

MUHANDISLIK

& IQTISODIYOT

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

№10

2025
oktyabr



Milliy nashrlar

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

05.00.00 – Texnika fanlari

08.00.00 – Iqtisodiyot fanlar



Google Scholar

OPEN ACCESS

ULRICHSWEB™
GLOBAL SERIALS DIRECTORY

Academic
Resource
Index
ResearchBib

ISSN
INTERNATIONAL
STANDARD
SERIAL
NUMBER
INTERNATIONAL CENTRE

CYBERLENINKA

OpenAIRE

ROAD

INDEX COPERNICUS
INTERNATIONAL

BASE

Crossref

НАУЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ
БИБЛИОТЕКА
LIBRARY.RU



РЭУ.РФ
РОССИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Г.В. ПЛЕХАНОВА
ТАШКЕНТСКИЙ ФИЛИАЛ



muhandislik & iqtisodiyot

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

Elektron nashr, 619 sahifa.
2025-yil, 27-oktyabr,

Bosh muharrir:

Zokirova Nodira Kalandarovna, iqtisodiyot fanlari doktori, DSc, professor

Bosh muharrir o'rinbosari:

Shakarov Zafar G'afarovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori, PhD, dotsent

Tahrir hay'ati:

Abduraxmanov Kalandar Xodjayevich, O'z FA akademigi, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Sharipov Kongratbay Avezimbetovich, texnika fanlari doktori, professor

Maxkamov Baxtiyor Shuxratovich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Abduraxmanova Gulnora Kalandarovna, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Shaumarov Said Sanatovich, texnika fanlari doktori, professor

Turayev Bahodir Xatamovich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Nasimov Dilmurod Abdulloyevich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Allayeva Gulchexra Jalgasovna, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Arabov Nurali Uralovich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Maxmudov Odiljon Xolmirzayevich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Xamrayeva Sayyora Nasimovna, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Bobonazarova Jamila Xolmurodovna, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Irmatova Aziza Baxromovna, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Bo'taboyev Mahammadjon To'ychiyevich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Shamshiyeva Nargizaxon Nosirxuja kizi, iqtisodiyot fanlari doktori, professor,

Xolmuxamedov Muhsinjon Murodullayevich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent

Xodjayeva Nodiraxon Abdurashidovna, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent

Amanov Otabek Amankulovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent

Toxirov Jaloliddin Ochil o'g'li, texnika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Qurbonov Samandar Pulatovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Zikriyoyev Aziz Sadulloyevich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Tabayev Azamat Zaripbayevich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Sxay Lana Aleksandrovna, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent

Ismoilova Gulnora Fayzullayevna, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent

Djumaniyazov Umrbek Ilxamovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent

Kasimova Nargiza Sabitdjanovna, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent

Kalanova Moxigul Baxritdinovna, dotsent

Ashurzoda Luiza Muxtarovna, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Sharipov Sardor Begmaxmat o'g'li, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Sharipov Botirali Roxataliyevich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, professor

Tursunov Ulug'bek Sativoldiyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), dotsent

Bauyetdinov Majit Janizaqovich, Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti dotsenti, PhD

Botirov Bozorbek Musurmon o'g'li, Texnika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Sultonov Shavkatjon Abdullayevich, Kimyo fanlari doktori, (DSc)

Jo'raeva Malohat Muhammadovna, filologiya fanlari doktori (DSc), professor.

