



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/>

2026



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Bosh muharrir:

Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich

Elektron nashr. 2026-yil, aprel.

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 Shoirazimovna, 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 Sotvoldixo'ja o'g'li, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dots.
Faxridinov Zafarjon Faxridin o'g'li, O'zb. Res. Bosh prokuraturasi HIJQKD boshqarma boshlig'i
Utayev Uktam Choriyevich, Anijon viloyati prokurorining o'rinbosari
Ochilov Farkhod, O'zb. Res. Bosh prokuraturasi IJQK Departamentining Namangan viloyati boshqarmasi boshlig'i
Buzrukhonov 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 doktori (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
Golischeva Yelena Vyacheslavovna, Iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent.
Abdukarimova Dinara Rustamxonovna, bank-moliya akademiyasi professori, DSc., professor.
Ikramov Murod Akramovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Nazarova Ra'no Rustamovna, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor



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 Kongiratbay 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 Shoirazimovna, 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
Fakhridinov Zafarjon Fakhridin ogli, Head of the DCEC under the Prosecutor General's Office of the Rep. of Uzb.
Utayev Uktam Choriyevich, Deputy Prosecutor of Anijan Region
Ochilov Farkhod, Head of the Namangan Regional Department of the Department of Internal Affairs of Rep. of Uzb.
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 Victorovna, Doctor of Sciences in Economics (Moscow)
Nosirova Nargiza Jamoliddin kizi, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Associate Professor
Sevil Piriyea 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
Golisheva Yelena Vyacheslavovna, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Abdukarimova Dinara Rustamkhanovna, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Ikramov Murod Akramovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Nazarova Ra'no Rustamovna, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor

Ekspertlar kengashi:

Berkinov Bazarbay, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Po'latov Baxtiyor Alimovich, texnika fanlari doktori (DSc), professor
Aliyev Bekdavat 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
Komilova Nilufar Karshiboyevna, Geografiya fanlari doktori, professori
Umirzoqov Ja'sur Artiqboy o'g'li, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), dotsent
Zebo Kuldasheva, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), dotsent

Board of Experts:

Berkinov Bazarbay, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Pulatov Bakhtiyor Alimovich, Doctor of Technical Sciences (DSc), Professor
Aliyev Bekdavat 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 Ilhomiddin, 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
Komilova Nilufar Karshiboyevna, Doctor of Geographical Sciences, Professor
Umirzokov Jasur Artiqboy ugli, Doctor of Economic Sciences (DSc), Associate Professor
Zebo Kuldasheva, Doctor of Economic Sciences (DSc), Associate Professor

- 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

O'ZBEKISTONDA RAQAMLI TO'LOV INFRATUZILMASINI SHAKILLANISHI VA RIVOJLANISH DINAMIKASI: TARIXIY, ILMIY HAMDA BOZOR TAHLILI	32
A.A. Akbarov, X.R. Aliyev	
O'ZBEKISTON RESPUBLIKASIDA BUXGALTERIYA HISOBINI TASHKIL ETISHNING ME'YORIY-HUQUQIY ASOSLARI VA ULARNING IQTISODIY AHAMIYATI.....	42
Karayev Payzillaxon Yusufxonovich	
TURIZM KORXONALARINING INNOVATSION FAOLIYATINI RIVOJLANTIRISHDA MOLIYAVIY AKTIVLARINING ROLI.....	47
Ruzibayeva Nargiza Xakimovna	
O'ZBEKISTON RESPUBLIKASIDA EKOLOGIK SOLIQLAR VA TO'LOVLAR TIZIMI TAHLILI	53
Sadullayev Rasulbek Palvanbayevich, Abdolnizayov Murodbek Madiyarovich	
O'ZBEKISTON RESPUBLIKASIDA IJTIMOYIY HIMOYA TIZIMINI MOLIYALASHTIRISHDA AMALGA OSHIRILAYOTGAN ISHLAR VA TIZIMGA KIRITILAYOTGAN O'ZGARISHLAR.....	59
Kasimova Gulyar Axmatovna, Aripova Kamola Botir qizi	
MINTAQAVIY RIVOJLANISHNI KOMPLEKS BAHOLASH VA PROGNOZLASHDA EKONOMETRIK VA SUN'IY INTELLEKT USULLARINING INTEGRATSIYASI	64
Namazov Gafur Shokulovich	
BALIQCILIK SUBYEKTLARINI RIVOJLANTIRISHDA DUNYO MAMLAKATLARINING O'RNINI	69
Beglayev Uchqun Xurramovich	
KAMBAG'ALLIK FENOMENINING IJTIMOYIY-IQTISODIY VA NAZARIY-KONTSEPTUAL ASOSLARI	75
Musulmonova Shahlo Nasriddinova	
RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA HISOB VA BIZNES JARAYONLARINI TAKOMILLASHTIRISHNING ZAMONAVIY YO'NALISHLARI	81
Artikova R.A.	
AKSIYADORLIK JAMIYATLARIDA DIVIDEND TO'LASH QOBILIYATI KOEFFITSIYENTINING MAQBUL ORALIG'INI ANIQLASH VA UNING INVESTITSION SAMARADORLIKKA TA'SIRI.....	88
Ibragimov G'anijon G'ayratovich	
STRATEGIES TO RAISE AWARENESS OF NATURAL POLLUTION AMIDST RISING POPULATION DENSITY AND GDP PER CAPITA IN UZBEKISTAN.....	93
Axliddin Aroptdinovich Valiyev, Askarov Farhod Rakhmatovich	
РОЛЬ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА В ESG-ОРИЕНТИРОВАННОМ РАЗВИТИИ ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЙ.....	99
Айматова Фарида Хуразовна	
KORXONALARDA INVESTITSION FAOLIYATINI RIVOJLANISHINING ILMIY-NAZARIY ASOSLARI.....	107
Shukurillaev Jahongir Botir o'g'li	
DEHQON XO'JALIKLARINI MOLIYAVIY QO'LLAB-QUVVATLASHDA KREDITLAR MIQDORINI DIFFERENSIYALLASHTIRISH: NAZARIY VA AMALIY YONDASHUVLAR	113
Xakimov Zafar Ibragimovich	
KICHIK BIZNESNI RIVOJLANTIRISHNING IQTISODIY MEXANIZMLARI	118
Tadjimirzayev Anvar Abduvoxidovich, Batirova Raxima Abdujabborovna	
RAQAMLI TEXNOLOGIYALAR ASOSIDA HUDUDiy MARKETING STRATEGIYALARINI TAKOMILLASHTIRISH YO'LLARI.....	124
Muhammadiyeva Nodira	



