



**Ilmiy amaliy
jurnal
№ 5 (7)
2026**

**YANGI
O'ZBEKISTON
IQTISODIYOTI**

“YANGI O‘ZBEKISTON IQTISODIYOTI” *jurnali* 5-son 2026 yil

**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIIY TA’LIM, FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI**

**MIRZO ULUG‘BEK NOMIDAGI
O‘ZBEKISTON MILLIY UNIVERSITETI**

YANGI O‘ZBEKISTON IQTISODIYOTI

5

ISBN 978-9943-5256-3-4

Toshkent – 2026

MUNDARIJA

Minojiddinov A.A. Meva-sabzavot tarmog‘i korxonalarini boshqarishda tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarni takomillashtirish yo‘llari	8
Mirzayev A.T., Dilnozaxon M. O‘zbekistonda turizm marketingi samaradorligini baholash va uni takomillashtirishning integratsiyalashgan mexanizmi.....	12
Shavkatov A.Sh. O‘zbekistonda kichik biznes rivojlanishining institutsional va makroiqtisodiy asoslari.....	16
Махаммаджанов М.М. Инновационная трансформация банковского сектора Узбекистана: общесистемные тенденции и финансовые результаты.....	20
Sativaldiyeva G.X. IFRS 16 “Ijara” xalqaro standartiga muvofiq ijara hisobidagi o‘zgarishlar.....	24
Ismailov X.M. Aloqa korxonalari moliyaviy barqarorligini ta‘minlash metodologiyasini takomillashtirish masalalari.....	28
Yusubov I.I. Mintaqada iqtisodiyotni barqarorlashtirishda raqamli xizmatlarning rivojlanishi.....	32
Saidaxmedov N.X. Paxta-to‘qimachilik klasterlari faoiyatini shakllanishi va rivojlanishining zamonaviy nazariyalari.....	35
Istamqulov D.Q., Danyarova F.B. Milliy iqtisodiyotga xorijiy investitsiyalarni jalb qilishni takomillashtirish yo‘llari.....	40
Aipova I.I. Resurs samaradorligini baholashning nazariy usullari va ko‘rsatkichlari.....	43
Mirzaraximova A.A. Tijorat banklari tomonidan aloqa sohasini moliyalashtirish samaradorligini oshirish yo‘llari.....	49
Xalmirzaev A.A. Yer va suv resurslaridan samarali foydalanishda hududiy ixtisoslashuvning ahamiyati va iqtisodiy samaradorligi.....	53
Sidikov Z.A. Sirdaryo viloyatida sanoatlashtirish jarayonining hududiy ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishga ta‘siri.....	59
Usmanova N.Y. Raqamli iqtisodiyotda menejment qarorlarini qabul qilishda innovatsion texnologiyalarning roli.....	63
Ergashev R.X., Rajabaliyeva I.A. Transport-logistika infratuzilmasini raqamli texnologiyalar asosida rivojlantirish va uning samaradorligini oshirish.....	67
Raximova D.S. Barqaror restoran amaliyotlari: oziq-ovqat chiqindilarini kamaytirish va qayta ishlashning innovatsion yondashuvlari.....	70
Narzullayeva X.A. Investitsiya muhiti jozibadorligini oshirishning xalqaro tajribalari.....	76
Muxitdinov Sh.Z. Kichik agrobiznes subyektlarida mahsulotlar eksportini rivojlantirishga ta‘sir etuvchi omillar.....	84
No‘monov O.O‘. Agrotadbirkorlik subyektlarining eksport salohiyatiga ta‘sir etuvchi makroiqtisodiy va mikroiqtisodiy omillarni kompleks baholash.....	88
Yeshimbetov U.X. O‘zbekistonda qishloq xo‘jaligini barqaror rivojlantirishda tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarini takomillashtirish.....	92
Raximova K.N. Tadbirkorlik sharoitida yashil biznesni tashkil etish va rivojlantirishining o‘ziga xos xususiyatlari	97
Хошимов П.З., Тўрахожайев Х.Х. Ислоний банкларнинг ишлаш тамойиллари ва ислон молия тизимининг Ўзбекистон иқтисодиётига таъбиқи.....	100
Sattarov R.A. An integrated methodological framework for evaluating and forecasting interregional economic cooperation: an input-output approach (evidence from Uzbekistan).....	107
Farmanov J.Z. Mintaqada asalarichilik ekotizimining tamoyillari va ekologik-geografik xususiyatlarini takomillashtirish	111
Qurbonov A.B. Janubiy iqtisodiy rayonda qishloq xo‘jaligi orxonlarining tarkibiy o‘zgarishi va agrar kooperatsiyani rivojlantirish yo‘nalishlari.....	114
Тоштемуров Т.Т. Ўзбекистонда кичик тадбиркорлик субъектлари фаолиятини кенгайтиришда солиқ механизмларидан фойдаланиш масалалари.....	119
Arziyev M.A. O‘zbekiston iqtisodiyotini transformatsiyalash sharoitida oilaviy tadbirkorlikni rivojlantirishning ustuvor yo‘nalishlari.....	122
Maxkamova S.Sh. Ekologik innovatsiyalar orqali yerni oqilona boshqarishning tashkiliy va iqtisodiy mexanizmini takomillashtirish.....	127
Olimova N.X. Yashil moliyalashtirishning rivojlanish tendensiyalari hamda hozirgi amaliyoti: milliy kontekst	137
Zaylobitdinova H.X. Davlat oliy ta‘lim muassasalarining tijorat faoliyatini samarali boshqarish strategiyalari.....	141
Komilov A.I. Evolution of the catering industry in the context of digital technologies.....	145