muhandislik & iqtisodiyot

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

- 05.01.00 – Axborot texnologiyalari, boshqaruv va kompyuter grafikasi
- 05.01.01 – Muhandislik geometriyasi va kompyuter grafikasi. Audio va video texnologiyalari
- 05.01.02 – Tizimli tahlil, boshqaruv va axborotni qayta ishlash
- 05.01.03 – Informatikaning nazariy asoslari
- 05.01.04 – Hisoblash mashinalari, majmualari va kompyuter tarmoqlarining matematik va dasturiy ta'minoti
- 05.01.05 – Axborotlarni himoyalash usullari va tizimlari. Axborot xavfsizligi
- 05.01.06 – Hisoblash texnikasi va boshqaruv tizimlarining elementlari va qurilmalari
- 05.01.07 – Matematik modellash
- 05.01.11 – Raqamli texnologiyalar va sun'iy intellekt
- 05.02.00 – Mashinasozlik va mashinashunoslik
- 05.02.08 – Yer usti majmualari va uchish apparatlari
- 05.03.02 – Metrologiya va metrologiya ta'minoti
- 05.04.01 – Telekommunikatsiya va kompyuter tizimlari, telekommunikatsiya tarmoqlari va qurilmalari. Axborotlarni taqsimlash
- 05.05.03 – Yorug'lik texnikasi. Maxsus yoritish texnologiyasi
- 05.05.05 – Issiqlik texnikasining nazariy asoslari
- 05.05.06 – Qayta tiklanadigan energiya turlari asosidagi energiya qurilmalari
- 05.06.01 – To'qimachilik va yengil sanoat ishlab chiqarishlari materialshunosligi
- 05.08.03 – Temir yo'l transportini ishlatish
- 05.09.01 – Qurilish konstruksiyalari, bino va inshootlar
- 05.09.04 – Suv ta'minoti. Kanalizatsiya. Suv havzalarini muhofazalovchi qurilish tizimlari
- 10.00.06 – Qiyosiy adabiyotshunoslik, chog'ishtirma tilshunoslik va tarjimashunoslik
- 10.00.04 – Yevropa, Amerika va Avstraliya xalqlari tili va adabiyoti
- 08.00.01 – Iqtisodiyot nazariyasi
- 08.00.02 – Makroiqtisodiyot
- 08.00.03 – Sanoat iqtisodiyoti
- 08.00.04 – Qishloq xo'jaligi iqtisodiyoti
- 08.00.05 – Xizmat ko'rsatish tarmoqlari iqtisodiyoti
- 08.00.06 – Ekonometrika va statistika
- 08.00.07 – Moliya, pul muomalasi va kredit
- 08.00.08 – Buxgalteriya hisobi, iqtisodiy tahlil va audit
- 08.00.09 – Jahon iqtisodiyoti
- 08.00.10 – Demografiya. Mehnat iqtisodiyoti
- 08.00.11 – Marketing
- 08.00.12 – Mintaqaviy iqtisodiyot
- 08.00.13 – Menejment
- 08.00.14 – Iqtisodiyotda axborot tizimlari va texnologiyalari
- 08.00.15 – Tadbirkorlik va kichik biznes iqtisodiyoti
- 08.00.16 – Raqamli iqtisodiyot va xalqaro raqamli integratsiya
- 08.00.17 – Turizm va mehmonxona faoliyati

Ma'lumot uchun, OAK

Rayosatining 2024-yil 28-avgustdagi 360/5-son qarori bilan "Dissertatsiyalar asosiy ilmiy natijalarini chop etishga tavsiya etilgan milliy ilmiy nashrlar ro'yxati"ga texnika va iqtisodiyot fanlari bo'yicha "Muhandislik va iqtisodiyot" jurnali ro'yxatga kiritilgan.

Muassis: "Tadbirkor va ishbilarmon" MChJ

Hamkorlarimiz:

1. Toshkent shahridagi G.V.Plexanov nomidagi Rossiya iqtisodiyot universiteti
2. Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti
3. Toshkent irrigatsiya va qishloq xo'jaligini mexanizatsiyalash muhandislari instituti" milliy tadqiqot universiteti
4. Islom Karimov nomidagi Toshkent davlat texnika universiteti
5. Muhammad al-Xorazmiy nomidagi Toshkent axborot texnologiyalari universiteti
6. Toshkent davlat transport universiteti
7. Toshkent arxitektura-qurilish universiteti
8. Toshkent kimyo-texnologiya universiteti
9. Jizzax politexnika instituti