RAQAMLI TEXNOLOGIYALAR ASOSIDA HUDUDIIY MARKETING STRATEGIYALARINI TAKOMILLASHTIRISH YO‘LLARI

Muhammadiyeva Nodira

“Ipak Yo‘li” turizm va madaniy meros xalqaro universiteti

“Turizm” kafedrası asistent o‘qituvchisi

ORCID: [0009-0006-5204-8104](https://orcid.org/0009-0006-5204-8104)

Email: nodirabegim1988@gmail.com

Annotatsiya. Raqamli iqtisodiyotning jadal rivojlanishi sharoitida mazkur tadqiqot hududiiy marketing strategiyalarini raqamli texnologiyalar asosida takomillashtirish imkoniyatlarini aniqlashga qaratilgan. Tadqiqotning dolzarbligi shundaki, rivojlanayotgan mamlakatlarda, xususan, O‘zbekistonda, raqamli vositalarning hududiiy marketing samaradorligiga tizimli ta’siri yetarli darajada o‘rganilmagan. Ushbu ilmiy bo‘shliqni bartaraf etish maqsadida aralash metodologik yondashuv qo‘llanilib, 2025-yilga oid hududiiy ko‘rsatkichlar asosida taqqoslama tahlil, indeks modellashirish va korrelyatsion baholash amalga oshirildi.

Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatadiki, rivojlangan raqamli infratuzilma, faol onlayn marketing va ma’lumotlarga asoslangan boshqaruvga ega hududlar turizm, investitsiya jalb qilish va umumiy iqtisodiy faollik bo‘yicha yuqori natijalarga erishadi. Xususan, Samarqand viloyati misolida raqamli marketingning yuqori samaradorligi va nisbatan past xarajat bilan keng auditoriyani qamrab olish imkoniyati tasdiqlandi. Olingan natijalar raqamli texnologiyalar hududiiy marketingning asosiy drayveriga aylanganini ko‘rsatib, siyosatchilar uchun raqamli ekotizimlarni rivojlantirish, inson kapitaliga investitsiya kiritish va integratsiyalashgan marketing yondashuvlarini joriy etish zarurligini asoslaydi.

Kalit so‘zlar: hududiiy marketing, raqamli texnologiyalar, raqamli iqtisodiyot, hududiiy raqobatbardoshlik, O‘zbekiston, Samarqand viloyati, raqamli transformatsiya.

Abstract. In the context of the rapid development of the digital economy, this study aims to identify opportunities for improving regional marketing strategies based on digital technologies. The relevance of the study lies in the fact that in developing countries, particularly in Uzbekistan, the systematic impact of digital tools on the effectiveness of regional marketing has not been sufficiently explored. To address this research gap, a mixed methodological approach was applied, including comparative analysis, index modeling, and correlation assessment based on regional indicators for 2025.

The results indicate that regions with developed digital infrastructure, active online marketing, and data-driven management achieve higher performance in tourism, investment attraction, and overall economic activity. In particular, the case of the Samarkand region confirms the high efficiency of digital marketing and its ability to reach a wide audience at relatively low cost. The findings demonstrate that digital technologies are becoming a key driver of regional marketing, highlighting the need for policymakers to develop digital ecosystems, invest in human capital, and implement integrated marketing approaches.

Key words: regional marketing, digital technologies, digital economy, regional competitiveness, Uzbekistan, Samarkand region, digital transformation.

Аннотация. В условиях стремительного развития цифровой экономики данное исследование направлено на выявление возможностей совершенствования региональных маркетинговых стратегий на основе цифровых технологий. Актуальность исследования обусловлена тем, что в развивающихся странах, в частности в Узбекистане, системное влияние цифровых инструментов на эффективность регионального маркетинга изучено недостаточно. С целью устранения данного научного пробела был применён смешанный методологический подход, в рамках которого на основе региональных показателей за 2025-й год проведены сравнительный анализ, индексное моделирование и корреляционная оценка.



Результаты исследования показывают, что регионы с развитой цифровой инфраструктурой, активным онлайн-маркетингом и управлением на основе данных достигают более высоких показателей в сфере туризма, привлечения инвестиций и общей экономической активности. В частности, на примере Самаркандской области подтверждена высокая эффективность цифрового маркетинга и возможность охвата широкой аудитории при относительно низких затратах. Полученные результаты свидетельствуют о том, что цифровые технологии становятся ключевым драйвером регионального маркетинга, обосновывая необходимость развития цифровых экосистем, инвестиций в человеческий капитал и внедрения интегрированных маркетинговых подходов для лиц, принимающих решения.