“YANGI O‘ZBEKISTON IQTISODIYOTI” *jurnali* 5-son 2026 yil

Sotvoldiyev N.N. Mamlakatimizda yashil iqtisodiyotni rivojlantirishda mehnat bozoriga ta'sir etuvchi omillar.....	149
O'rinov A.A. Sanoat tarmoqlarining investitsion imkoniyatlarini barqarorlik indikatorlari asosida boshqarish mexanizmlari.....	154
Ahmadaliyeva R.A. O'zbekistonda xufyona iqtisodiyotga qarshi kurashish samaradorligi.....	158
Uzganbayeva D.T., Alimova Sh.F. The role of investment strategies in transforming small business entities into large corporate structures.....	162
Goziyev M.Sh., Abdufattoyeva M. Sun'iy intellekt asosida iqtisodiy qarorlar qabul qilish samaradorligini oshirish.....	167
Qobilov H., Uzganbayeva D.T. O'zbekiston iqtisodiyotida xususiy tadbirkorlikning ro'li: so'nggi yillardagi islohotlar sharoitida iqtisodiy o'sish va bandlikka qo'shayotgan hissi.....	170
Sotiboldiyeva R., Uzganbayeva D.T. O'zbekistonda xotin-qizlar tadbirkorligini rivojlantirishda moliyaviy qo'llab-quvvatlash mexanizmlarining ahamiyati.....	174
Маматкулов З.Ш. Хизмат кўрсатиш фаолиятининг шакллантириш ва бошқаришда хориж тажрибаларидан самарали фойдаланишнинг инновацион йўналишлари.....	179
Shamsiddinov P., Uzganbayeva D.T. Iqtisodiyotning raqamlashtirishning afzaliklari va uning oqibatlari.....	185
Qosimov A.S. Jizzax viloyati mahallalarining qayta nomlanishi va demografik jarayonlar va iqtisodiy samaradorlik ko'rsatkichlari.....	189
Qodirov A., Tulaganov E.J., Berdimurodov U.S. Inson kapitalini kapitalizatsiya qilish va samaradorligini oshirish.....	192
Saidkarimova M.I., Sobirov O.A. Sanoat korxonalarining raqobatbardoshligini oshirish yo'llari.....	199
Saidova M.J. Sanoat transformatsiyasi sharoitida kichik biznes va tadbirkorlikning o'rni (Andijon viloyati misolida)	203
Юсупов А.С., Пардаев Х.Ф. Динамическое управление международным портфелем акций: механизмы ребалансировки и преимущества глобальной диверсификации в условиях волатильности валютных рынков.....	206
Burxonov J.X., Soliyev I.I. Mehnat bozorini tartibga solishda innovatsion yondashuvlarning xorij tajribasi tahlili.....	213
Xaitbaev J.O. Mintaqa iqtisodiyotini barqarorligini ta'minlashda suv resurslaridan foydalanishning ko'p omilli ekonometrik modellari.....	217
Saidov U.S. Kichik tadbirkorlik subyektlarida ekologik innovatsiyalarni rag'batlantirishning moliyaviy yo'nalishlari.....	221
Nurmaxanmadov N.B. Iqtisodiyotning ekologiyaga ta'sir moyilligining oshib borishi muammosi.....	224
Xudayberdiyev K. Davlat xaridlarida elektron platformalar faoliyatini optimallashtirishda sun'iy intellektga asoslangan moderatsiya mexanizmlarining roli.....	230
Xolxo'jayev E.G'. Davlat xaridini tashkil etishda elektron savdolardan foydalanish samaradorligi hamda imkoniyatlari tahlili.	234
Rustamova F.A. Qishloq joylarda tadbirkorlik subyektlarining iqtisodiy samaradorligini baholash va uni oshirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlari.....	238
Ikromov A. Iqtisodiy jarayonlarni ekonometrik modellashtirishda integro-differensial tenglamalarning o'rni va ularni tadqiq etish.....	241
Sarimsakov B.R., Usmonov J.Q. Xorijiy mamlakatlarda inson kapitalidan qishloq xo'jaligi ishlab chiqarishida samarali foydalanish tajribalari.....	245
Maraimov I.R. O'zbekistonda kambag'allikni kamaytirish va aholi turmush farovonligini oshirish.....	251
Yusupov Sh.B. Xorazm viloyatida sanoat korxonalarining iqtisodiy samaradorligini baholash va oshirish yo'llari: 2020–2025 yillar tahlili va 2030 yilga prognoz.....	256
Chintemirova D.Sh. Hududlar kesimida kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatining rivojlanish tendensiyalari.....	260
Xusanova Z.R. Ayollar tadbirkorligini rivojlantirishning samaradorlik ko'rsatkichlari va unga ta'sir ko'rsatuvchi omillar.....	265
Tajiboyev S.O., Gulimboyev S.I. Moliyaviy siyosatning investitsiya muhitiga ta'siri.....	270
Tajiboyev S.O. G'aznachilikda to'lovlarni amalga oshirish.....	275
Xaydarov M., Baxtiyorov I. Innovatsion iqtisodiyot g'oyalari va ularni oliy ta'lim tizimi orqali qo'llashning nazariy asoslari.....	279
Ким Т.В., «Зарубежный опыт развития циркулярной экономики и её роль в формировании ресурсосберегающей модели экономического развития».....	286