MUNDARIJA

JAHON MOLIYA TIZIMIDA “YASHIL” MOLIYALASHTIRISHNI RIVOJLANISHINING MUAMMOLARI VA SHARTLARI	12
Quliyev Begimqul Melikovich	
EKOLOGIK MIGRANTSIYANI MINTAQAVIY MIQYOSDA MUVOFIQLASHTIRISHNING ASOSIY YO‘NALISHLARI	18
Bahtiyor Ismoilov Ulug‘bek o‘g‘li, Kadirova Zulayxo Abduxalimovna	
O‘ZBEKISTONDA BANK XIZMATLARINI RAQAMLASHTIRISH HOLATI	25
Davletova Nilufar Tulanovna	
EKONOMETRIK MODELLASHTIRISHDA MINTAQANI IQTISODIY RIVOJLANISHIGA TA’SIR ETUVCHI OMILLAR TAHLILI	30
Qodirov Farrux Ergash o‘g‘li	
SUV RESURLARIDAN FOYDALANISH SAMARADORLIGINI OSHIRISHNING XORIY TAJRIBASI	37
Kadixodjayeva Nilufar Raxmatullayevna	
MAHALLIY XOMASHYO BAZASIDAN FOYDALANISH ORQALI ISHLAB CHIQARISH XARAJATLARINI KAMAYTIRISH YO‘LLARI	46
Sultanov Dilshod Normamatovich	
IQTISODIYOTI RIVOJLANGAN DAVLATLARDA INSON KAPITALIGA INVESTITSİYALARNI JALB QILISHNING O‘ZIGA XOS XUSUSIYATLARI	50
Akhmadaliyeva Nikholakhon	
O‘QITUVCHILAR VA TALABALAR UCHUN INNOVATSION TA’LIM DASTURLARINI ISHLAB CHIQISHDA XALQARO STANDARTLARGA MOSLASHUV MEXANIZMLARI	62
Yuldashev Iskandar Bahromovich	
YER QA’RIDAN FOYDALANGANLIK UCHUN SOLIQLARNING ILMIY-TADQIQOTLAR SHARHI	68
Zoxidov Ismatjon Yunusjon o‘g‘li	
RESPUBLIKA IQTISODIY TARAQQIYOTIDA OLIY TA’LIMNI MODERNIZATSIYA QILISH VA INVESTITSIYA JOZIBADORLIGINING O‘RNI	74
Jonuzokov Mirzabek Kulmamatovich	
DAVLAT IQTISODIY XAVFSIZLIGINI MUSTAHKAMLASHDA SIYOSIY INSTITUTLARNING SAMARADORLIGINI OSHIRISH STRATEGIYALARI	80
O. Nurmuradov	
ICHKI AUDIT SAMARADORLIGINI BAHOLASH MEZONLARI VA BUXGALTERIYA MA’LUMOTLARINING ICHKI AUDIT JARAYONIDA EKONOMETRIK MODELLASHTIRISHNING AHAMIYATI	85
Xamidov Javoxir Shavkat o‘g‘li, Muxitdinov Shoxijaxon Xudoyor o‘g‘li	
XORIJIY INVESTITSİYALARNI JALB ETISHNING MOLIYAVIY MEXANIZMLARINI SHAKLLANTIRISHNING NAZARIY ASOSLARI	90
Xuramov Zafar Rajabaliyevich	
KORPORATIV TUZILMALARDA INVESTITSION JOZIBADORLIKNI TA’MINLASHNING AHOLI DAROMADLARINI OSHIRISHDAGI ROLI	95
Qurbonov Javlonbek Jurabekovich, Raxmatov Faxriddin Xasanovich	
GLOBAL RIVOJLANISH JARAYONIDA SUG’URTA XIZMATLARINI ISLOH QILISH MASALALARI	99
Xushmuradov Oman, Ismoilov Sherzod Ismoil o‘g‘li	



