinov, Sanobar Ismoilova	
Iqtisodiy o'zgarishlar davrida korxonalar moliyaviy barqarorligining ta'minlanishi omil va mezonlari	475
Xolbekova Dilobarxon Rasuljon qizi	
Cash accounting as a tool of financial discipline and transparency in the public sector.....	481
Marqaboyev Sardorbek Abdusalomovich, Annayev Abdurasul Abdurashidovich	
Пути совершенствования практике финансирования социального предпринимательства.....	486
И.Ж.Исаков	
O'zbekistonda an'anaviy resurslar va qayta ishlanadigan energiya manbalarini rivojlantirish imkoniyatlaridan unumli foydalanish	490
Normurodov Xusan Eshmaxmatovich, Kaxramanova Sevdal Shamsiddin qizi	
Ijtimoiy salohiyat – hududiy iqtisodiyotni rivojlantirishning boshqaruv obyekti sifatida.....	497
Erkayeva Gulbahor Panjiyevna, Zoirov G'olibjon Toshtemir o'g'li	
Xorazm oziq-ovqat bozorida mahsulotlarning raqobatbardoshligini oshirishda marketing faoliyatlarini baholash usullari	503
Abdikarimova Zilola Baxramovna	
Переход к зелёной энергетике узбекистана как возможность достижения устойчивого экономического роста.....	508
Бай Жин Хуан (Bai Jin xuan)	
Изучение условий финансирования проектов международными банками развития	513
Жалилова Барнохон Суръатжонова	
O'zbekiston respublikasi budjet jarayonida budjetlarning ochiqqligi va jamoatchilik ishtirokini oshirish.....	517
Shodmonqulov Temurbek Ulug'bek o'g'li	
Chiqib ketayotgan aktivlarni hisobga olish va baholash masalalari	522
Kuziyeva Dinora Bahodirovna	
Asosiy kapitalga investitsiyalarning iqtisodiy o'sishga ta'siri.....	528
Qo'shbaqov Aybek Shovqiyevich	
Changes in employee benefits and human resource management in accounting system of the Republic of Uzbekistan	535
Ravshanbekov Lazizbek Tolibjon o'g'li, Toshpulatova Munisabonu	



Iqtisodiyot tarmoqlarida suv iste'molini boshqaruvining raqamlashtirish tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarini takomillashtirish istiqbollari.....	541
Karimov Anvarjon Muqumjonovich	
Теоретические аспекты налогообложения доходов физических лиц на основе всеобщего декларирования	547
Усманова Мухлиса Сагдуллаевна	
Bank tizimini raqamlashtirish va uning bank barqarorligiga ta'siri.....	555
Sayfullayev Jamshidjon Xabibjanovich	
Kambag'allikni qisqartirish va aholi bandligini ta'minlashda tadbirkorlik faoliyatining o'rni	560
Saparov Ismat Chorshanbiyevich	
Innovatsion korxonalarda xarajatlar hisobining zamonaviy usullari	565
Turayev Og'abek Kaxramonovich, Ochilov Shavkat Toshmamatovich	
Дополнительные услуги в индустрии гостеприимства как эффективный инструмент продвижения бренда предприятия	570
А.И. Лесников, Д.В. Мамаева	
Преимущества и вызовы перехода на зелёную экономику	580
Умарова Гузал Гайратовна, Лапасова Камола Фарход кизи	
Yashil iqtisodiyot sharoitida hududlarda ishlab chiqarish korxonalarining iqtisodiy samaradorligini oshirish	586
Ibrogimov Sherzodbek Xalimjon o'g'li, Djurayeva Maxliyoxon Xayrullayevna	
Yashil iqtisodiy o'sishni ta'minlashda bevosita soliqlar rolini oshirish masalalari	591
Abdullayev Dilmurod Aliyar o'g'li	
The main directions for improving innovative activities in agriculture	598
Aytmuratova Miyrigul Zhalgasovna	
Klaster tizimi orqali O'zbekistonda qishloq xo'jaligining iqtisodiy o'sishi	605
Xaydarov Sardor Komil o'g'li	
Inklyuziv ta'lim: adolatli va teng jamiyat sari	610
Muxamedjanova Dilshodxon Muzaffarovna	
Yashil iqtisodiyot: muammo va yechimlar	615
Boymatov Xoliyor Qurbonovich	
Issues of using foreign loans in the development of the transport system in the Republic of Uzbekistan	621
Alimov Ilhomjon Ikromovich	
Проблемы и резервы развития пищевой промышленности в экспортном направлении.....	628
Ўролова Севара Бехзод кизи	
Оценка степени риска инновационной деятельности	634
Алиева Эльнара Аметовна	
Yashil innovatsiyalar, ularning turlari va omillari.....	638
Maxkamova Sayyora Shokirovna	
Qishloq xo'jaligida transport tizimidan samarali foydalanishning nazariy asoslari.....	641
Turdiyeva Irodaxon Ismoil qizi	
Soliq ma'murchiligida nazorat funksiyasi va unda kameral soliq tekshiruvi hamda takomillashtirish yo'llari.....	648
Hujamuradov Abrorbek Ro'zimurat o'g'li	
Sanoat korxonalarida xarajatlarni mahsulot tannarxiga taqsimlash metodologiyasini takomillashtirish istiqbollari	653
Safarov Javohir Ismoilovich	
Moliyaviy hisobotlarni shakllantirishda milliy standartlarni xalqaro standartlarga uyg'unlashtirish masalalari	659
G'aniyev Zafar Usanovich	
Ta'lim kreditini moliyalashtirish jamg'armasi faoliyati.....	666
Adilov Zuxriddin Marip o'g'li	
Tibbiyot muassasalarining moliyaviy ta'minoti va resurslardan foydalanish mexanizmlariga ta'sir qiluvchi omillar	670
Elmurodov G'ayratjon Abdumurodovich	
Tourism finance for sustainability: investing in green futures	674
Tashpulatov Sadriddin Sayfulloyevich	



Ta'lim jarayonlarini boshqarishda mobil texnologiyalar	681
Esonova Mohiraxon Sodiqjon qizi, Ovхunov Iqboljon Abdunabiyevich, Sherzodbek Nabiyev Nurmuhammad o'g'li	
Banklarda risklarni nazorat qilishning amaliyoti	686
Jumanazarov Muzaffar Jumanazar o'g'li	
Налоговые реформы в Узбекистане: вызовы, достижения и перспективы	692
Садиков Искандар Гайратович, Буранова Лола Вахобовна	
Turizm xizmatlari samaradorligini baholash usullari va vositalari tahlili	704
Jiyanov Uktam Panjiyevich	
Korxona va tashkilotlarda xodimlarni boshqarish strategiyasi	712
Raxmonova Feruza Musakulovna	
Maktabgacha ta'lim tashkiloti direktorlarini menejerlik faoliyatiga tayyorlashning ahamiyati	716
Dusmaxamedov Abduljalil Abdusabirovich	
Davlat korxonasini xo'jalik jamiyatiga o'zgartirishning foydali jihatlari	720
Z.D. Sanjarov	
The role and main types of agricultural tourism in Uzbekistan	724
M.Xolmuratova, G.N.Tojiyeva	
Цифровые технологии как драйвер повышения эффективности банковского маркетинга	727
Кахрамонов Хуршиджон Шухрат угли, Маннабова Хулкар Фарход кизи	
Потребительская стоимость товаров в условиях экономики Узбекистана	735
Мусаева Шоира Азимовна	
Valyuta risklarini boshqarishda metching siyosatining ahamiyatini oshirish	739
Yahuyayev Ziyodilla Lutfullayevich	
Yangi o'zbekiston iqtisodiyotida xususiy tadbirkorlikning roli va ahamiyati	744
Azimova Shoxista Salohiddinovna	
Improving the methodology for assessing the financial stability of banks	750
Sharipova N.H.	
Инструменты стратегического планирования и прогнозирования в управлении ООО "МТЕ TECHNIK": оценка и повышение финансовой стабильности	757
Нишоновна Муниса Одилжон кизи	
Актуальные вопросы налоговой политики	763
Бердыева Угулой Абдурахмоновна	
Ilm-fanni moliyalashtirish va innovatsiyalarni qo'llab-quvvatlash jamg'armasi	768
Ramazonov Javohir Bekzod o'g'li	
Jizzax viloyatida ekologik, rekreatsiya turizmlarini rivojlantirishning iqtisodiy samaradorligini baholash va uni prognozlashtirish	773
G'apparov Azim Qayumovich	
Qashqadaryo viloyatida ekologik va yashil texnologiyalarga kiritilayotgan investitsiyalar	781
Meylikov Fazliddin Abduhalim o'g'li, Buriyev Shaxbos Baxtiyorovich	
Biznes subyektlari auditida soddalashtirilgan moliyaviy hisobot tayyorlash usulini qo'llash xususiyatlari	786
Tajekeev Ziyatdin Kobeysinovich	
Biznes jarayonlarni modellashtirishning nazariy asoslari	791
Mullajonova (Matchanova) Shaxsanam Taxirovna	
Raqamli xizmatlar bozori: elektron tijorat orqali xizmat ko'rsatishning yangi bosqichlari	796
Maxammadaliyeva Muslimaxon Sherali Qizi	
"Yashil iqtisodiyot"ga o'tish zaruriyati va uni barqarorlashtirishning ahamiyati	800
Musurmankulova Gulchehra Isabekovna	
Ekologik turizm nuqtai nazaridan turizm marketingining usullari va asosiy vositalarining xususiyatlari	806
Yokubjonova Xulkarbonu Yokubovna	
O'zbekiston iqtisodiyotida turizmning o'rni va rivojlanish istiqbollari	815
Qosimova Fazilat, Kalandarov Ravshan	
Korporativ strategiyani ishlab chiqish bosqichlarining tahlili	819
Xidirova Marg'uba Rustamovna, Abduvasiyeva Marjona Anvarovna	