Ключевые слова: региональный маркетинг, цифровые технологии, цифровая экономика, региональная конкурентоспособность, Узбекистан, Самаркандская область, цифровая трансформация.

KIRISH

Raqamli texnologiyalarning jadal rivojlanishi hududiy iqtisodiy taraqqiyot va marketing strategiyalarining mohiyatini tubdan o'zgartirib yubordi. An'anaviy ravishda hududlar tabiiy resurslar, kapital, infratuzilma va mehnat resurslari asosida raqobatlashgan bo'lsa, bugungi kunda ular tobora ko'proq raqamli makonda — ya'ni o'zlarining raqamli imkoniyatlari, onlayn ko'rinuvchanligi va ma'lumotlarga asoslangan qarorlar qabul qilish qobiliyati orqali raqobatlashmoqda. Shu bilan birga, raqamli transformatsiya hududlarga o'z qiymat takliflarini investorlar, turistlar va aholi uchun samaraliroq yetkazish imkonini berib, hududiy marketingni ko'p o'lchovli va texnologiyalarga asoslangan jarayonga aylantirdi. OECD tadqiqotlariga ko'ra, raqamlashtirish mahsuldorlik va innovatsiyalarni oshirish orqali hududiy raqobatbardoshlikni kuchaytiradi hamda axborot va bozorlarga kirishni kengaytiradi [1][2].

Hududiy marketing nazariy jihatdan "place branding" tushunchasi bilan chambarchas bog'liq bo'lib, u global raqobat muhitida strategik pozitsiyalashni anglatadi. Bu yondashuv amaliy jihatdan strategik brendingni klassik marketing va raqobat nazariyalari bilan uyg'unlashtiradi. Philip Kotler tomonidan ta'riflanganidek, hududiy marketing — bu maqsadli auditoriya ehtiyojlarini qondirish bilan birga aholi turmush sifatini yaxshilashga qaratilgan strategik faoliyatlar majmuasidir [3]. Keyingi tadqiqotlar ushbu tushunchani yanada kengaytirib, raqamli ekotizimlar va axborot-kommunikatsiya texnologiyalari hududlarga manfaatdor tomonlar bilan yanada dinamik va interaktiv aloqalarni o'rnatish imkonini berishini ko'rsatadi. Xususan, ijtimoiy tarmoqlar, qidiruv tizimlari va onlayn savdo platformalari kabi raqamli platformalar hududlarning jozibadorligini oshirish va ularni global miqyosda tanitishda muhim vositaga aylangan [4][5].

Empirik dalillar shuni ko'rsatadiki, raqamli transformatsiya hududiy iqtisodiy ko'rsatkichlarga sezilarli ta'sir ko'rsatadi. Jahon banki ma'lumotlariga ko'ra, keng polosali internet qamrovi kengaygan hududlarda yalpi ichki mahsulot o'sishi va bandlik darajasi yuqori bo'ladi [6]. Shuningdek, Jahon turizm tashkiloti (UNWTO) turizm raqobatbardoshligining muhim omillaridan biri sifatida raqamli texnologiyalarni, jumladan, onlayn bron qilish tizimlari va virtual turizm xizmatlarini ta'kidlaydi. Bu omillar, ayniqsa, turizm va hududiy rivojlanish davlat siyosatining ustuvor yo'nalishlari hisoblangan O'zbekiston kabi mamlakatlar uchun alohida ahamiyat kasb etadi [7].

Shunga qaramay, mavjud ilmiy adabiyotlarda muhim bo'shliq mavjud. Xususan, rivojlanayotgan mamlakatlarda raqamli texnologiyalarning hududiy marketingga qanday tizimli tarzda joriy etilishi va uning samaradorligi yetarlicha o'rganilmagan [8][9]. Avvalgi tadqiqotlar asosan milliy darajadagi raqamlashtirish yoki umumiy marketing konsepsiyalariga qaratilgan bo'lib, bir mamlakat ichidagi hududlar kesimida taqqoslama tahlillar yetarli darajada olib borilmagan [10].

O'zbekistonda ayrim olimlar hududiy rivojlanish va raqamli iqtisodiyot masalalariga e'tibor qaratgan. Jumladan, Rasulov (2023) raqamli infratuzilmaning hududiy raqobatbardoshlikni oshirishdagi ahamiyatini ta'kidlaydi, Karimov (2024) esa Samarqand misolida raqamli turizm marketingining madaniy merosni targ'ib qilishdagi rolini o'rganadi. Biroq ushbu tadqiqotlar ko'proq tavsifiy xarakterga ega bo'lib, raqamli ko'rsatkichlar bilan marketing natijalari o'rtasidagi bog'liqlikni kompleks analitik model asosida tahlil qilmaydi. Shu sababli hududlar kesimida tizimli, ma'lumotlarga asoslangan tahlilga ehtiyoj mavjud [11][12][13].

Mazkur tadqiqot aynan shu ilmiy bo'shliqni to'ldirishga qaratilgan bo'lib, unda aralash metodologiya — statistik tahlil, taqqoslama baholash va indeks modellashtirish usullari qo'llaniladi. Tadqiqotda 2025-yil uchun rasmiy ma'lumotlar asosida raqamli infratuzilma ko'rsatkichlari, turizm samaradorligi va investitsiya oqimlari o'rganiladi. Shuningdek, hududiy marketing samaradorligini baholash uchun kompozit indekslar va samaradorlik koeffitsiyentlari ishlab chiqiladi. Ushbu yondashuv hududiy marketing strategiyalarining raqamli komponentlarini chuqur va kompleks tahlil qilish imkonini beradi [14][15].

Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, raqamli integratsiya darajasi yuqori bo'lgan hududlar — ya'ni rivojlangan AKT infratuzilmasi, faol onlayn mavjudlik va ma'lumotlarga asoslangan boshqaruvga ega hududlar — turizm va investitsiyalarni jalb qilishda sezilarli ustunlikka ega. Xususan, Samarqand viloyati tarixiy meros



va raqamli texnologiyalarni uyg'unlashtirish orqali muvaffaqiyatli hududiy marketing modelini namoyon etadi. Bundan tashqari, raqamli marketing an'anaviy marketingga nisbatan arzonroq bo'lib, kengroq auditoriyani qamrab olish va aniq maqsadli kommunikatsiyani ta'minlash imkonini beradi.

Ushbu natijalar siyosatchilar va hududiy rivojlanish bilan shug'ullanuvchi tashkilotlar uchun muhim xulosalarni taqdim etadi. Birinchidan, samarali marketingdan oldin raqamli infratuzilmani rivojlantirish zarurligi ta'kidlanadi. Ikkinchidan, raqamli marketing faqat texnologiyalarni joriy etish emas, balki malakali inson kapitalini rivojlantirishni ham talab qiladi. Uchinchidan, turli kanallar va ma'lumot manbalarini birlashtirgan integratsiyalashgan hududiy raqamli marketing tizimini yaratish zarur. Shu orqali barqaror hududiy rivojlanishga erishish mumkin. Umuman olganda, tadqiqot raqamli davrda hududiy marketingni takomillashtirish bo'yicha empirik dalillar va amaliy tavsiyalarni taqdim etadi.

MAVZUGA OID ADABIYOTLAR SHARHI

Raqamli transformatsiya va hududiy marketing o'rtasidagi bog'liqlik so'nggi yillarda ilmiy tadqiqotlarda muhim yo'nalishlardan biriga aylangan. Xalqaro tashkilotlar va yetakchi olimlar tomonidan olib borilgan tadqiqotlar raqamli texnologiyalar iqtisodiy rivojlanish va hududiy raqobatbardoshlikni oshirishda muhim omil ekanligini tasdiqlaydi. Xususan, OECD hisobotlarida raqamlashtirish jarayoni mahsuldorlik va innovatsiyalarni rag'batlantirishi hamda hududlarning global bozorlarga chiqish imkoniyatlarini kengaytirishi ta'kidlanadi [1] [2][11]. Shu bilan birga, raqamli transformatsiya hududlar o'rtasida iqtisodiy tafovutlarni kamaytirish vositasi sifatida ham qaraladi.

Hududiy marketing nazariyasi doirasida "place marketing" va "place branding" konsepsiyalari muhim ilmiy asos bo'lib xizmat qiladi. Philip Kotler va hammualliflar tomonidan ishlab chiqilgan yondashuvga ko'ra, hududiy marketing maqsadli auditoriya ehtiyojlarini qondirish bilan birga hududning jozibadorligini oshirishga qaratilgan strategik faoliyatlar majmuasidir [3]. Zamonaviy tadqiqotlarda ushbu konsepsiyalar raqamli texnologiyalar bilan boyitilib, hududlarning brendini shakllantirishda ijtimoiy tarmoqlar, qidiruv tizimlari va onlayn platformalarning roli alohida ta'kidlanmoqda.

Raqamli texnologiyalarning iqtisodiy samaradorlikka ta'siri bo'yicha Jahon banki va boshqa xalqaro institutlar tomonidan olib borilgan tadqiqotlar keng polosali internet qamrovining oshishi hududiy YAIM o'sishi va bandlik darajasining ortishiga olib kelishini ko'rsatadi [6]. Shuningdek, UNWTO tomonidan olib borilgan tahlillar turizm sohasida raqamli texnologiyalar — xususan, onlayn bronlash tizimlari va virtual xizmatlar — hududlarning jozibadorligini sezilarli darajada oshirishini tasdiqlaydi [7].

Ilmiy adabiyotlarda hududiy innovatsion tizimlar va raqamli ekotizimlar konsepsiyasi ham muhim o'rin tutadi. Asheim va Gertler tomonidan ilgari surilgan "mintaqaviy innovatsion tizimlar" nazariyasiga ko'ra, hududiy rivojlanish innovatsiya, bilim va texnologiyalar almashinuvi orqali shakllanadi [4]. Ushbu yondashuv raqamli texnologiyalar yordamida yanada kengayib, hududlar o'rtasida interaktiv va dinamik aloqalarni rivojlantirish imkonini beradi.

O'zbekiston kontekstida olib borilgan tadqiqotlar ham ushbu yo'nalishning dolzarbligini tasdiqlaydi. Jumladan, Abdimurodova raqamli iqtisodiyotning mamlakat rivojlanishidagi ustuvor yo'nalishlarini tahlil qilib, raqamli infratuzilma va davlat siyosatining muhim rolini ko'rsatadi [8]. Rasulov va boshqalar hududiy rivojlanishning iqtisodiy o'sishni ta'minlashdagi ahamiyatini o'rganib, hududlararo tafovutlarni kamaytirish zarurligini ta'kidlaydi. Shuningdek, Samarqand viloyatining turizm salohiyati bo'yicha olib borilgan tadqiqotlar raqamli marketing vositalarining madaniy merosni targ'ib qilishdagi samaradorligini ko'rsatadi [9].