DORIVOR O'SIMLIKLARNI QAYTA ISHLASHNING TASHKILIY-IQTISODIY MEXANIZMINI TAKOMILLASHTIRISH YO'NALISHLARI	103
Usmonov Mirg'ulom Xoshim o'g'li	
BARQAROR IQTISODIY O'SISHGA ERISHISHDA SUN'IY INTELLEKT TIZIMLARINI QO'LLASH METODOLOGIYASINING AHAMIYATI	109
Nasrulloev Hayotjon Xabibulloevich	
НЕЙРОИНТУИТИВНЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ КАК ФАКТОР КОНКУРЕНТНОГО ПРЕИМУЩЕСТВА НА РЫНКЕ ТРУДА	115
Ягудин Дмитрий Рустамович	
RESURSLARNI SOLIQQA TORTISHGA OID TADQIQOTLARNING NAZARIY TAHLILI	123
Nasimdjanoov Yunusjon Zoxidovich	
SOLIQ TO'LOVCHILAR FAOLIYATINI MUVOFIQLASHTIRISH: XULQ-ATVOR IQTISODIYOTI VA PROGRESSIV TARIFLARNI LOYIHALASH	129
Abduraimova Nigora Abdugapparovna	
DAVLAT RAQAMLI LOYIHALARI: UZINFOCOMNING TA'LIM TIZIMI VA IQTISODIY SAMARADORLIKKA QO'SHGAN HISSASI	134
Raxmatxo'jayev Axrorxo'ja Akmal o'g'li	
РОЛЬ ЦИФРОВЫХ ПАСПОРТОВ В ПРОМЫШЛЕННОЙ ЭКОНОМИКЕ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ	140
Мансурова Сайёра Бахтияровна	
BANK XIZMATLARIDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALARDAN FOYDALANISHNING RIVOJLANISH ISTIQBOLLARI	148
Xolikova Oydin Olimjonovna	
PNEVMOMEXANIK YIGIRISH TEXNOLOGIYASI XUSUSIYATLARI	153
Jumaniyazov Kadam, Salimov Shuhrat Halimovich, Nazarov Ramazon Anvarovich	
GREEN INDUSTRY AND THE ECONOMY OF ENVIRONMENTALLY FRIENDLY CONSTRUCTION: INTERNATIONAL EXPERIENCE AND UZBEKISTAN'S OPPORTUNITIES	158
Mansurova Sayyora Bakhtiyor kizi	
TELEKOMMUNIKATSIYA SOHASINI RIVOJLANTIRISH TAHLILI	166
Suyunov Asror Baxtiyorovich	
RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA LOGISTIKA XIZMATLARINING MIKRO VA MAKRO TUZILMALARI, ULARNING FUNKSIONAL METADOLOGIK TAMOIYILLARI	171
Z.Teshayev	
O'ZBEKISTONDA DAVLAT ULUSHI MAVJUD KORXONALARNI BOSHQARISHDA XORIJIY TAJRIBADAN FOYDALANISH IMKONIYATLARI	176
Ismailov Allayor Rashidovich	
MAHSULOT TANNARXINI ANIQLASHDA ISHLAB CHIQARISH XARJATLARINI OG'ISHISHLARI VA ULARNI TAQSIMLASH	183
Raxmatov Baxriddin Baxtiyor o'g'li	
ПОВЫШЕНИЕ СТОИМОСТИ СПОРТИВНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ И ОБЪЕКТОВ НА ОСНОВЕ АУТСОРСИНГА	186
Исмагулова Гульмира Нуралиевна	
RAQAMLI TEXNOLOGIYALAR ASOSIDA TURIZMNI RIVOJLANTIRISHNING NAZARIY KONSEPSIYASI	193
Xaitov Oxunjon Nomoz o'g'li	
O'ZBEKISTON SHAROITIDA XIZMATLAR SIFATINI OSHIRISHDA RAQAMLI TRANSFORMATSIYANING INSTITUTSIONAL VA TASHKILIY MEXANIZMLARI	198
Xudoyorov Lochinbek Bahromovich	
TIJORAT BANKLARIDA UZOQ MUDDATLI RESURSLARNI JALB QILISHDA XALQARO TAJRIBA	203
Abduraxmonov Akmal Nurmamat o'g'li	