Mamlakatimiz turizmini rivojlantirishda investitsiyalarni jalb qilish bo'yicha o'tkazilayotgan islohotlarning o'rni.....	823
Ayubov Ilyos Ilxomovich, Nuridinov Bexruz Akbar o'g'li	
Hududlarda tadbirkorlarning islomiy investitsiyalardan foydalanish niyatlariga undovchi omillarning empirik tadqiqoti.....	829
Irgasheva Gulbahor	
Davlat vositalari yordamida innovatsion faoliyatni moliyaviy rag'batlantirish yo'nalishlari	836
Baxriddinov Nodirbek Zamirdinovich	
Важность качества управления на предприятиях общественного питания.....	842
Абдуллаева Зульфия Иззатовна, Махмудов Суннатжон Абдужаббор Угли	
O'zbekistonda "yashil" moliyalashtirishni rivojlantirish yo'nalishlari	848
Shaislamova Nargiza Qabilovna	
Mahalliy budjetning qo'shimcha daromadlarini shakillantirish yo'nalishlari.....	856
Yuldashev Javohirbek Ikromjon o'g'li	
Davlat moliyaviy nazoratida axborot texnologiyalaridan foydalanishni kengaytirish masalalari	860
Ro'zimatova Nigora Abdullaevna	
Принципы «справедливой стоимости» в мсфо: достоинства и проблемы применения в банках узбекистана	869
Айтмуродова Рушана Бахтиеровна	
Yashil iqtisodiyot loyihalarini moliyalashtirishning nazariy jihatlari	876
Allaberganova Asalxon Kadirovna	
Davlat moliyaviy nazoratini tashkil etish hamda amalga oshirish tartibini takomillashtirish	880
Xasanov Ruslan Raxmatovich	
Yirik soliq to'lovchilar va ularning investitsiyaviy faolligini investitsiyaviy chegirmalar orqali rag'batlantirish	883
Tohirov Shuhrat Niyoz o'g'li	
MHXS bo'yicha moliyaviy hisobot tayyorlashda foydalaniladigan tuzatuvchi buxgalteriya yozuvlar.....	888
Sheraliyev Xayrulla Karimovich	
Qurilish korxonalarida investitsiyalarni boshqarishning xorijiy tajribalari va ularni mamlakatimizda foydalanish yo'llari	894
Karimov Inomjon Ortikbaevich	
Davlat xaridini tashkil etishning ijtimoiy-iqtisodiy amaliyati va uni iqtisodiyotga ta'siri.....	900
Burxanov G'ofur Baxodirovich	
Влияние технологических инноваций на международные финансовые рынки, а также на финансовый рынок нашего государства.....	904
Бабаназарова Гульзар Зиуатдиновна	
Strategic development of global companies in modern conditions.....	909
Nasimov Bakhtiyor Vasiyevich	
Hududlarda sog'liqni saqlash tizimi asosiy ko'rsatkichlarini noaniq modellashtirish yordamida kompleks baholash.....	914
Ismoilova Dilfuza Ibodullayevna	
Tijorat banklari faoliyatini transformatsiyalashuv jarayonlarini takomillashtirish.....	923
Kulboyeva Nargiz Majitovna	
Сущность и причины возникновения проблемных кредитов	929
Улмасой Ахмедова Хусан кизи	
The use of digitalization and technologies in updating credit policy.....	934
Otabek Ma'mirjon ogli Azimov	
Финансовое моделирование сценариев развития предприятия с использованием методов многокритериального принятия решений (МКПР).....	938
Axmedov Akbarali Sultonmurodovich, Yuldosheva Gulnoza Abdinabievna	
Yuqori samarali energiya tejash texnologiyalari va katalizga asoslangan konversiya jarayonlari.....	945
Yusupov Ulug'bek Mamayusupovich	
Kambag'allikni kamaytirish maqsadida aholining ijtimoiy himoyalash mexanizmini takomillashtirish	951
Kasimova Gulyar Axmatovna	



Tijorat banklarida foiz riski muammosi	957
Turdiyev Abdulhakim Kulbazarovich	
Milliy mahsulotlarni tashqi bozorlarga olib chiqishdagi to'siqlarni bartaraf qilish choralari.....	964
Abdivaliyev Shahzodbek Xayrullayevich	
Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni moliyalashtirish usullari.....	970
Kaxorova Zamira Safaraliyevna	
O'zbekistonda mehmonxonalarda ovqatlantirish xizmatlarini takomillashtirish konsepsiyasi: strategik yondashuv.....	974
Yaxshiyev Xusniddin Tolibovich	
O'zbekiston sanoatida "yashil texnologiyalar"dan foydalanish va barqaror rivojlanish.....	979
Ubaydullaeva Gulchehra Erkabaevna	
Sanoat korxonalarida resurslarini rejalashtirish (ERP) tizimlarini joriy etishning orqali iqtisodiy samaradorlikni ta'minlash yo'llari	985
Azizov Abdulla Abdisalamovich	
Yashil texnologiyalar asosida sanoatni modernizatsiya qilish	990
Muftaydinov Mansur Kiyomidinovich	
Ta'lim va ilm-fan rivoji – taraqqiyot garovi	995
Jamalova Gulnora Gulomovna	
Yashil iqtisodiyot sharoitida turizm sektorida barqaror bandlikni ta'minlash masalalari.....	1000
To'rabekov Sohijon Sherboy o'g'li	
Yashil energitikasi integratsiya qilish va energiya samaradorligini oshirishning zamonaviy usuli (aqlli tarmoqlar-smart grids)	1007
Karimova Salima Elamonovna	
Yashil iqtisodiyot sharoitida soliqlarni raqamlashtirishni takomillashtirish	1012
Jo'rayev Botir Abdiyevich	
Yashil iqtisodiyotda tiklanadigan energiya manbalaridan foydalanish samaradorligi (TEM ko'rsatkichlar izohi)	1018
Sharifova Nargiza Djurayevna	
Экономическое образование молодёжи основа будущего страны.....	1023
Айматова Фарида, Айтиниязова Наргиза	
Biznes turizmining bugungi kundagi rivojlanish tendensiyasi.....	1028
Yangiyeva Sabrina Ixtiyorovna, Daniyarova Feruza Bahriddinovna	
Особенности кредитования сельскохозяйственных организаций и этапы его развития.....	1032
Ж.Я.Нуриллаев	
Xorijiy tajriba asosida O'zbekiston yashil iqtisodiyotini takomillashtirish yo'llari.....	1039
Xikmatova Husnora Fatxulla qizi	
Yashil iqtisodiyot sharoitida kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishda davlatning roli	1045
Umarov Muzaffar Yusupbayevich, Otamurodov Rasulbek Batirovich, Xaitbayev Jasurbek Otaxanovich, Atadjanov Kadambay Sapayevich	
Mintaqada raqamli transformatsiya rivojlanishida moliyaviy texnologiyalarning ahamiyati.....	1052
Rustamov Jasurbek Ravshanbek o'g'li	
Tijorat banklaridan olingan kreditni qaytarishda foiz stavkalari ta'sirining tahlili.....	1058
Xanmuratov Roushenbek Xalmuxammetovich, Vaxabov.A.V	
Tabiiy va sun'iy tolalarning ekologik ta'siri va yashil ishlab chiqarish texnologiyalariga o'tish bosqichlari.....	1066
Raximov Furqat Jalalovich	
Maishiy kimyo tovarlari B2B taqsimotida chakana savdo tarmoqlari bilan marketing asosidagi strategik hamkorlik	1071
Ro'ziyeva Farzona Komiljon qizi	
Мировой финансовый кризис и его влияния на состояние экономики Узбекистана	1076
Раупова Мхлисахон Ибрахимжон кизи	
Uzoq muddatli aktivlar hisobini xalqaro standartlar asosida takomillashtirish.....	1087
Hakimov Faxritdin Abdusattorovich	
O'zbekistonda tadbirkorlikni rivojlantirishning o'ziga xos xususiyatlari	1093
Djo'rayeva Lola Abdugabbarovna	