Shunga qaramay, mavjud ilmiy adabiyotlar tahlili shuni ko'rsatadiki, raqamli texnologiyalar va hududiy marketing o'rtasidagi bog'liqlikni kompleks, ma'lumotlarga asoslangan va hududlar kesimida taqqoslovchi yondashuv yetarli darajada ishlab chiqilmagan. Ayniqsa, O'zbekiston sharoitida hududlar bo'yicha raqamli marketing samaradorligini baholovchi integratsiyalashgan modellarning yetishmasligi kuzatiladi. Shu sababli mazkur tadqiqot mavjud ilmiy bo'shliqni to'ldirishga qaratilgan bo'lib, u raqamli ko'rsatkichlar va marketing natijalari o'rtasidagi bog'liqlikni indeks asosida baholash orqali yangi ilmiy yondashuvni taklif etadi.

TADQIQOT METADOLOGIYASI

Mazkur tadqiqotda hududiy marketing strategiyalarini takomillashtirishda raqamli texnologiyalarning rolini kompleks baholash maqsadida integratsiyalashgan aralash metodologik yondashuv qo'llanildi. Ushbu yondashuv kvantitativ statistik tahlil hamda sifat jihatidan baholash usullarini birlashtirish orqali tadqiqot obyekti har tomonlama o'rganish imkonini berdi.

Tadqiqot uchun ma'lumotlar asosan ikkilamchi manbalardan olindi. Jumladan, O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasi, hududiy rivojlanish bo'yicha rasmiy hisobotlar, shuningdek, Jahon banki, OECD va UNWTO kabi xalqaro tashkilotlar bazalaridan foydalanildi. Tahlilda 2025-yilga oid hududiy ko'rsatkichlar



— xususan, raqamli infratuzilma rivojlanish darajasi, turizm faoliyati, investitsiya oqimlari hamda raqamli xizmatlardan foydalanish darajasi — asosiy empirik baza sifatida qabul qilindi. Shu bilan birga, Samarqand viloyatining boshqa hududlarga nisbatan taqqoslama holati alohida e'tiborga olindi.

Tadqiqotning analitik aniqligini ta'minlash maqsadida bir qator ilmiy-uslubiy vositalar qo'llanildi. Xususan, taqqoslama tahlil yordamida hududlar o'rtasidagi farqlar aniqlanib, indeks asosidagi baholash orqali ularning nisbiy samaradorligi o'lchandi. Bundan tashqari, korrelyatsion tahlil yordamida raqamli texnologiyalar ko'rsatkichlari bilan hududiy marketing natijalari o'rtasidagi bog'liqlik darajasi baholandi.

Mazkur tadqiqot doirasida hududiy marketing samaradorligini kompleks baholash uchun maxsus kompozit ko'rsatkich — Hududiy raqamli marketing samaradorligi indeksi (Regional Digital Marketing Efficiency Index — RDMEI) ishlab chiqildi. Ushbu indeks raqamli infratuzilma, turizm raqamli faollik hamda investitsiyalarni raqamli targ'ib qilish ko'rsatkichlarini normallashtirish va integratsiyalash orqali shakllantirildi. RDMEI hududlarning umumiy raqamli marketing salohiyatini baholash va ularni o'zaro solishtirish imkonini beradi.

Shuningdek, tadqiqotda Raqamli raqobatbardoshlik koeffitsiyenti (Digital Competitiveness Ratio — DCR) hisoblab chiqildi. Ushbu ko'rsatkich raqamli marketingga sarflangan xarajatlarning an'anaviy marketingga nisbatan samaradorligini aniqlashga xizmat qiladi. DCR orqali har bir hududda raqamli marketing resurslarining qay darajada samarali ishlatilayotgani baholandi.

Ma'lumotlar ustida ishlash jarayonida statistik usullar — jumladan, reytinglash, normallashtirish va trend tahlili — keng qo'llanildi. Bu usullar hududlar o'rtasidagi tafovutlar, rivojlanish tendensiyalari hamda raqamli transformatsiya darajasidagi nomutanosibliklarni aniqlash imkonini berdi.

Bundan tashqari, tadqiqot metodologiyasida tizimli tahlil yondashuvi ham qo'llanildi. Ushbu yondashuv raqamlashtirish jarayoni bilan hududiy marketing natijalari o'rtasidagi o'zaro bog'liqlikni kompleks tarzda o'rganishga imkon berdi. Natijada, raqamli texnologiyalarning hududiy raqobatbardoshlikka ta'siri chuqur tahlil qilinib, ilmiy asoslangan xulosalar va amaliy tavsiyalar ishlab chiqildi.

Umuman olganda, qo'llanilgan metodologiya hududiy marketingni raqamli transformatsiya sharoitida baholash uchun tizimli, kompleks va ilmiy asoslangan yondashuvni ta'minlaydi hamda qaror qabul qiluvchilar uchun ishonchli analitik asos yaratadi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Mazkur tadqiqotning empirik natijalari O'zbekiston hududlarida raqamli texnologiyalarning hududiy marketing strategiyalarini rivojlantirishdagi rolini kompleks baholash imkonini beradi. Tahlillar 2025-yil ko'rsatkichlariga asoslangan bo'lib, ular hududiy raqobatbardoshlik va raqamli transformatsiya kontekstida talqin qilindi. Ayniqsa, Samarqand viloyatiga alohida e'tibor qaratildi (1-jadval).