“YANGI O‘ZBEKISTON IQTISODIYOTI” jurnali 5-son 2026 yil

Saydullayeva R.U. Analysis of financial efficiency and profitability in the green economy: the role of IAS and IFRS standards.....	292
Galatov A.A., Karimova G.A. O‘zbekistonda Islomiy moliyaviy xizmatlar ko‘rsatuvchi nobank tashkilotlar faoliyati va strategik boshqaruv tizimining tahlili.....	296
Tursunov F.U. Oliy ta‘lim sifati monitoringini takomillashtirish mexanizmlarini rivojlantirishning zamonaviy yondashuvlari... ..	300
Yakhshiboev R.E. Retrieval-augmented generative AI for smart learning content.....	303
Ergashev S.A. Sanoat korxonalarini barqaror rivojlantirish mexanizmlarini takomillashtirish: ilmiy-nazariy va amaliy asoslar.....	307
Абдуллаева Р.Ғ., Тажибаева Н.Ф. Ўзбекистон иқтисодиётида инвестицияларнинг устувор йўналишлари ва ривожланиш истиқболлари.....	311
Sayfullayev J. Why organizations struggle to implement green management practices: key barriers and practical solutions.....	316
Sirojiddinov K.I. Korxonaning raqobatbardoshligini baholash usullari.....	319
Ibraximov X.S. Mintaqalarda tadbirkorlik muhitini shakllantirishda kichik biznesni davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlashning o‘rni va mexanizmlari.....	324
Tajibayev K.Q. Farg‘ona vodiysida kichik biznes sub’ektlari raqobatbardoshligini oshirishning metodologik asoslari.....	328
Abdulxakimov Z.T. Barqaror rivojlanish evolyusiyasi va tarkibiy qismlari masalalari.....	332
Pazilidinov M.M. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirishda xorijiy mamlakatlarning raqamlashtirish tajribasi.....	337
Жураева М.З., Ахмедов Р.М. Экосистема применения системного подхода в менеджменте транспортной инфраструктуры.....	341
Ахмедов Р.М. Основные требования к разработке системного подхода в менеджменте дорожного хозяйства Республики Узбекистан.....	348
Mamasiddiqova F.X. Qishloq xo‘jaligida mahallalar ixtisosligi: nazariy asoslar, regional tahlil va rivojlantirish istiqbollari.....	353
To‘rayev A.A. Mehnat bozorini texnologik transformatsiyalash sharoitida ishchi kuchi raqobatbardoshligini oshirish mexanizmlari.	358
Солиев И.И. Концептуальные основы институциональной автономии вузов в условиях модернизации системы образования Узбекистана.....	362
Xasanov S.Q. Sanoat korxonalarini rivojlantirishda modernizatsiya va klaster yondashuvining o‘rni.....	365
Murodov A. Aholining real pul daromadlarini va xarid qobiliyatini oshirishning nazariy asoslari.....	369
Карабаев Р.З. Искусственный интеллект в цифровой экономике Узбекистана.....	374
Rasulova Sh.A. Bozor iqtisodiyotida monopoliyaning mohiyati, shakllari va uning O‘zbekiston iqtisodiyotiga ta‘siri.....	378
Salimov A.F., Rasulova Sh.A. Bozor muvozanati va unga ta‘sir ko‘rsatuvchi omillar.....	381
Sattarova G.X. O‘zbekiston logistika bozorida yuk tashish xavflarini sug‘urta orqali kamaytirishning iqtisodiy samaradorligi.....	385
Муродхўжаева Ф.М. Махаллий саноатни шакллантиришда кластер ёндашуви ва 2030 йилгача трансформациянинг прогноз параметрлари (Наманган вилояти мисолида).....	389
Yoqubjonov R.R. Kichik biznes mahsulotlari raqobatbardoshligini oshirishda innovatsion yondashuvlar.....	396
Nasritdinov B.X. Risklarni integral baholash kichik biznesda moslashuvchan boshqaruv tizimi asbobi sifatida	400
Abdurazzoqov H.A. O‘zbekistonda yashil iqtisodiyotga o‘tish jarayonining hozirgi holati va tendentsiyalari.....	406
Turgunov M.M., Soliyev I.I. Milliy innovatsion tizim samaradorligini oshirishning strategik yo‘nalishlari.....	411
Kuzimuratova D.M. O‘zbekiston Respublikasida tijorat banklarining investitsiya faoliyatini rivojlantirish va takomillashtirish.....	414
Soyibjonov I.S. Kichik biznes va tadbirkorlik subyektlarini yashil iqtisodiyot tamoyillari asosida rivojlantirish.....	419
Axmadjanov I.I. Shaharlar va shahar aglomeratsiyalari mintaqalar va mamlakatlar ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishining drayveri.....	423
Odinayev G‘.J. Nogironligi bo‘lgan aholi qatlamini strategik sohalarda band qilish loyihalari.....	427
Abduvahobov V.B. Jinoiy daromadlarni legallashtirishga qarshi kurashishning global standartlari va O‘zbekiston tajribasi: kompleks tahlil.....	430
Қўзиёва Н.Н. Билвосита солиқларнинг шаклланиши ва ривожланиб бориши.....	435