Yo'l qurilish tashkilotlarida yo'l qurilish ko'lamini oshirib, samarali resurslar taqsimotini ishlab chiqish.....	1099
Raximov Dilshodjon Turdiali o'g'li	
Ilg'or xorij tajribalaridan O'zbekiston amaliyotida foydalanish imkoniyatlari	1104
Karimova Komila Daniyarovna	
Ichki audit samaradorligini tahlil qilish metodologiyasi.....	1111
I.G'.Isroilov	
Выведение практического сотрудничества на качественно новый уровень государств центрально-азиатского региона в укреплении концепции «зеленой экономики» в эпоху глобализации.....	1117
Парпиева Наргиза Тахировна	
Kimyo sanoati korxonalarida lean production konsepsiyasidan foydalanish istiqbollari	1122
Gulbayeva Feruza Islomovna	
Qimmatli qog'ozlar bozorida auditorlik xizmatlarining ahamiyati.....	1127
Maxmudov Saidjamol Kadirjanovich	
Tijorat banklari resurs bazasini mustahkamlash yo'llari	1131
Allaberganov Sirojali Saxatovich	
Теоретические основы формирования понятия «финансовая стабильность» Часть II	1143
Алиева Сусанна Сейрановна	
O'zbekiston moliya tizimini raqamlashtirishning rivojlanish tendensiyalari.....	1148
Tashmatova Rano Gaibovna, Qodirov Nurhayot Normuhammad o'g'li	
Theoretical basis of the use of modern information technologies in accounting	1154
Annavayev Abdurasul Abdurashidovich, Tojiboyev Jasurbek Shavkat o'g'li, Rustamov Suxrob Asror o'g'li	
Moliyaviy bozorlar chayqalmoqda: investorlar uchun yangi signalmi?	1158
Xushvaqov Islombek Muxammadi o'g'li, Yaxshiboyev Jahongir Abdualimovich	
Yashil moliyalashtirish va esg samaradorligining iqtisodiyot barqarorligidagi o'rni.....	1166
Yusupov Sherzodbek Baxtiyor o'g'li, Atadjanov Kadambay Sapayevich, Madraimov Xabibulla Madaminovich	
Tijorat banklarida muammoli kreditlarni kamaytirish bo'yicha tizimlarni takomillashtirish yo'llari	1170
Bekmurodova Mahbuba Mahmudovna	
Maqola: Globalizatsiyada inson resurslarini boshqarishda raqamli transformatsiyaning rejasini tuzish	1177
Salimjonova Gulhayo Asliddin qizi, Ovxunov Iqboljon Abdunabiyevich, Nabiye Sherzodbek Nurmuhammad o'g'li	
Turizm sanoatida Internet-marketing vositalari va ulardan samarali foydalanish	1182
Babaev Jo'rabek	



TURIZM SANOATIDA INTERNET-MARKETING VOSITALARI VA ULARDAN SAMARALI FOYDALANISH

Babaev Jo'rabek

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti tadqiqotchisi

Annotatsiya: Maqolada turizm sanoatida qo'llaniladigan asosiy Internet marketing vositalari ko'rib chiqiladi. Qidiruv tizimini optimallashtirish (SEO), kontent marketingi, kontekstli reklama, elektron pochta marketingi, ta'sir qiluvchi marketing, agregatorlardan foydalanish, SMM va veb-tahlil kabi usullarning tizimli tahlili o'tkazildi. Bu ushbu vositalarning har biri sayyohlarni jalb qilish, turizm brendi xabardorligini oshirish va onlayn bron qilish sonini oshirishga qanday yordam berishini ko'rsatadi. O'zbekistonda turizmni rivojlantirishda internet-marketingning ahamiyatiga alohida e'tibor qaratilmoqda. Raqamli reklama kanallaridan kompleks foydalanish sayyohlik yo'nalishlarining raqobatbardosh ustunliklarini mustahkamlash va sohaning barqaror o'sishini ta'minlash imkonini beradi, degan xulosaga kelindi.

Kalit so'zlar: internet-marketing; turizm; SEO; ijtimoiy tarmoqlar; kontent-marketing; onlayn-reklama; veb-tahlil; SMM.

Abstract: This paper examines key Internet marketing tools used in the tourism industry. A systematic analysis of such methods as search engine optimization (SEO), content marketing, contextual advertising, email marketing, influencer marketing, use of aggregators, SMM and web analytics is conducted. It is shown how each of these tools contributes to attracting tourists, increasing tourism brand awareness and increasing the number of online bookings. Special attention is paid to the importance of Internet marketing for tourism development in Uzbekistan. It is concluded that the integrated use of digital promotion channels can strengthen the competitive advantages of tourist destinations and ensure sustainable growth of the industry.

Key words: Internet marketing; tourism; SEO; social networks; content marketing; online advertising; web analytics; SMM.

Аннотация: В работе рассматриваются ключевые инструменты интернет-маркетинга, применяемые в туристической индустрии. Проведен системный анализ таких методов, как поисковая оптимизация (SEO), контент-маркетинг, контекстная реклама, email-маркетинг, инфлюенсер-маркетинг, использование агрегаторов, SMM и веб-аналитика. Показано, как каждый из этих инструментов способствует привлечению туристов, повышению узнаваемости туристического бренда и увеличению числа онлайн-бронирований. Особое внимание уделено значению интернет-маркетинга для развития туризма в Узбекистане. Сделаны выводы о том, что комплексное использование цифровых каналов продвижения позволяет усилить конкурентные преимущества туристических направлений и обеспечить устойчивый рост отрасли.

Ключевые слова: интернет-маркетинг; туризм; SEO; социальные сети; контент-маркетинг; онлайн-реклама; веб-аналитика; SMM.

KIRISH

So'nggi yillarda raqamli texnologiyalar jadal rivojlanishi turizm sohasida yangi imkoniyatlar eshigini ochdi. Internet orqali axborot tarqatish, mijozlar bilan muloqot qilish va mahsulot/xizmatlarni reklama qilish turizm sub'ektlari uchun strategik ahamiyat kasb etmoqda. Bu jarayonda internet marketing muhim o'rin tutadi.

Bizga ma'lumki, internet marketing – bu raqamli platformalar orqali tovar va xizmatlarni ilgari surish jarayonlarini o'z ichiga olgan faoliyatdir. Turizmda u sayyohlik agentliklari, mehmonxonalalar, gidlar va transport xizmat ko'rsatuvchilar uchun mijozlarni jalb etish va saqlab qolishning samarali vositasidir.



Turizmda internet marketingning asosiy vazifalari:

- Onlayn reklama (Google Ads, Facebook, Instagram reklama);
- SEO (qidiruv tizimlari uchun optimallashtirish);
- Kontent marketing (bloglar, videolar, foto-galereyalar);
- Elektron pochta orqali marketing;
- Sayyohlar fikr-mulohazalarini targ'ib qilish (TripAdvisor, Booking.com) kabilarni o'z ichiga oladi.

Respublikamizda ham raqamli iqtisodiyotning rivojlanib borishi internet marketingni rivojlantirishga talabni kuchaytirmoqda. Shuning bilan bir vaqtda internet marketingdan samarali foydalanishda ma'lum muammolar mavjudki, ular ushbu tizimni mukammal tadqiq etishga undaydi. Shu munosabat bilan ushbu maqolaning maqsadi ham turizmda internet-marketing vositalarini tizimli tahlil qilish orqali ilmiy asoslangan xulosalar shakllantirish va taklif va tavsiyalar ishlab chiqishdan iborat.