MEHNATGA LAYOQATLI TRANSPORT SOHASIDAGI AHOLINI ISH O'RINLARI BILAN TA'MINLANGANLIK HOLATINI TAHLILI	207
Abdullayeva Nigora Shamsiddinovna	
TO'QIMACHILIK SOHASINI BARQAROR RIVOJLANTIRISH MODELI	212
Madraximova Gulasal Ro'zimboy qizi	
TIJORAT BANKLARIDA KREDIT PORTFELI DIVERSIFIKATSIYASI VA GAROV TA'MINOTI SIFATINING BANK BARQARORLIGIGA TA'SIRI	220
Xolbozorov Husniddin Norbek o'g'li	
O'ZBEKISTON - 2030 STRATEGIYASI DOIRASIDA TIJORAT BANKLARIDA KREDIT RISKLARINI BOSHQARISH: MUAMMOLAR VA TAKOMILLASHTIRISH YO'LLARI	226
Norova Nozima Nabiyeвна	
UY-JOY KOMMUNAL XIZMATLARNI INNOVATSION RIVOJLANTIRISHNING KLASSTERLI MEXANIZMI TAHLILI	232
Odamboyev Oybek Ravshanbek o'g'li	
KORPORATIV BOSHQARUV TUZILMALARIDA MOLIVAVIY MUNOSABATLARNING RIVOJLANISH TENDENSIYALARI	236
Qurbaniyazov Shaxzodbek Karimovich	
XALQARO SAVDONING RIVOJLANISHI VA ZAMONAVIY TENDENSIYALARI	242
Jalolov Bekzod Sherzod o'g'li	
TA'LIM TIZIMINI MOLIVALASHTIRISHNING YANGI TIZIMINI JORIY ETISHGA QARATILGAN NAZARIY JIHATLAR	247
Dusanov Salim Mamarasulovich	
O'ZBEKISTONDA BUDJET TUSHUMLARINI OSHIRISHDA BOJXONA AUDITINI TAKOMILLASHTIRISH MASALALARI	254
Aktamov Akbarjon Aslan o'g'li	
DAVLAT TA'LIM TASHKILOTLARIDA QURILISH XARAJATLARI HISOBINI YURITISH	262
Ostonokulov Azamat Abduraimovich	
РАЗРАБОТКА ОРГАНИЗАЦИОННЫХ МОДЕЛЕЙ ИНТЕГРАЦИИ КРЕАТИВНЫХ ИНДУСТРИЙ В ТУРИСТИЧЕСКУЮ ИНФРАСТРУКТУРУ РЕСПУБЛИКИ КАРАКАЛПАКСТАН	273
Хошимова Камилла Навфал қизи	
A NEW STAGE IN THE APPLICATION OF MARKET MECHANISMS TO ENTREPRENEURIAL ACTIVITY	285
Ibrayim Maxkamov	
RESURSLARDAN SAMARALI FOYDALANISH ORQALI SOG'LIQNI SAQLASH XIZMATLARINING IQTISODIY SAMARADORLIGINI OSHIRISH USULLARI	291
Eshbekova Xayriniso Baxtiyorovna	
QASHQADARYO VILOYATI IQTISODIYOTIDA DXSH ASOSIDA INVESTITSIYA MUHITINING SHAKLLANISHI	297
Hamroyev G'ayratjon Sultonovich	
TURIZM XIZMATLARI BOZORIDA MIJOZLAR EHTIYOJLARINI O'RGANISH VA TAHLIL QILISH	301
Shaymanov To'liqin Mahmayusupovich	
ПРИМЕНЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ И ЦИФРОВЫХ ПОДХОДОВ В НАЛОГОВОМ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВЕ	306
Элбаева Мукаддас Рашидовна	
СИНТЕЗ НЕЧЕТКОЙ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ТЕПЛОЭНЕРГЕТИЧЕСКИХ ОБЪЕКТОВ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ	311
Бахриева Хуршида Аскарходжаевна, Сафаров Шохрух Шарофович, Бахрамов Муҳаммадали Ералиевичасистент	
ШАНХАЙСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ СОТРУДНИЧЕСТВА КАК КАТАЛИЗАТОР ДОСТИЖЕНИЯ СТРАТЕГИЧЕСКИХ ЦЕЛЕЙ РАЗВИТИЯ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН	319
Базарова Гулнора Гуламовна	