**O‘ZBEKISTONDA TURIZM MARKETINGI SAMARADORLIGINI BAHOLASH VA UNI
TAKOMILLASHTIRISHNING INTEGRATSIYALASHGAN MEKANIZMI**

**ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ТУРИСТИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА В
УЗБЕКИСТАНЕ И ИНТЕГРИРОВАННЫЙ МЕХАНИЗМ ЕГО
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ**

**ASSESSMENT OF TOURISM MARKETING EFFECTIVENESS IN UZBEKISTAN AND
AN INTEGRATED MECHANISM FOR ITS IMPROVEMENT**

Mirzayev Abdullajon Topilovich

Farg‘ona Davlat Universiteti i.f.d., professori

Dilnozaxon Mirjalolova

Farg‘ona Davlat Universiteti Magistranti

Annotatsiya

Ushbu maqolada O‘zbekistonda xalqaro turizm marketingi samaradorligi so‘rovnoma ma’lumotlari asosida baholanib, aniqlangan muammolarni bartaraf etishga qaratilgan integratsiyalashgan model ishlab chiqildi. Tadqiqot 80 nafar respondent ishtirokida o‘tkazilib, marketing samaradorligi, axborot manbalari va turistlar qoniqish darajasi tahlil qilindi. Natijalar marketing faoliyati asosan o‘rtacha darajada baholanganini ko‘rsatdi. Tadqiqot asosida “Tourist-Centered Integrated Marketing Mechanism” modeli taklif etildi.

Kalit so‘zlar: turizm marketingi, raqamli marketing, turist xulq-atvori, xizmat sifati, marketing samaradorligi, O‘zbekiston, integratsiyalashgan model.

В данной статье на основе данных опроса оценивается эффективность международного туристического маркетинга в Узбекистане, а также разработана интегрированная модель, направленная на устранение выявленных проблем. Исследование проведено с участием 80 респондентов, в рамках которого проанализированы эффективность маркетинга, источники информации и уровень удовлетворенности туристов. Результаты показали, что маркетинговая деятельность в целом оценивается на среднем уровне. На основе полученных данных предложена модель «Tourist-Centered Integrated Marketing Mechanism».

Ключевые слова: туристический маркетинг, цифровой маркетинг, поведение туристов, качество услуг, эффективность маркетинга, Узбекистан, интегрированная модель.

This article evaluates the effectiveness of international tourism marketing in Uzbekistan based on survey data and develops an integrated model aimed at addressing identified challenges. The study was conducted with the participation of 80 respondents, analyzing marketing effectiveness, information sources, and tourist satisfaction levels. The results indicate that marketing activities are generally assessed at a moderate level. Based on the findings, the “Tourist-Centered Integrated Marketing Mechanism” model is proposed.