MAVZUGA OID ADABIYOTLAR SHARXI

Turizm sohasida internet marketingga oid bir qator xorijiy va mahalliy olimlar tomonidan tadqiqotlar olib borilgan. Taniqli marketolog Filip Kotlarning qator asarlarida internet marketingga oid fikr mulohazalarini uchratishimiz mumkin. Xususan, Filip Kotler va hammualliflari Bowenning "Makens – Marketing for Hospitality and Tourism"[1] asari mehmonxona va turizm sohaslarida marketingning klassik asoslarini qamrab oladi. Bu kitobda internet va raqamli marketingning turizmga ta'siri alohida muhokama etiladi.

Shuningdek, Jahon turizm tashkiloti tomonidan tayyorlangan UNWTO – Digital Marketing Guidelines for Tourism Destinations [2] qo'llanmasi turizm brendlarini raqamli muhitda ilgari surish bo'yicha xalqaro standartlar va keyslar bilan boyitilgan.

Yana bir taniqli xorijiy olim A. M. Morrisonning "Tourism Marketing in the Age of the Consumer" [3] asarida "tarmoqli sayyoh" konsepsiyasini ochib beradi va zamonaviy turist modeli uchun internet marketing strategiyalarini taklif etadi.

Xorijlik olimlardan Chaffey, D. & Ellis-Chadwick, F.larning – Digital Marketing [4] asarida internet marketingning umumiy nazariy asoslari va turizm sohasidagi tatbiqotlari qamrab olinadi.

Shuningdek, O'zbekiston Turizm Milliy qo'mitasining rasmiy veb-sayti bo'lgan "Uzbekistan.travel" [5] saytida O'zbekistondagi sayyohlik yo'nalishlari, infratuzilma, internet texnologiyalar va rasmiy targ'ibot kampaniyalari haqida ma'lumotlar, Spot.uz va Daryo.uz – Internet nashrlarida esa O'zbekiston turizm sohasidagi yangiliklar, raqamli islohotlar va joriy tendensiyalar yoritilib borilayotganligini kuzatishimiz mumkin.

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Mazkur tadqiqotda ilmiy abstraksiya, induksiya va deduksiya, tahlil va sintez, guruhlash va taqqoslash singari umumilmiy usullardan foydalanildi. Shuningdek, ushbu tadqiqot ishida tahlilning qiyoslash va ustun usullari, statistik usullaridan hamfoydalanilgan.

TAHLIL VA NATIJALAR

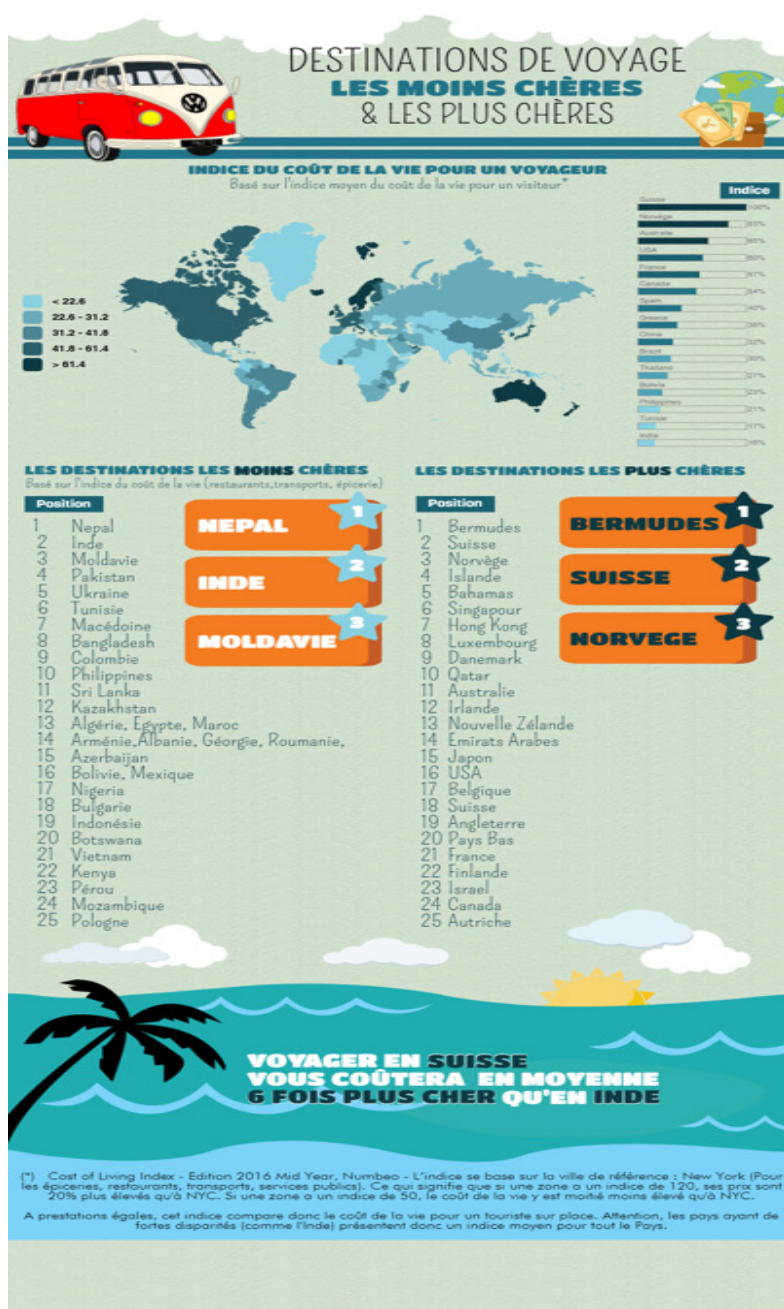
Maqolamizning ushbu qismida turizmda internet-marketing vositalarini har birini tizimli tahlil qilishga harakat qilamiz. Avvalombor qidiruv tizimini optimallashtirish ya'ni SEO (Search Engine Optimization) dan boshlaymiz.

Qidiruv tizimini optimallashtirish (SEO) - qidiruv tizimlarida veb-saytning ko'rinishini yaxshilash bo'yicha chora-tadbirlar to'plamidir. Sayohat kompaniyalari uchun SEO muhim rol o'ynaydi, chunki ko'pchilik sayohatchilar sayohatni rejalashtirishni onlayn qidiruvlar orqali boshlaydilar. Mehmonxona yoki turoperator veb-saytining Google yoki Yandex qidiruv natijalaridagi mavqeini yaxshilashi maqsadli tashrif buyuruvchilar oqimini bevosita oshiradi. Odatda, qidiruv natijalarida saytning o'rnini qanchalik baland bo'lsa, qiziqqan foydalanuvchilar shunchalik ko'p unga bosadilar. Shunga ko'ra, SEO sayohat brendlariga ko'proq organik trafik (to'lamaydigan tashrif buyuruvchilar) olish va to'g'ridan-to'g'ri reklama xarajatlarsiz kengroq auditoriyani qamrab olish imkonini beradi. Turizmdagi asosiy SEO amaliyotlari orasida mashhur turizm kalit so'zlarini tanlash (masalan, "Samarqandga sayohatlar", "Buxorodagi mehmonxonalar"), ushbu so'rovlar uchun kontentni optimallashtirish, saytni yuklash tezligini va mobil qurilmalar uchun moslashishni yaxshilash hamda tashqi havolalar bilan ishlash (turistik ma'lumotnomalarda ro'yxatdan o'tish, uchinchi tomon resurslaridan sharhlar olish) kiradi. Bularning barchasi qidiruv algoritmlari uchun saytning dolzarbligini oshiradi va uning reytingini yaxshilaydi. Natijada, sayyohlik kompaniyasi o'zlari yo'nalishlari yoki xizmatlari haqida ma'lumot qidiradigan va mijozlarga aylantirilishi mumkin bo'lgan barqaror tashrif buyuruvchilar oqimini oladi. SEO uzoq muddatli ta'sirni yaratadi: sayt yuqori natijalarga erishgandan so'ng, turistik taklifga qiziqishni saqlab, uzoq vaqt davomida sayohatchilarni jalb qilishi mumkin.