1-jadval. O'zbekiston hududlari bo'yicha raqamli iqtisodiyotning asosiy ko'rsatkichlari¹ (2025-yil)

Hudud	Internet qamrovi (%)	Raqamli xizmatlardan foydalanish (%)	E-commerce ulushi (%)	AKT investitsiyalari (mln USD)
Toshkent shahri	92	85	18	520
Samarqand	78	70	12	210
Buxoro	74	66	10	180
Farg'ona	76	68	11	195
Milliy o'rtacha	80	72	13	—

1-jadval natijalari hududlar o'rtasida raqamli rivojlanish darajasida sezilarli tafovutlar mavjudligini ko'rsatadi va bu tafovutlar hududiy marketing samaradorligiga bevosita ta'sir ko'rsatadi. Toshkent shahri barcha ko'rsatkichlar bo'yicha yetakchi bo'lib, mamlakatning iqtisodiy va texnologik markazi sifatidagi o'rnini tasdiqlaydi. Shu bilan birga, Samarqand viloyati ham nisbatan yuqori natijalarni ko'rsatib, ayniqsa raqamli xizmatlardan foydalanish va AKT investitsiyalari bo'yicha poytaxtdan keyingi yetakchi hudud sifatida namoyon bo'ladi.

Samarqandda internet qamrovi darajasining 78 % ni tashkil etishi ushbu hududda raqamli marketing platformalarini rivojlantirish uchun muhim asos yaratadi. Biroq, e-commerce ulushi (12 %) milliy o'rtacha ko'rsatkichdan past bo'lib, bu raqamli platformalarni tijoratlashtirishdagi tizimli muammolar mavjudligini ko'rsatadi. Ushbu holat raqamli tadbirkorlikning yetarli darajada rivojlanmaganligi hamda kichik va o'rta biznes subyektlarining onlayn bozorlarga integratsiyasi pastligi bilan izohlanadi. Bu esa shuni anglatadiki, infratuzilma mavjudligi yetarli emas, balki uni samarali ishlatish uchun qo'shimcha institutsional va iqtisodiy mexanizmlar zarur (2-jadval).

¹ Muallif ishlanmasi

2-jadval. Turizm va marketing ko'rsatkichlari² (2025-yil)

Hudud	Turistlar (mln)	Onlayn bron qilish (%)	Raqamli marketing ulushi (%)	Turizm daromadi (mln USD)
Samarqand	3.8	65	55	920
Toshkent shahri	2.5	70	60	800
Buxoro	2.1	60	50	610
Xiva	1.5	58	48	420

2-jadval natijalari raqamli marketingning turizm samaradorligiga bevosita ta'sirini yaqqol namoyon etadi. Samarqand viloyati turistlar soni va turizm daromadi bo'yicha yetakchilik qiladi, garchi u Toshkentga nisbatan kamroq ulushda raqamli marketing xarajatlarini amalga oshirgan bo'lsa ham. Bu holat Samarqandda raqamli marketingning marginal samaradorligi yuqori ekanligini ko'rsatadi.

Onlayn bron qilish ulushining 65 % ni tashkil etishi raqamli platformalarning iste'molchilar qaror qabul qilish jarayonida tobora muhim ahamiyat kasb etayotganini tasdiqlaydi. Natijalar shuni ko'rsatadiki, raqamli marketing nafaqat xarajat jihatidan samarali, balki maqsadli auditoriyani aniq qamrab olish imkonini ham beradi.

Iqtisodiy nuqtayi nazardan, Samarqandning yuqori natijalari talab va taklif omillarining uyg'unlashuvi bilan izohlanadi. Talab tomondan, raqamli platformalar axborot qidirishni osonlashtiradi va tranzaksiya xarajatlarini kamaytiradi. Taklif tomondan hududiy boshqaruv organlari va biznes subyektlari an'anaviy va raqamli marketing vositalarini integratsiyalashgan holda qo'llamoqda. Shunga qaramay, kelgusida analitika va shaxsiylashtirilgan marketing vositalaridan foydalanishni kengaytirish orqali yanada yuqori samaradorlikka erishish mumkin (3-jadval).

3-jadval. Investitsiyalarni jalb qilish ko'rsatkichlari³ (2025-yil)

Hudud	FDI (mln USD)	Raqamli targ'ibot indeksi	Loyihalar soni	Startup ekotizimi balli
Toshkent shahri	1200	90	320	85
Samarqand	620	75	180	70
Farg'ona	540	68	150	65
Buxoro	500	65	140	60

3-jadval natijalari raqamli marketingning xorijiy investitsiyalarni jalb qilishdagi muhim rolini ko'rsatadi. Toshkent shahri yuqori darajadagi raqamli infratuzilma va rivojlangan startup ekotizimi tufayli yetakchi o'rinni egallaydi. Shu bilan birga, Samarqand ham barcha ko'rsatkichlar bo'yicha ikkinchi o'rinni egallab, barqaror rivojlanayotgan hudud sifatida ajralib turadi.

Raqamli targ'ibot indeksi hududlarning investorlarga yo'naltirilgan raqamli vositalardan (investitsiya portallari, virtual turlar, onlayn xizmatlar) foydalanish darajasini aks ettiradi. Samarqandning yuqori ko'rsatkichi (75) uning investitsiya jalb qilish bo'yicha faol siyosat olib borayotganini ko'rsatadi. Biroq, startup ekotizimi ko'rsatkichining nisbatan pastligi innovatsion salohiyatning yetarli darajada rivojlanmaganligini bildiradi.

Iqtisodiy jihatdan bu jarayon axborot assimetriyasining kamayishi bilan izohlanadi. Raqamli platformalar investorlar uchun shaffof va tezkor axborot taqdim etib, tavakkalchilik va tranzaksiya xarajatlarini kamaytiradi (4-jadval).