Keywords: tourism marketing, digital marketing, tourist behavior, service quality, marketing effectiveness, Uzbekistan, integrated model.

Turizm bozori raqamli texnologiyalar rivoji va iste’molchi xulq-atvorining o‘zgarishi natijasida tubdan transformatsiyaga uchramoqda. Zamonaviy sharoitda turizm marketingi an’anaviy yondashuvlardan voz kechib, turist ehtiyojlari va qaror qabul qilish jarayoniga asoslangan strategik tizimga aylanishi zarur. Xususan, ijtimoiy tarmoqlar va raqamli platformalar turistlar uchun asosiy axborot manbai sifatida shakllanmoqda [1]. O‘zbekistonda turizm sohasining rivojlanishiga qaramay,

marketing kommunikatsiyalarining samaradorligi va ularning turistlar xulq-atvori bilan uyg‘unligi yetarli darajada ta‘minlanmagan. Amaliyotda xizmat sifati yuqori baholanayotgan bo‘lsa-da, marketing faoliyatining nisbatan past samaradorligi turizm mahsuloti va uning targ‘iboti o‘rtasida nomutanosiblik mavjudligini ko‘rsatadi.

O‘zbekistonda turizm marketingi samaradorligini xorijiy turistlar fikri asosida baholash hamda aniqlangan muammolarni bartaraf etishga qaratilgan integratsiyalashgan marketing mexanizmini ishlab chiqishdan iborat. Tadqiqotning ilmiy yangiligi shundan iboratki, unda marketing samaradorligi empirik ma‘lumotlar asosida tahlil qilinib, natijalarga tayangan holda turistga yo‘naltirilgan model taklif etiladi.

Turizm marketingi iste‘molchiga yo‘naltirilgan yondashuvga asoslanib, Kotler mijoz ehtiyojlarini aniqlash va ularga mos qiymat yaratishni nazarda tutadi. Page va Pizam turizm sohasida marketingning strategik roli, xizmatlarning o‘ziga xosligi hamda turist qaroriga ta‘sir qiluvchi omillar — motivatsiya, axborot mavjudligi va xizmat sifati — alohida ta‘kidlaydi.

Gretzel zamonaviy sharoitda raqamli marketingning roli ortib, turistlar qaror qabul qilishda asosan onlayn axborot manbalariga tayanadi deydi. Tadqiqotchi Zeithaml xizmat sifati va qoniqish o‘rtasidagi bog‘liqlik marketing samaradorligini belgilovchi muhim omil sifatida qaraydi.

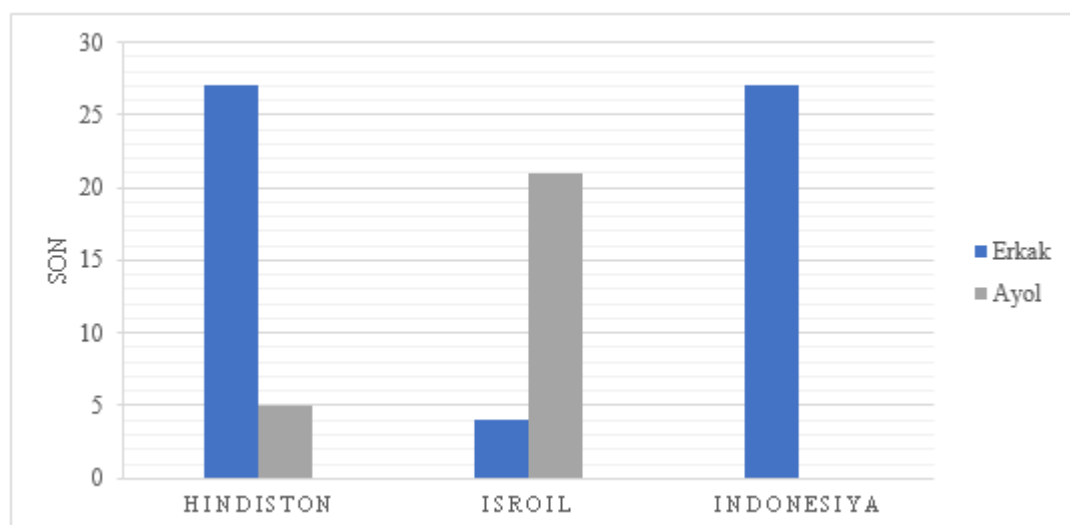
Biroq mavjud tadqiqotlar asosan rivojlangan turizm bozorlariga qaratilgan bo‘lib, O‘zbekiston sharoitida marketing samaradorligini empirik baholash hamda integratsiyalashgan yondashuvlarni qo‘llash yetarli darajada o‘rganilmagan. Mazkur tadqiqot aynan ushbu bo‘shliqni to‘ldirishga qaratilgan.