Keyingi internet marketing vositasi bu kontent internet bo'lib - bu mijozlarni jalb qilish va ushlab turish uchun auditoriyangiz uchun foydali bo'lgan tarkibni yaratish va tarqatish strategiyasidir. Turizm industriyasida kontent marketingi sayohatlar uchun blog yuritish, yo'riqnomalar va diqqatga sazovor joylarga sharhlar yaratish, videoturlar va fotosuratlarini nashr etishda o'zini namoyon qiladi. Yuqori sifatli kontent bir vaqtning o'zida bir nechta muammolarni hal qiladi: u brendga bo'lgan ishonchni oshiradi, SEO-ni yaxshilaydi (chunki qidiruv tizimlari noyob ma'lumot mazmunini qadrlaydi), shuningdek, auditoriyani jalb qilishga yordam beradi. Misol uchun, sayohatga oid maslahatlar yoki mashhur yo'nalishlar haqida infografika bilan maqolalarni muntazam nashr etuvchi sayyohlik agentligi o'z tajribasini namoyish etadi va potensial sayyohlarda qiziqish uyg'otadi. O'quvchi uchun qiymatga qaratilgan kontent (to'g'ridan-to'g'ri reklamadan farqli o'laroq) auditoriyani kompaniya xizmatlaridan foydalanishga bilvosita ishontiradi.

Matnli materiallardan tashqari, vizual formatlar faol qo'llaniladi. Infografika - bu sayohat haqidagi ma'lumotlar va faktlarni vizual tarzda taqdim etish imkonini beruvchi samarali kontent-marketing vositasidir. Infografikadan manzillar reytingi, narxlarni taqqoslash, sayyohlar oqimining mavsumiy tendensiyalari va turistlarni qiziqtirgan boshqa ma'lumotlarni ko'rsatish uchun foydalanish mumkin. Bunday materiallar ijtimoiy tarmoqlarda e'tiborni tortadi va tomoshabinlarning javoblarini uyg'otadi. Quyida turizm statistikasi bilan infografikaga misol keltirilgan (1-rasm).





Eng arzon va eng qimmat sayohat yo'nalishlarini ko'rsatadigan sayohat infografikasiga misol (2016 yilgi yashash qiymati indeksidan olingan ma'lumotlar). Bunday vizual kontent yo'lovchilar e'tiborini va muhim turistik diqqatga sazovor joylarni jalb qilish uchun ishlatiladi.

Unda dunyoning turli mamlakatlarida sayohat xarajatlarining qiyosiy indeksi tasvirlangan bo'lib, dam olish qayerda arzon va qayerda qimmatroq ekanligini aniq ko'rsatib beradi.

Turizm kontent marketingi hissiy jalb qilish bilan chambarchas bog'liq. Haqiqiy sayyohlarning hikoyalari, sharhlar, boradigan mamlakatning madaniy xususiyatlari haqidagi hikoyalar - ularning barchasi potensial mehmonlarda maqsadning yorqin qiyofasini yaratadi. Sifatli kontent bilan sayyohlik kompaniyalari sayohat orzusini rag'batlantiradi, hatto rejalashtirish bosqichida ham talabni yaratadi. Masalan, O'zbekistonning qadimiy shaharlari haqidagi ilhomlantiruvchi maqola yoki Samarqand manzaralari aks ettirilgan video o'quvchini ushbu joylarni o'z marshrutiga kiritishga undashi mumkin. Natijada, kontent marketingi nafaqat tomoshabinlarni saytga jalb qiladi, balki ularni maqsadli harakatga - tur yoki mehmonxonani bron qilishga undaydi.

Yana bir muhim internet marketing vosita bu kontekstli reklama hisoblanadi. Kontekstli reklama - bu foydalanuvchilarning tegishli so'rovlar asosida qidiruv sahifalarida va veb-saytlarda reklama joylashtirishdir. Turizm kontekstli reklama (Search Engine Marketing, SEM) ko'pincha klik uchun to'lov (PPC – Pay Per Click) modellari orqali, masalan, Google Ads yoki Yandex.Direkt yordamida amalga oshiriladi. Ushbu vosita sayohat xizmatlari bilan bog'liq kalit so'zlar uchun qidiruv tizimlarida tezkor ko'rinishni ta'minlaydi. Kompaniyalar foydalanuvchi reklamaga qilgan har bir klik uchun pul to'laydi va kampaniya boshlangandan so'ng darhol potensial mijozlar oqimini oladi. Kuchli raqobatbardosh turizm bozorida kontekstli reklama hatto yosh veb-sayt yoki kichik mehmonxonaga o'z taklifini qidiruv natijalarining birinchi sahifasida joylashtirish imkonini beradi. Masalan, "Orol dengiziga sayohatlar" kabi so'rovda organik qidiruv natijalari tepasida yoki yonida turoperatorlarning Orol dengizi mintaqasiga sayohatlar taklif etuvchi reklamalari ko'rsatiladi. Bu kompaniyaning veb-sayti organik qidiruv natijalarida targ'ib qilinayotganda mijozni jalb qilish imkoniyatini beradi. Kontekstli reklama ham moslashuvchan: siz aniq hududlarga yo'naltirishingiz mumkin (masalan, Samarqanddagi mehmonxona haqidagi e'lonni faqat Rossiya yoki Evropadan kelgan foydalanuvchilarga ko'rsatish), namoyish vaqtini aniqlash (mavsumiy turlarni targ'ib qilish uchun tegishli) va reklama mazmunini aksiyalar yoki maxsus takliflarga mos ravishda tezda o'zgartirishingiz mumkin.

Turizm industriyasining asosiy ishtirokchilari kontekstli reklama uchun katta byudjet mablag'larini sarflaydilar. Onlayn sayyohlik agentliklari (OTA) sayohatni rejalashtirish bosqichlarida sayohatchilar e'tiborini tortish uchun qidiruv reklamalariga milliardlab dollar sarflaydi. Bunday reklama katta trafikni keltirib chiqaradi: hisob-kitoblarga ko'ra, bugungi kunda standart sayohat buyurtmalarining aksariyati onlayn tarzda amalga oshiriladi va kontekstli reklama ushbu bronlarni jalb qilishning muhim kanali hisoblanadi. Biroq, PPC kompaniyalarining samaradorligi to'g'ri sozlashga bog'liq: siz tegishli kalit so'zlarni tanlashingiz, jozibali reklama matnini yaratishingiz va yuqori konvertasiya qilish uchun ochilish sahifalarini optimallashtirishingiz kerak. Uzoq muddatli istiqbolda muvaffaqiyatli kontekstli reklama brend xabardorligini oshiradi va investisiyalarni qoplagan holda yuqori darajadagi ilovalar oqimini ta'minlaydi.

Bugungi kundagi oldindan qo'llanilib kelayotgan ya'na bir muhim internet vosita bu Email-marketingdir. Email-marketing auditoriya bilan muloqot qilish uchun eng qadimgi, ammo baribir samarali raqamli vositalardan biridir. Sayohat sanoatida elektron pochta marketingi sayohatchilar bilan elektron pochta orqali bevosita muloqot qilish uchun ishlatiladi. Kompaniyalar elektron pochta manzillari ma'lumotlar bazalarini to'playdi - ham sobiq mijozlar (mehmonxona mehmonlari, tur ishtirokchilari) va potensial mijozlar (axborot byulletenlari obunachilari). Keyinchalik, ushbu kanallar orqali foydali ma'lumotlar, maxsus takliflar, shaxsiy tavsiyalar va aksiyalar bo'lgan xatlar yuboriladi.

Email-marketingining asosiy afzalligi - shaxsiylashtirish va auditoriyani ushlab turishdir. Misol uchun, mehmonxonalar tarmog'i doimiy mehmonlarga chegirmali promo kodlarini yuborishi yoki mavsumiy turlar savdosi haqida xabar berishi mumkin. Turoperator - mijozning xohishiga ko'ra (ularning oldingi sayohatlari asosida) yangi marshrutlarni tanlash. Ushbu maqsadli pochta jo'natmalari sodiqlikni oshiradi: qimmatli va qiziqarli kontentni olish orqali obunachilar qaytib kelishlari va takroriy bron qilishlari ehtimoli ko'proq. Tadqiqot shuni ko'rsatadiki, elektron pochta marketingi sarmoyadan yuqori daromad keltirishi mumkin; Ba'zi sohalarida har bir investisiya qilingan dollar uchun sotuvchilar o'nlab dollar foyda olishadi. Turizm maktublar turistlar bilan butun hayotiy sikl davomida aloqani saqlab qolishga yordam beradi: ilhom olishdan (kelajakdagi sayohatlar uchun g'oyalarni yuborish), bron qilish (tasdiqlash, eslatmalar), xotira bosqichigacha (sayohatdan keyin sharh yoki fotosurat bilan bo'lishishni taklif qilish).