O'ZBEKISTON KORXONALARINING TASHQI IQTISODIY FAOLIYATINI MOLIYALASHTIRISHDA BANK KREDITLASH MEKANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISH MASALALARI	323
Pulatova Moxira Baxtiyorovna	
QUESTIONS ABOUT THE STUDY OF PERFORMANCE AND EFFICIENCY OF APPLICATION OF LOADING AND EXTRACTING EQUIPMENT	327
Azamat Umirzokov	
MATOLARNING HAVO O'TKAZUVCHANLIGI KORRELATSION TAHLILI	334
Ismailov Nurulla Tuychibayevich	
O'ZBEKISTONDA QISHLOQ XO'JALIGI RISKLARINI SUG'URTALASHNING AFZALLIKLARI	339
Mamadjanov Shuxrat Jalolidinovich	
IKKI QATLAMLI ARALASH TOLA TARKIBLI TRIKOTAJ TO'QIMASINI OLIISH USULI	343
Usnatdinova Elmira Faxratdinovna, Mirusmanov Baxtiyor, Abdurahimova Fazilat Abdullayevna	
MAHALLIY DAVLAT HOKIMIYATI ORGANLARIDA ENG ILG'OR TEXNOLOGIYALAR ASOSIDA QAROR QABUL QILISH JARAYONLARINING OPTIMALLASHTIRISH YO'LLARI	347
Axmedov Farxod Raxmonjonovich	
IMPACT OF FOREIGN INVESTMENTS ON THE ECONOMY OF UZBEKISTAN: CROSS-SECTORAL ANALYSIS	354
Jumayeva Kamola Azimjonovna, Khasanova Iroda Azizbek kizi	
KORXONA INVESTITSION FAOLLIGINI TA'MINLASHNING NAZARIY-USLUBIY MASALALARI XUSUSIDA	362
Ilyasova Barno Axmadovna	
MILLIY IQTISODIYOTGA XORIJIY INVESTITSİYALARNI O'ZLASHTIRISHNING AMALDAGI HOLATI TAHLILI	371
G'afurov Sherzod Abduvaxob o'g'li	
EKSPORT SALOHİYATINI OSHIRISH ASOSIDA BARQAROR IQTISODIY O'SISHNI TA'MINLASH METODOLOGIYASINI TAKOMILLASHTIRISH YO'LLARI	378
Raximov Eshmurod Normuradovich	
O'ZBEKISTONDA BARQAROR IQTISODIY O'SISHNI TA'MINLASHDA EKSPORT SALOHİYATINI OSHIRISH YO'NALISHLARI	385
Berdivaliyeva Madina Komiljon qizi	
SANOAT KORXONALARI RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISHNING ZAMONAVIY KONSEPTUAL MEKANIZMLARI	392
Jalolov Abbosxon Ravshanxon o'g'li	
TEPKI UZELI KONSTRUKTIV XOSSALARI TAHLILI	398
Bozorova Farida Maxmudjonovna	
НЕОБХОДИМОСТЬ ОБЪЕДИНЕНИЯ АКЦИЗНОГО НАЛОГА НА НЕФТЕПРОДУКТЫ В РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАН	405
Пулатов Дилшод Хақбердиевич, Маматкулов Салимжон Рахмонкулович, Хужамурадов Аброрбек Рўзимурат ўғли, Воронин Сергей Александрович, Абдиев Мансур Мусурмонович	
OLIY TA'LIMGA INVESTITSIYA SIYOSATI: IQTISODIY TAHLIL VA ISTIQBOLLAR	410
Talapova Nargiza Baxriddinovna	
INNOVATIVE DEVELOPMENT OF THE SERVICE NETWORK	416
Bahriddinov Nodirbek Zamirdinovich	
YANGI O'ZBEKISTON INVESTITSION MUHIT VA UNGA TA'SIR ETUVCHI OMILLAR TAHLILI	421
Tirkashev Farruxjon Xolyigitovich	
МНОГОМЕРНАЯ БЕДНОСТЬ И УСТОЙЧИВОЕ РАЗВИТИЕ: ОЦЕНКА ЧЕРЕЗ РАМКУ MPI	426
Мамаризоев Жахонгир Исохонович	
ОЦЕНКА И ОПТИМИЗАЦИЯ ВЛИЯНИЯ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ НА ОБЕСПЕЧЕНИЕ СТАБИЛЬНОСТИ НАЦИОНАЛЬНОГО ОБМЕННОГО КУРСА В РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАН	430
Норбаева Мухлиса Акрам кизи	