Maqolada kvantitativ yondashuv asosida amalga oshirilib, kesimi (cross-sectional) dizayn qo‘llanildi. Empirik ma‘lumotlar strukturaviy so‘rovnoma orqali yig‘ildi. So‘rovnomada 80 nafar xorijiy turist ishtirok etdi va respondentlar qulaylik asosida tanlab olindi, bu esa natijalarni umumlashtirishda ma‘lum cheklovlarni keltirib chiqaradi, marketing kommunikatsiya kanallari, marketing samaradorligi, xizmat sifati, turistlar qoniqishi va tashrif maqsadini qamrab oldi. Baholash 1–5 Likert shkalasi asosida amalga oshirildi.

Ma‘lumotlar deskriptiv statistika usullari yordamida tahlil qilinib, foizli taqsimotlar va o‘rtacha qiymatlar orqali natijalar baholandi. Tadqiqot eksplorator xarakterga ega bo‘lib, asosiy cheklovlar sifatida tanlanma hajmining kichikligi ($n=80$) va no-tasodifiy tanlash usuli qayd etiladi.

Respondentlar asosan Hindiston (27 nafar), Indoneziya (26 nafar) va Isroil (25 nafar) davlatlari vakillaridan iborat bo‘ldi.

Gender tarkibi bo‘yicha farqlar kuzatildi. Indoneziya respondentlari orasida erkaklar to‘liq ustunlik qilgan bo‘lsa, Isroil respondentlari orasida ayollar ulushi yuqori ekanligi qayd etildi. Umumiy hisobda respondentlar tarkibi turli geografik va demografik guruhlarini qamrab olgan (1-rasm).



1-rasm. Chet ellik turistlarning geografik va demografik taqsimoti

“YANGI O‘ZBEKISTON IQTISODIYOTI” *jurnali* 5-son 2026 yil

Marketing kommunikatsiya kanallari tahlili ijtimoiy tarmoqlarning ustunlik qilib, respondentlarning 42.5 foizi ushbu kanal orqali axborot olganini bildirgan.

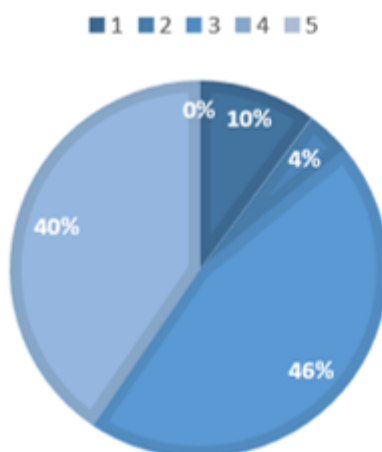
Turizm veb-saytlari 22.5% ulush bilan ikkinchi o‘rinni egallagan bo‘lsa, reklama kampaniyalari (15.0%) va influencerlar (12.5%) nisbatan past ko‘rsatkichlarni qayd etdi. Eng past ulush ko‘rgazmalar hissasiga to‘g‘ri kelgan (7.5%) (1-jadval).

1-jadval

Marketing kommunikatsiya kanallarining ta’siri

Kanal	Soni	Ulushi (%)
Ijtimoiy tarmoqlar (photo/video)	34	42.5%
Turizm veb-saytlari	18	22.5%
Reklama kampaniyalari	12	15.0%
Influencer/Blogerlar	10	12.5%
Ko‘rgazmalar	6	7.5%

Marketing va reklama samaradorligi bahosi natijalariga ko‘ra, respondentlarning 45.6 foizi marketing faoliyatini o‘rtacha darajada baholagan. 40.5 foiz respondent nisbatan yuqori baho bergan bo‘lsa, 13.9 foizi past baholagan. Qo‘shimcha ravishda, maksimal bahoning mavjud emasligi kuzatildi (2-rasm).



2-rasm. Marketing va reklama samaradorligi (1–5 baho)

Turizm xizmatlari bo‘yicha o‘rtacha baholar turli xizmat komponentlari kesimida farqlanishini ko‘rsatdi. Eng yuqori baho xizmat sifati (4.2) va tur rejalashtirish (4.1) ko‘rsatkichlariga to‘g‘ri keldi.