Shuni ta'kidlash kerakki, butun dunyo bo'ylab elektron pochta auditoriyasi juda katta. Statistik ma'lumotlarga ko'ra, 2019 yilda elektron pochta foydalanuvchilari soni 3,7 milliard kishiga etdi va o'sishda davom etmoqda. O'zbekiston sayyohlik kompaniyalari uchun elektron pochta marketingi xorijlik mehmonlarni ushlab qolish usuli sifatida ayniqsa qimmatlidir: O'zbekistonning turizm infratuzilmasidagi yangilanishlar yoki qaytish takliflari haqidagi xabarlarni olish orqali xorijlik sayyohlar qaytish ehtimoli ko'proq. Shunday qilib, elektron pochta



marketingi takroriy tashriflarni ko'paytirishga va auditoriya bilan to'g'ridan-to'g'ri ishonchli muloqot orqali mamlakatning turistik salohiyati haqida ma'lumot tarqatishga yordam beradi.

Bugungi kunga kelib Influencer marketing ham ommalashib bormoqda. Influencer marketing - bu o'z auditoriyasiga mahsulot yoki yo'nalishni tavsiya qiladigan fikr etakchilari (bloggerlar, mashhur ijtimoiy tarmoqlar foydalanuvchilari) bilan hamkorlikka asoslangan nisbatan yangi vositadir. Turizmga ta'sir o'tkazuvchilar ko'pincha dunyo bo'ylab sayohat qiladigan va o'z taassurotlari bilan o'rtoqlashadigan mashhur sayohat bloggerlari, fotosuratchilar, YouTube yoki Instagram mualliflari. Ularning auditoriyasi ko'pincha ularning tavsiyalarini tinglaydigan o'nlab yoki yuz minglab obunachilarni tashkil qiladi. Mehmondo'stlik kompaniyalari ushbu ta'sir ko'rsatuvchilardan yo'nalishlarni targ'ib qilish, matbuot sayohatlarini tashkil qilish, sharhlar va eslatmalar evaziga bepul turar joy yoki ekskursiyalar bilan ta'minlash uchun foydalanadilar.

Ta'sir qiluvchi marketingning samaradorligi auditoriyaning mustaqil ekspert fikriga bo'lgan yuqori ishonchi bilan izohlanadi. Ta'sir qiluvchining shaxsiy tajribasi orqali etkazilgan mahsulot xabarlarini reklama sifatida emas, balki do'stona maslahat sifatida qabul qilinadi. Iste'molchilar kompaniyaning to'g'ridan-to'g'ri reklama da'volariga qaraganda «haqiqiy odamlar» tavsiyalariga ko'proq ishonadilar. Masalan, Evropadan kelgan mashhur sayyohlik blogeri O'zbekistonga qilgan sayohati haqida gapirsa – sharqona bozorlarning rangi, mahalliy aholining mehmondo'stligi, Buxoroning eng go'zal madrasalarini ko'rsatsa – uning obunachilari bu erlarni ziyorat qilish uchun chinakam ilhom oladilar. Bu mamlakatning ijobiy imidjini yaratadi va talabni rag'batlantiradi.

Influencer marketing, shuningdek, sayyohlarning o'ziga xos bo'sh joylarini nishonga olishga yordam beradi. Ba'zi bloggerlar byudjet sayohatlariga, boshqalari hashamatli ta'tilga, uchinchi esa ekstremal sarguzashtlarga ixtisoslashgan. To'g'ri fikr etakchisini tanlab, sayyohlik kompaniyasi o'z mahsulotini kerakli auditoriyaga targ'ib qilishi mumkin. Masalan, O'zbekistonda tog' turizmini rivojlantirish uchun Fan tog'larida trekking imkoniyatlarini namoyish etadigan alpinistni jalb qilish mumkin. Madaniy va tarixiy turizmni targ'ib qilish esa arxitektura va tarixga qiziquvchi bloggerlar orqali samarali bo'ladi. Natijada, ta'sir etuvchi marketing zamonaviy og'zaki so'z kabi ishlaydi: yo'nalishlar haqidagi ma'lumotlar ijtimoiy tarmoqlarda tez va eksponent tarzda tarqalib, virusli marketing effektini keltirib chiqaradi. Shu bilan birga, tomoshabinlar ushbu tarkibni ishonchli va tavsiya beruvchi deb bilishadi, bu esa qiziqishning haqiqiy sayohatlarga aylanishini sezilarli darajada oshiradi.

Turizmga yana bir platforma bu Agregatorlar va OTAlardir.

Turizmdagi agregatorlar ko'plab sayohat xizmatlarini ko'rsatuvchi provayderlardan takliflarni to'playdigan onlayn platformalardir. Bularga Booking.com, Expedia, Agoda, Ostrovok va boshqalar kabi onlayn sayohat agentliklari (OTA), shuningdek meta-qidiruv tizimlari (Aviasales, Skyscanner, Kayak va boshqalar) kiradi. Ushbu resurslar sanoat uchun muhim marketing va tarqatish kanaliga aylandi. Bugungi kunda sayohatchilarning aksariyati chiptalar va mehmonxonalarni onlayn bron qilishadi, shuning uchun agregatorlarda mavjud bo'lish sayyohlik agentligining raqobatbardoshligi uchun zarur shartdir.

Onlayn sayyohlik agentliklari katta auditoriyaga ega: Expedia Group dunyodagi eng katta OTA, Booking Holdings esa ikkinchi o'rinda turadi. Bunday platformalarda mehmonxona yoki ekskursiya ro'yxati darhol butun dunyo bo'ylab millionlab potensial mijozlarga kirish imkonini beradi. Kichik mehmonxonalar yoki mahalliy sayyohlik agentliklari uchun agregatorlar jahon bozoriga "oyina" bo'lib xizmat qiladi – ular orqali o'zbek mehmonxonalari Evropa, Amerika va Sharqiy Osiyodan kelgan sayyohlar kashf qilishlari va bron qilishlari mumkin. Agregatorlar o'zlarining marketingiga (SEO, reklama, brend) katta miqdorda mablag sarflaydi, trafikni jalb qiladi va shu bilan o'z saytlarida taqdim etilganlarni bilvosita targ'ib qiladi.

To'g'ridan-to'g'ri sotishdan tashqari, agregatorlar sharhlar va reytinglar tizimi orqali marketing funksiyasini bajaradilar. TripAdvisor, Booking.com yoki Google Travel saytlaridagi ijobiy sharhlar xizmatlar sifatining ijtimoiy isbotiga aylanadi va o'z-o'zidan yangi mehmonlarni jalb qiladi. Ko'pgina sayohatchilar takliflarni reyting bo'yicha filtrlaydi, shuning uchun foydalanuvchining yuqori balli reklama vositasi bo'lib xizmat qiladi va turar joyning ko'rinishini oshiradi. Bunga javoban kompaniyalar ushbu tizimlarda o'z obro'sini boshqarishga harakat qiladilar: ular sharhlarga zudlik bilan javob berishadi, mijozlar sharhlari asosida xizmatni yaxshilaydilar. Shuningdek, agregatorlarda mavjudligi talabni tahlil qilish imkonini beradi (qaysi sanalar va yo'nalishlar mashhur, bron qilish trafifi qayerdan keladi) va o'rnatilgan vositalar (aksiyalar, ma'lum ilovalar foydalanuvchilari uchun maxsus takliflar va boshqalar) yordamida narx siyosatini moslashuvchan tarzda sozlash.

Agregatorlar o'z-o'zidan ishonchli brendlarga aylanishi muhim. Sayyoh Xivadagi ma'lum bir mehmon uyining nomini bilmasligi mumkin, lekin uni Booking.com saytida «Tasdiqlangan mehmonlar sharhlari» belgisi bilan ko'rsa, bu allaqachon ishonchni uyg'otadi. Shunday qilib, agregatorlar orqali ishlash zamonaviy sayyohlik korxonalari, ayniqsa, xorijliklarni jalb qilishga e'tibor qaratayotgan O'zbekistonda Internet-marketingning ajralmas qismi hisoblanadi. Bu kanal auditoriya doirasini kengaytiradi va kompaniyalarning o'z reklama harakatlarini to'ldiradi.