4-jadval. Hududiy raqamli marketing samaradorligi indeksi⁴ (RDMEI) (2025-yil)

Hudud	Raqamli infratuzilma indeksi	Turizm raqamli indeksi	Investitsiya raqamli indeksi	RDMEI
Toshkent shahri	90	88	92	90.0
Samarqand	78	82	75	78.3
Farg'ona	75	76	70	73.7
Buxoro	72	74	68	71.3

4-jadval hududlarning umumiy raqamli marketing salohiyatini kompleks baholaydi. Toshkent shahri 90 ball bilan yetakchi o'rinni egallagan bo'lsa, Samarqand 78.3 ball bilan ikkinchi o'rinni egallaydi. Bu esa Samarqandning yuqori darajadagi raqamli marketing samaradorligiga ega ekanligini ko'rsatadi.

2 Muallif ishlanmasi

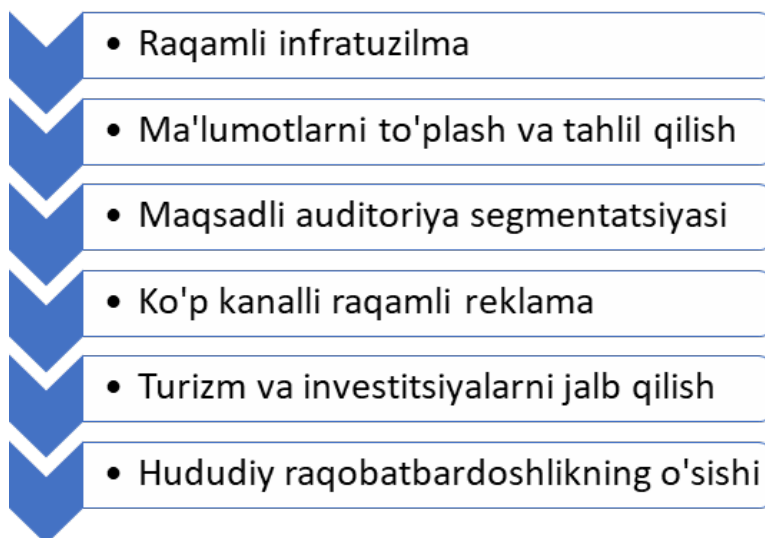
3 Muallif ishlanmasi

4 Muallif ishlanmasi



Mazkur indeks raqamli marketingning ko'p komponentli xarakterga ega ekanligini tasdiqlaydi, ya'ni u infratuzilma, turizm va investitsiya ko'rsatkichlarini o'z ichiga oladi. Samarqand investitsiya ko'rsatkichlari bo'yicha nisbatan pastroq natija ko'rsatgan bo'lsa-da, turizm sohasidagi yuqori natijalari orqali umumiy samaradorlikni ta'minlaydi.

RDMEI hududlararo taqqoslash va siyosiy qarorlar qabul qilish uchun muhim analitik vosita hisoblanadi. Shuningdek, kamroq rivojlangan hududlarda raqamli investitsiyalarning qaytimi yuqoriroq bo'lishi mumkinligini ko'rsatadi (1-rasm).



1-rasm. Integratsiyalashgan hududiy raqamli marketing modeli⁵

Mazkur model hududiy raqamli marketing jarayonining ketma-ket va o'zaro bog'liq bosqichlarini ifodalaydi. Modelda ma'lumotlarni yig'ish va tahlil qilish asosiy element sifatida ko'rsatilib, u xom ma'lumotlarni foydali bilimga aylantirishda muhim rol o'ynaydi.

Shuningdek, model turli kommunikatsiya kanallaridan kompleks foydalanish zarurligini ta'kidlaydi. Bu turli auditoriyalarga samarali yetib borish imkonini beradi. Model tizimli yondashuvni aks ettirib, marketing elementlarining o'zaro bog'liqligini va natijalar asosida doimiy takomillashtirish mexanizmini ko'rsatadi.

Tadqiqot natijalari raqamli texnologiyalar hududiy marketing samaradorligini sezilarli darajada oshirishini tasdiqlaydi. Raqamli integratsiya darajasi yuqori bo'lgan hududlar turizm, investitsiya jalb qilish va umumiy raqobatbardoshlik bo'yicha ustun natijalarga ega. Samarqand misolida hudud o'zining madaniy resurslari va raqamli vositalarni uyg'unlashtirish orqali yuqori iqtisodiy natijalarga erishayotganini ko'rish mumkin.

Ushbu muammolarni hal etish uchun kompleks siyosiy yondashuv zarur bo'lib, u infratuzilmani rivojlantirish, kadrlar salohiyatini oshirish va strategik rejalashtirishni o'z ichiga oladi. Zamonaviy tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, raqamli transformatsiya nafaqat texnologik, balki ijtimoiy-madaniy jarayon ham hisoblanadi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Mazkur tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, hududiy marketing tizimida raqamli texnologiyalardan foydalanish hududlarning iqtisodiy samaradorligi, raqobatbardoshligi hamda investorlar va turistlar uchun jozibadorligini oshirishda muhim omil hisoblanadi. Ayniqsa, O'zbekiston sharoitida olib borilgan tahlillar raqamli infratuzilma va ma'lumotlarga asoslangan marketing vositalarini faol qo'llayotgan hududlar — xususan, Samarqand viloyati — turizmni rivojlantirish, investitsiyalarni jalb qilish va marketing samaradorligini oshirish bo'yicha sezilarli ustunlikka ega ekanligini tasdiqlaydi.