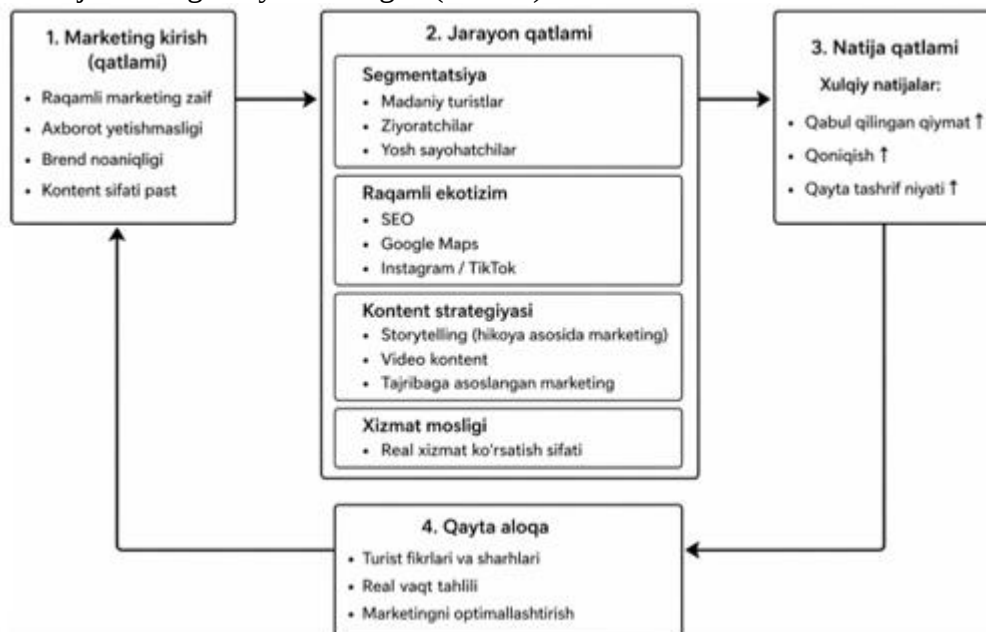
Mehmonxona bronlash xizmati 4.0 ball bilan yuqori baholangan bo‘lsa, agentlik koordinatsiyasi (3.8) o‘rtacha darajada qayd etildi. Eng past baholar transport xizmatlari (3.7) va axborot almashinuvi (3.6) ko‘rsatkichlariga to‘g‘ri keldi (2-jadval).

2-jadval

Turizm xizmatlari bo‘yicha qoniqish darajasi (1–5 ball)

Ko‘rsatkich	O‘rtacha ball
Tour planning	4.1
Agency coordination	3.8
Transport xizmatlari	3.7
Hotel booking	4.0
Axborot almashinuvi	3.6
Xizmat sifati	4.2

Taklif etilgan model. Empirik tahlil natijalari O‘zbekiston turizm marketing tizimida marketing kommunikatsiyalari va xizmat sifati o‘rtasida nomutanosiblik mavjudligini ko‘rsatdi. Xizmat sifati yuqori baholangan bo‘lsa-da, marketing samaradorligi o‘rtacha darajada qolmoqda hamda raqamli kanallar yetarli darajada integratsiyalashmagan (4-rasm).



4-rasm. Tourist-Centered Integrated Marketing Mechanism (TCIMM)

Taklif etilgan “Tourist-Centered Integrated Marketing Mechanism (TCIMM)” modeli marketing faoliyatini turist xulq-atvori bilan integratsiyalashga qaratilgan bo‘lib, marketing ta’siri, turist idroki va qoniqish o‘rtasidagi sabab-oqibat bog‘liqligiga asoslanadi [1]. Modelda kirish bosqichida axborot yetishmasligi, kommunikatsiya uzilishlari va brend noaniqligi kabi muammolar aniqlanadi. Jarayon bosqichida esa sementatsiya, raqamli marketing, kontent strategiyasi va xizmat sifati integratsiyasi orqali marketing faoliyati optimallashtiriladi. Natijada turistlar qoniqishi va qabul qilinadigan qiymat oshadi hamda qayta tashrif ehtimoli kuchayadi. Qayta aloqa mexanizmi marketing strategiyalarini doimiy takomillashtirish imkonini beradi.

Empirik tahlil natijalari O‘zbekiston turizm marketing tizimida xizmat sifati va marketing kommunikatsiyalari o‘rtasida nomutanosiblik mavjudligini ko‘rsatadi. Xizmat sifati yuqori baholangan bo‘lsa-da, marketing samaradorligi o‘rtacha darajada qolmoqda, bu esa turizm mahsuloti va uning targ‘iboti o‘rtasida uzilish mavjudligini anglatadi.

Marketing kommunikatsiya kanallari tahlili turistlarga asosiy ta’sir ijtimoiy tarmoqlar va raqamli platformalar orqali amalga oshirilayotganini ko‘rsatdi. Ushbu kanallarning strategik integratsiyasi yetarli darajada ta’minlanmagan. Xizmatlar kesimida yuqori baholangan komponentlar bilan bir qatorda, axborot almashinuvi va transport xizmatlarining nisbatan past ko‘rsatkichlari turist tajribasida uzilishlar mavjudligini bildiradi. Turistlarning tashrif maqsadi tahlili turizm oqimining asosan diniy va madaniy segmentlarga konsentratsiyalashganligini ko‘rsatib, marketing strategiyalarini diversifikatsiya qilish zarurligini tasdiqlaydi. Respondentlarning fikrlari esa raqamli marketing va influencerlar bilan hamkorlikni rivojlantirish ustuvor yo‘nalish ekanligini ko‘rsatadi.