RAQAMLI TO'LOVLAR ASOSLARI VA XAVFSIZLIGI	440
Yaqubov Azizbek G'anibekovich	
RAQAMLI TRANSFORMATSIYA SHAROITIDA LOGISTIKA XIZMATLARINI BOSHQARISHNING INNOVATSION USULLARI	444
Xomidov Xojiakbar Adxamovich	
SOLIQ SIYOSATI ORQALI INKLYUZIV IQTISODIY O'SISHNI TA'MINLASH MEXANIZMLARI.....	449
Saydakbarova Madinaxon Anisbekovna	
O'ZBEKISTONDA STARTAP EKOTIZIMINING SHAKLLANISHI VA BARQAROR RIVOJLANISHI YO'LLARI.....	454
Suleymanova Shoir Alavxanovna	
MILLIY IQTISODIY XAVFSIZLIKNI TA'MINLASHDA TASHQI IQTISODIY FAOLIYATNING O'RNI	459
Alimova Dilfuzaxon Rustam qizi	
MEHNAT BOZORINI OPTIMALLASHTIRISHNING MAKROIQTISODIY BARQARORLIKKA TA'SIRI	464
Botirova Sarvinoz Bobir qizi	
QURILISH MATERIALLARI SANOATIDA KORPORATIV BOSHQARUVNI TASHKIY-IQTISODIY MEXANIZMINI TAKOMILLASHTIRISH ISTIQBOLLARI.....	469
Qurboniyazov Shaxzodbek Karimovich	
INVESTITSIYA FAOLIYATINI MUQOBIL MOLIYALASHTIRISH USULLARINING MANBALARINI SHAKLLANTIRISH YO'LLARI	474
Boboqulov Akmal Muborakbekovich	
RAQAMLI MARKETING STRATEGIYALARINING MOHIYATI VA TURLARI.....	482
Zufarov Akmal Gulamiddinovich	
FISKAL BOSHQARUV SAMARADORLIGINI TA'MINLASHDA SOLIQQA TORTISHNING TARTIBGA SOLISH MEXANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISH	491
Sulaymonov Farrux Shuxratovich	
ИНДЕКС ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ КАК ИНСТРУМЕНТ МОНИТОРИНГА УРОВНЯ ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ	496
Хазраткулова Лола Нармуминовна	
BANK MAJBURIYATLARI VA AKTIVLARINING VAQTINCHALIK NOMUTANOSIBLIK LARI RISKINI KAMAYTIRISH	502
Ibrohimov D.M.	
O'ZBEKISTON RAQAMLI PLATFORMALARI FAOLIYATIDA RAQOBAT SIYOSATINING ZAMONAVIY MUAMMOLARI VA YECHIMLARI.....	507
Saparov Islom O'lmasovich	
RAQOBATBARDOSHLIKNI OSHIRISHDA MARKETING YONDASHUVLARINING QISHLOQ XO'JALIGIGA TATBIQI	514
Abdikarimova Zilola Baxramovna	
TIJORAT BANKLARI KAPITALI TARKIBIDA DAROMAD MANBALARINING ULUSHI VA KAPITALLASHUV JARAYONIDAGI O'RNI	520
Tursunov Mustafo Mirzayevich	
AHOLINI IJTIMOYIY HIMOYA QILISH TIZIMIDA INSTITUSIONAL HAMKORLIKNING O'ZIGA XOS JIHATLARI TAHLILI	524
Abdullayeva Sayyora Aleksandrovna	
O'ZBEKISTON BANK TIZIMIDA RAQAMLI TRANSFORMATSIYANING IQTISODIY SAMARADORLIGI	528
Bobojonova Sevara Baxrombek qizi	
MINTAQA SANOATI RAQAMLI XIZMATLAR BOZORIDA TIJORATLASHTIRISHNI "SMART" MODEL I	533
Norov Murodjon Maxmudovich	