Tadqiqot doirasida ishlab chiqilgan kompozit ko'rsatkichlar raqamlashtirishning hududiy marketingdagi rolini yanada chuqurroq ochib beradi. Ular shuni ko'rsatadiki, raqamli texnologiyalar faqat yordamchi vosita emas, balki hududiy marketing muvaffaqiyatining asosiy drayveri hisoblanadi. Shu bilan birga, tahlillar hududlar o'rtasida raqamli tadbirkorlik, innovatsion ekotizim va institutsional salohiyat bo'yicha mavjud tafovutlarni ham aniqlab berdi.

Ushbu natijalar asosida siyosat yurituvchilar uchun bir qator muhim yo'nalishlar tavsiya etiladi. Birinchidan, integratsiyalashgan raqamli ekotizimlarni shakllantirish va rivojlantirish ustuvor vazifa bo'lishi lozim. Ikkinchidan,

5 Muallif ishlanmasi



raqamli kompetensiyalarga ega inson kapitalini rivojlantirish zarur, chunki texnologik vositalardan samarali foydalanish malakali kadrlar mavjudligiga bevosita bog'liq. Uchinchidan, marketing resurslarini optimal taqsimlash uchun analitik va ma'lumotlarga asoslangan yondashuvlarni keng joriy etish muhim ahamiyatga ega.

Bundan tashqari, hududiy boshqaruv organlari o'zlarining raqamli infratuzilmasini mavjud sektoriy ustunliklar bilan uyg'unlashtirishga e'tibor qaratishlari lozim. Masalan, Samarqand misolida raqamli texnologiyalarni madaniy turizm bilan integratsiya qilish yanada yuqori iqtisodiy samaradorlikni ta'minlashi mumkin.

Kelgusidagi tadqiqotlar uchun esa tahlil doirasini kengaytirish, xususan, uzoq muddatli (longitudinal) ma'lumotlardan foydalanish, mikro darajadagi biznes faoliyatini chuqurroq o'rganish hamda sun'iy intellekt va blokcheyn kabi yangi texnologiyalarning hududiy marketingga ta'sirini baholash muhim ilmiy yo'nalishlar sifatida tavsiya etiladi. Umuman olganda, raqamli transformatsiya hududiy marketingni rivojlantirish va barqaror iqtisodiy o'sishni ta'minlashning strategik asosiga aylanmoqda.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. OECD, OECD Digital Economy Outlook, OECD Publishing, Paris. 2024. Available: https://www.oecd.org/en/publications/oecd-digital-economy-outlook_f0b5c251-en.html
2. OECD, "Digital transformation," OECD. 2022. Available: <https://www.oecd.org/en/topics/digital-transformation.html>
3. Kotler, P., Haider, D., & Rein, I. (2022). Marketing Places. <https://doi.org/10.4324/9781003060418>.
4. B. T. Asheim and M. S. Gertler, "The geography of innovation: Regional innovation systems," in The Oxford Handbook of Innovation, J. Fagerberg, D. C. Mowery, and R. R. Nelson, Eds. Oxford, U.K.: Oxford University Press, 2005, pp. 291–317.
5. V. Ahuja, Digital Marketing. New Delhi, India: Oxford University Press, 2015.
6. World Bank, Digital Development. Washington, DC, USA: World Bank Group, 2023. [Online]. Available: <https://thedocs.worldbank.org/en/doc/b16e2ba1cb754ab47a2dd1b214dd374e-0400062023/original/DigitalDevelopmentBrochure.pdf>
7. UN Tourism, "Digital transformation," UN Tourism. [Online]. Available: <https://www.untourism.int/digital-transformation>
8. G. P. Abdimurodova, "Digital economy development in Uzbekistan and its priority directions," CyberLeninka, 2025. [Online]. Available: <https://cyberleninka.ru/article/n/digital-economy-development-in-uzbekistan-and-its-priority-directions>
9. Z. Jumaeva and N. Rasulova, "Development of Regions in Ensuring Economic Growth of Uzbekistan", JMEE, vol. 1, no. 1, pp. 11–18, Jan. 2022.
10. S. I. Abdurashitovich, "Dynamic analysis of the tourism sector of Samarkand region," American Journal of Economics and Business Management, vol. 8, no. 9, pp. 4695–4701, Sep. 2025.
11. OECD, OECD Digital Education Outlook 2023: Towards an Effective Digital Education Ecosystem. Paris, France: OECD Publishing, 2023. doi: 10.1787/c74f03de-en
12. World Economic Forum, The Future of Growth Report 2024. Geneva, Switzerland: World Economic Forum, Jan. 2024. [Online]. Available: https://www3.weforum.org/docs/WEF_Future_of_Growth_Report_2024.pdf
13. International Telecommunication Union, Measuring Digital Development: Facts and Figures 2023. Geneva, Switzerland: ITU, 2023. Available: <https://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/facts/default.aspx>
14. United Nations Development Programme, Digital Strategy 2022–2025. New York, USA: UNDP, 2022. Available: <https://www.undp.org/digital/strategy>
15. Asian Development Bank, Asian Development Outlook 2024: Digital Transformation for Inclusive Growth. Manila, Philippines: ADB, 2024. Available: <https://www.adb.org/publications/asian-development-outlook-2024>



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Ingliz tili muharriri: Feruz Hakimov

Musahhih: Zokir ALIBEKOV

Sahifalovchi va dizayner: Oloviddin Sobir o'g'li

2026. № 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>