O‘zbekiston turizm tizimi uchun “kuchli turizm mahsuloti – nisbatan zaif marketing kommunikatsiyalari” holati shakllanganligi aniqlanadi. Ushbu nomutanosiblik marketing strategiyalarini qayta ko‘rib chiqish va ularni integratsiyalash zaruratini yuzaga keltiradi. Shu bois, keyingi bosqichda turistga yo‘naltirilgan integratsiyalashgan marketing mexanizmi (TCIMM) modeli taklif etiladi. O‘zbekistonda turizm marketingi samaradorligi xizmat sifati yuqori bo‘lishiga qaramay, marketing kommunikatsiyalari nisbatan past darajada ekanligini ko‘rsatdi, bu esa tizimda nomutanosiblik mavjudligini bildiradi. Tahlillar turistlarning qaror qabul qilishida raqamli marketing ustuvorligini, shuningdek axborot almashinuvi va xizmatlar integratsiyasida uzilishlar mavjudligini aniqladi. Turizm oqimining cheklangan segmentlarga konsentratsiyalashganligi marketing

strategiyalarini diversifikatsiya qilish zarurligini ko‘rsatadi. Aniqlangan muammolar asosida turistga yo‘naltirilgan integratsiyalashgan marketing mexanizmi (TCIMM) modeli taklif etildi. Model marketing faoliyatini tizimli integratsiya qilish orqali samaradorlikni oshirishga qaratilgan.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2017). Marketing for hospitality and tourism (7th ed.). Pearson.
2. Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). Services marketing: Integrating customer focus across the firm (7th ed.). McGraw-Hill.
3. Armstrong, G., & Kotler, P. (2020). Principles of marketing (18th ed.). Pearson.
4. Mirzayev, A. Smart-turizm Faoliyatini Boshqarish Jarayoniga Yondashuvlar. Green Economy and Development, 1(10), 662847.

UDK: 338.22

**O‘ZBEKISTONDA KICHIK BIZNES RIVOJLANISHINING INSTITUTSIONAL VA
MAKROIQTISODIY ASOSLARI**

**ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ И МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗВИТИЯ
МАЛОГО БИЗНЕСА В УЗБЕКИСТАНЕ**

**INSTITUTIONAL AND MACROECONOMIC FOUNDATIONS OF SMALL BUSINESS
DEVELOPMENT IN UZBEKISTAN**

Shavkatov Abdusalim Shavkat o‘g‘li

O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi huzuridagi,
Biznes va tadbirkorlik oliy maktabi tayanch doktoranti

Annotatsiya

Mazkur maqolada O‘zbekistonda kichik biznes rivojlanishining institutsional va makroiqtisodiy asoslari tahlil qilinadi. Tadqiqot 2015–2024-yillar ma’lumotlari asosida statistik va ekonometrik usullar yordamida olib borildi. Natijalar kichik biznes rivojlanishi iqtisodiy o‘shish, kreditlash va investitsiyalar bilan ijobiy, inflyatsiya bilan esa salbiy bog‘liqligini ko‘rsatdi. Shuningdek, institutsional islohotlarning muhim roli aniqlandi. Tadqiqotning ilmiy yangiligi omillarni kompleks baholashda, amaliy ahamiyati esa kichik biznesni rivojlantirish siyosatini takomillashtirishda namoyon bo‘ladi.

Kalit so‘zlar: kichik biznes, xususiy tadbirkorlik, institutsional muhit, makroiqtisodiy omillar, iqtisodiy o‘shish, investitsiya, inflyatsiya, biznes muhiti.

В данной статье анализируются институциональные и макроэкономические основы развития малого бизнеса в Узбекистане. Исследование проведено на основе данных за 2015–2024 годы с использованием статистических и эконометрических методов. Полученные результаты показали, что развитие малого бизнеса имеет положительную взаимосвязь с экономическим ростом, кредитованием и инвестициями, а также отрицательную — с инфляцией. Кроме того, выявлена значимая роль институциональных реформ в повышении предпринимательской активности. Научная новизна исследования заключается в комплексной оценке факторов развития малого бизнеса, а его практическая значимость проявляется в совершенствовании политики поддержки данного сектора.

Ключевые слова: малый бизнес, частное предпринимательство, институциональная среда, макроэкономические факторы, экономический рост, инвестиции, инфляция, деловая среда