SMM (Ijtimoiy Media Marketing) – turizm mahsulotlarini ijtimoiy tarmoqlarda ilgari surish – so'nggi yillarda eng kuchli vositalardan biriga aylandi. Facebook, Instagram, YouTube, TikTok, Telegram va boshqalar kabi platformalar ham reklama kanali, ham tomoshabinlar bilan muloqot qilish platformasi bo'lib xizmat qiladi.



Sayohat brendlari rasmiy sahifalarni yaratadilar, ular muntazam ravishda tarkibni nashr etadilar: go'zal joylarning fotosuratlari, madaniyat haqidagi hikoyalar, mijozlarning sharhlari, tadbirlar e'lonlari. Maqsad - jalb qilinadigan va oxir-oqibat tashrif buyuruvchilarga aylanadigan manfaatdor obunachilar hamjamiyatini shakllantirish.

Ijtimoiy media foydalanuvchilarning demografiyasi, qiziqishlari va xatti-harakati asosida reklama xabarlarini aniq belgilash imkonini beradi. Masalan, O'zbekiston bo'ylab sayohat qilish haqidagi reklama rolikini faqat tarixiy turizmga qiziquvchi ayrim mamlakatlar foydalanuvchilariga ko'rsatish uchun o'rnatishingiz mumkin. Bu esa, javob saytiga eng ko'p tashrif buyuradigan auditoriyani jalb qilib, byudjetdan oqilona foydalanish imkonini beradi. Bundan tashqari, ijtimoiy platformalar kontentning virusli tarqalishini rag'batlantiradi: agar nashr qiziqarli bo'lsa, foydalanuvchilarning o'zlari uni do'stlari bilan baham ko'rishadi. Ushbu "baham ko'rish mumkin bo'lgan kontent" tamoyili turizmga ayniqsa qimmatlidir – diqqatga sazovor joylarning chiroyli fotosuratlari, g'ayrioddiy faktlar yoki milliy bayramlardan olingan videolar tarmoq bo'ylab tez tarqalib, manzilni tan olishni sezilarli darajada oshiradi. Odamlarning shaxsiy akkauntlari orqali tarqatiladigan xabarlar ishonchliroq, chunki ular yaqin tanishlardan tavsiyalar sifatida qabul qilinadi. Bu an'anaviy bir tomonlama reklama bilan solishtirganda ta'sirni kuchaytiradi.

SMM ning yana bir afzalligi mijozlar bilan bevosita muloqotdir. Ijtimoiy tarmoqlar orqali sayyohlik kompaniyalari savollarga javob beradi, so'rovlarni ko'rib chiqadi va sharhlarga (ijobiy va salbiy) zudlik bilan javob beradi. Bu muloqot ishonch va sodiqlik darajasini oshiradi: turist brend o'z auditoriyasi bilan ochiq muloqotda bo'lishini ko'radi. Ko'pgina mamlakatlarning, jumladan, O'zbekistonning milliy turizm idoralari o'z imidjini shakllantirish uchun ijtimoiy tarmoqlardan foydalanadilar: ular heshteglar bilan kampaniyalar o'tkazadilar (masalan, Visit Uzbekistan), sayohatchilar o'rtasida sayohat haqida eng yaxshi fotoreportaj uchun tanlovlar o'tkazadilar va hokazo. Bularning barchasi mamlakat yoki xizmat uchun bepul reklama bo'lgan foydalanuvchilar tomonidan yaratilgan kontentni (UGC) yaratishni rag'batlantiradi. Yuzlab odamlar o'zlarining unutilmas sayohat tajribalarini joylashtirganda, bu ularning do'stlari va izdoshlarining e'tiborini tortadi va potensial mehmonlarning qo'shimcha oqimini yaratadi.

Shunday qilib, SMM butun sayohat majmuasiga birlashtirilgan: ilhomdan (ijtimoiy tarmoqlardagi kontent va reklama orqali) sayohatning o'zigacha (masalan, messengerlar orqali qo'llab-quvvatlash) va keyingi bosqich (ijtimoiy tarmoqlarda sharh almashishni rag'batlantirish). Yoshlar va xalqaro auditoriyaga yo'naltirilgan O'zbekiston turizmi uchun ijtimoiy media marketingi mamlakatning zamonaviy, jozibali qiyofasini yaratish va sayohatchilarning yangi avlodi bilan muloqot qilishning kalitidir.

Va nihoyat Veb-tahlil va ma'lumotlarni qayta ishlash barcha sanab o'tilgan raqamli kanallarning samaradorligini o'lchashni ta'minlaydigan vositadir. Internet-tahlil tizimlari (Google Analytics, Yandex.Metrika va boshqalar) yordamida turizm tashkilotlari onlayn foydalanuvchilarning xatti-harakatlari haqida statistik ma'lumotlarni to'playdi: tashrif buyuruvchilar saytga qayerdan kelganlari, ular qaysi sahifalarni ko'rishlari, qancha vaqt sarflashlari, qanday harakatlarni bajarishlari (bronlash, obuna, fikr-mulohazalarni so'rash). Ushbu ma'lumotlar ongli marketing qarorlarini qabul qilish uchun juda qimmatlidir.

Birinchidan, analitika konvertasiyani kuzatish imkonini beradi - maqsadli harakatni bajargan foydalanuvchilar nisbati. Misol uchun, mehmonxona veb-saytiga tashrif buyurgan 1000 kishidan 50 nafari xonani bron qilgan, ya'ni konvertasiya darajasi 5% ni tashkil qiladi. Buni bilib, siz uni yaxshilash uchun maqsadlar qo'yishingiz mumkin. Foydalanuvchi sayohatini tahlil qilish zaif tomonlarini aniqlaydi: ehtimol ko'p odamlar ma'lumotlarni kiritish bosqichida bron qilishdan voz kechishadi - bu holda shakl soddalashtirilgan bo'lishi kerak. Yoki, masalan, ijtimoiy tarmoqlardan trafik saytdagi blogni faol o'qiyotgani, lekin bron qilishni davom ettirmasligi seziladi - bu kontent qismidan tijorat takliflarigacha bo'lgan yo'lni aniqroq belgilash kerakligini anglatadi (ko'rinadigan «Sayohatni bron qilish» tugmachalarini qo'shing).

Ikkinchidan, tahliliy vositalar auditoriyangizni segmentlarga ajratish imkonini beradi. Aytaylik, AQShdan tashrif buyuruvchilar boshqa mamlakatlardan tashrif buyuruvchilarga qaraganda saytda ko'proq vaqt o'tkazishadi, lekin buyurtma berish ehtimoli kamroq – ehtimol ular ingliz tilidagi ma'lumotlarning etishmasligi yoki qulay to'lov usullari tufayli to'xtab qolgandir. Ushbu ma'lumotni olgandan so'ng, marketologlar saytni segmentga moslashtirishlari mumkin (ingliz tilidagi kontent qo'shish, PayPal ni ulash va h.k.). Xuddi shunday, veb-analitikadan qaysi kanallar eng ko'p «sifatli» tashrif buyuruvchilarni olib kelishini solishtirish uchun ishlatilishi mumkin: masalan, SEO dan kelgan trafik bron qilishning yuqori foizini ko'rsatishi mumkin, pullik reklama esa kamroq foizni ko'rsatishi mumkin yoki aksincha. Keyin byudjetlar yanada samaraliroq kanallar foydasiga qayta taqsimlanadi va umumiy marketing daromadini (ROI) oshiradi.

Uchinchidan, qiyosiy tahlillar onlayn faoliyatni oflayn natijalar bilan bog'laydi. Turizmga bu veb-tahlil ma'lumotlarini haqiqiy ko'rsatkichlar bilan taqqoslashni anglatadi: sotilgan turlar soni, bandlik, daromad. Bunday tizimlar har bir kanal qancha daromad keltirganini tushunishga yordam beradi (masalan, elektron pochta xabarnomasi oyiga qancha bandlov miqdori yoki Google Ads dan har bir bosish qiymati qancha). Bu marketingga investisiyalarni oqlash va xarajatlarni optimallashtirish uchun ayniqsa muhimdir. Misol uchun,



agar Facebook reklamasi past ROI ko'rsatgan bo'lsa va SEO yuqori ROI ko'rsatgan bo'lsa, harakatlarni qayta taqsimlash haqida xulosalar chiqariladi.

Va nihoyat, real vaqt rejimidagi tahlillar talab o'zgarishiga tezkor javob berishga imkon beradi. Agar ma'lumotlar "Toshkent bo'ylab Yangi yil sayohatlari" so'rovi bo'yicha tirbandlik ko'payganini ko'rsatsa, siz ushbu mavzu bo'yicha aksiya yoki bannerni o'z vaqtida ishga tushirishingiz mumkin. Yoki smartfonlardan tashriflar ko'payganini ko'rsangiz, saytning mobil versiyasini yaxshilash mantiqan. Raqamlashtirish asrida ma'lumotlarni yig'ish va tahlil qilish marketing strategiyasining ajralmas qismiga aylandi: qarorlar sezgi emas, faktlar asosida qabul qilinadi. O'zbekiston turizm sanoati uchun veb-analitikani o'zlashtirish mehmonlar ehtiyojlarini aniqroq tushunish va barcha onlayn kampaniyalar samaradorligini oshirishni anglatadi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Internet-marketing turizm industriyasining zamonaviy rivojlanishida, ayniqsa global raqamlashtirish va sayyohlar uchun kuchayib borayotgan raqobat sharoitida hal qiluvchi rol o'ynaydi. Tahlil shuni ko'rsatdiki, raqamli marketing vositalaridan - SEO dan SMMgacha - kompleks foydalanish turizm tashkilotlariga keng xalqaro auditoriyani qamrab olish, potensial sayohatchilar bilan ishonchli munosabatlar o'rnatish va turizm xizmatlarini sotish samaradorligini sezilarli darajada oshirish imkonini beradi.

Ulkan sayyohlik salohiyatiga (boy madaniy va tarixiy meros, noyob landshaft va mehmondo'stlik) ega bo'lgan O'zbekiston uchun Internet-marketing strategiyalarini amalga oshirish ayniqsa dolzarbdir. So'nggi yillarda mamlakatga kirish turizmi sezilarli darajada o'sdi, viza tartibini soddalashtirish va mamlakatni xorijda faol targ'ib qilish natijasida xorijiy sayyohlar soni 2021-yildagi 2,5 milliondan 2023-yilda 5,3 millionga etdi. Ushbu muvaffaqiyatni mustahkamlash va rivojlantirish uchun raqamli platformalarda faol ishlash zarur.

SEO va kontent-marketingdan foydalanish O'zbekistonning jahon internet makonida ko'rinishini oshiradi – shunday qilib, Buyuk Ipak yo'li yo'nalishlari yoki Markaziy Osiyoning tarixiy shaharlari haqida ma'lumot izlash chog'ida sayohatchilar o'zbek resurslaridan yuqori sifatli kontent va xizmatlarni topishlari mumkin.

SMM va influencer marketing ijtimoiy tarmoqlarda mamlakatning jozibador imidjini yaratishga yordam beradi, "Visit Uzbekistan" brendini butun dunyodagi yoshlar va tajribali sayyohlar uchun taniqli va jozibador qiladi. Kontekstli reklama maqsadli segmentlarni maqsadli jalb etishni ta'minlaydi, masalan, qo'shni mamlakatlardagi qishki sport ishqibozlari uchun Chimyon tog'-chang'i kurortlarini reklama qilish. Elektron pochta marketingi va CRM vositalari sayohatchilar tashrifidan keyin u bilan aloqada bo'lishga yordam beradi, takroriy sayohatlar va do'stlarga tavsiyalar berishga undaydi. Agregatorlar va onlayn bron qilish tizimlari esa o'zbek turistik mahsulotini global distributsiyaga birlashtirib, uni dunyoning istalgan nuqtasidan bron qilish uchun qulay va oson qiladi.

Shuni ta'kidlash kerakki, Internet-marketing bir martalik hodisa emas, balki tahlil va moslashishni talab qiladigan uzluksiz jarayondir. Veb-tahlil va sharhlarning doimiy monitoringi O'zbekiston tashkilotlariga bozor talablariga moslashuvchan javob berish, xizmatlar sifatini oshirish va zamonaviy sayyoh izlayotgan narsani taklif qilish imkonini beradi. Natijada, Internet-marketing turizmni barqaror rivojlantirishning harakatlantiruvchi kuchiga aylanadi: mehmonxonalar bandligi ko'payadi, hududlarga sayohatchilar oqimi ko'payadi va sanoatning iqtisodiy rentabelligi yaxshilanadi.

Shunday qilib, O'zbekistonda turizmni rivojlantirish uchun internet-marketingning ahamiyatini ortiqcha baholash qiyin. Raqamli vositalar milliy turizm industriyasi uchun yangi ufqlarni ochadi - bu unga geografik va axborot to'siqlarini chetlab o'tib, millionlab potensial mehmonlarni jalb qilish imkonini beradi. Zamonaviy turizm bozori asosan onlayn bozor bo'lib, Internet-marketing imkoniyatlaridan samarali foydalanadigan mamlakatlar va kompaniyalar sezilarli raqobatdosh ustunlikka ega bo'ladilar. O'zbekiston global raqamli turizm makoniga integratsiyalashgan holda jahon turizm xaritasida jozibador yo'nalish sifatida o'z mavqeini mustahkamlashga va mehmonlar sonining uzoq muddatli o'sishini ta'minlashga qodir, bu esa, o'z navbatida, iqtisodiy taraqqiyot va madaniy almashinuvga xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yhati:

1. Kotler, P., Bowen, J., Makens, J. (2017). Marketing for Hospitality and Tourism. Pearson. (Классическая работа по маркетингу гостеприимства и туризма; содержит базовые концепции, адаптируемые к онлайн-среде)
2. UNWTO – Digital Marketing Guidelines for Tourism Destinations 2020
3. Morrison, A. M. (2022). Tourism Marketing: In the Age of the Consumer. Taylor & Francis. (Международное издание, содержит современные подходы к маркетингу в туризме, в том числе интернет-маркетинг)en.wikipedia.org.
4. Chaffey, D. & Ellis-Chadwick, F. – Digital Marketing (2022)
5. Spot.uz – Бизнес, технологии и инновации в Узбекистане (2018). Чеклист: о чем рассказал председатель Госкомтуризмаru.wikipedia.orgspot.uz. (Интервью с председателем Государственного комитета по развитию туризма, освещающее планы развития отрасли).
6. Государственный комитет Республики Узбекистан по развитию туризма (2019). Статистический отчет: Количество иностранных туристов за 2022 г.ru.wikipedia.org. (Официальные данные о туристическом потоке, используемые для оценки эффективности маркетинговых инициатив).



7. Our World in Data / World Bank. International tourism: Number of arrivals (1995–2016). (Статистика всемирного туризма, показывающая рост числа поездок; источник для анализа глобальных трендов в туристической сфере).
8. Википедия – свободная энциклопедия. Статьи: Интернет-маркетингу.wikipedia.org, SEO – поисковая оптимизацияru.wikipedia.org, Контент-маркетингу.wikipedia.org, Social Media Marketingru.wikipedia.org и др. (Общие сведения и определения по инструментам цифрового маркетинга; использовать с учетом обновлений).



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Ingliz tili muharriri: Feruz Hakimov

Musahhih: Zokir ALIBEKOV

Sahifalovchi va dizayner: Oloviddin Sobir o'g'li

2025. № 4

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Yashil" iqtisodiyot va taraqqiyot" jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar ma'sul. Tahririyat fikri har vaqt ham mualliflar fikriga mos kelamasligi mumkin. Tahririyatga yuborilgan materiallar qaytarilmaydi.

Mazkur jurnalda maqolalar chop etish uchun quyidagi havolalarga maqola, reklama, hikoya va boshqa ijodiy materiallar yuborishingiz mumkin.

Materiallar va reklamalar pullik asosda chop etiladi.

El.Pochta: sq143235@gmail.com

Bot: @iqtisodiyot_77

Tel.: 93 718 40 07

Jurnalga istalgan payt quyidagi rekvizitlar orqali obuna bo'lishingiz mumkin. Obuna bo'lgach, @iqtisodiyot_77 telegram sahifamizga to'lov haqidagi ma'lumotni skrinshot yoki foto shaklida jo'natishingizni so'raymiz. Shu asosda har oygi jurnal yangi sonini manzilingizga jo'natamiz.

"Yashil" iqtisodiyot va taraqqiyot" jurnali 03.11.2022-yildan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Adminstratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan №566955 reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan.

Litsenziya raqami: №046523. PNFL: 30407832680027

Manzilimiz: Toshkent shahar, Mirzo Ulug'bek tumani
Kumushkon ko'chasi, 26-uy.



Jurnal sayti: <https://yashil-iqtisodiyot-taraqqiyot.uz>