TOMORQADAN SAMARALI FOYDALANISH- KAMBAG'ALLIK MUAMMOSINI YUMSHATISHNING MUHIM OMILI	539
Xamidjon Shaxobov	
SUG'URTA KORXONALARIDA REZERVLAR HISOBINI TAKOMILLASHTIRISH	544
Najimova Nigora	
TO'QIMACHILIK MAHSULOTLARI EKSPORTINI RIVOJLANTIRISHDA XITOY BOZORINING O'RNINI	549
Mardanov Aziz Yusupovich	
THE IMPORTANCE OF GREEN ENERGY IN THE ECONOMY OF FERGANA REGION: CURRENT TRENDS AND PROBLEMS	555
Khayrullaev Zoidjon	
TIJORAT BANKLARIDA MUAMMOLI KREDITLARNING UNDIRILISHI BO'YICHA XORIJ TAJRIBASI	559
Mitillayev Ibrohimjon Tursunpulatovich	
RAQAMLI MOLIYAVIY XIZMATLAR SAMARADORLIGINI BAHOLASHNING NAZARIY ASOSLARI.....	563
Muyassarzoda Fayziyeva	
MOLIYAVIY MEXANIZM SIFATIDA SUG'URTA TASHKILOTLARI TO'LOVGA LAYOQATLILIGINI BELGILASHNING O'ZIGA XOS HUSUSIYATLARI	570
Abdullayev Erkinjon A'zamovich	
MAMLAKAT YAIM QO'SHILGAN QIYMAT HAJMINI STATISTIK VA EKONOMETRIK TAHLIL USULLARI ASOSIDA PROGNOZLASH	578
Jalolov Ilhomjon Isomiddinovich	
XALQARO TURIZM XIZMATLARI BOZORINI RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI	585
Eshtaev Alisher Abdug'aniyevich, Ivatov Irisbeg	
RAQAMLI TEXNOLOGIYALAR VA SUN'IY INTELLEKT ASOSIDA BUXGALTERIYA HISOB VA AUDIT TIZIMLARINI AVTOMATLASHTIRISHNING METODOLOGIK ASOSLARI	590
To'laganov Ziyovuddin Kamolitdin o'g'li	
JAHON SEMENT SANOATIDAGI TENDENSIYALAR VA O'ZBEKISTONNING BARQAROR RIVOJLANISH ISTIQBOLLARI.....	595
Abdujabbarov Abdulaziz Abdurashid o'g'li	
РОЛЬ ФИНАНСОВОГО АНАЛИЗА В ПОВЫШЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ.....	600
Бекбаева Феруза Бахтиеровна	
BARQAROR MOLIYAVIY RENTABELLIK BANKLARNING DAROMADLILIGINI TA'MINLASH OMILI SIFATIDA.....	606
Umarov Davron Shavkatovich	
REKLAMA XIZMATLARI BOZORIDA RAQOBATBARDOSHLIKKA TA'SIR QILUVCHI OMILLAR.....	612
Xamrakulov Azamat Baxritdinovich	



REKLAMA XIZMATLARI BOZORIDA RAQOBATBARDOSHLIKKA TA'SIR QILUVCHI OMILLAR

Xamrakulov Azamat Baxritdinovich

O'zbekiston Respublikasi Raqobatni rivojlantirish va iste'molchilar huquqlarini himoya qilish qo'mitasi Samarqand viloyat hududiy boshqarmasi bo'lim boshlig'i o'rinbosari hamda Samarqand iqtisodiyot va servis instituti, "Real iqtisodiyot" kafedrasining mustaqil tadqiqotchisi
Muallifning elektron manzili: hamrakulovazamat1988@mail.ru

Annotatsiya. Ushbu maqolada reklama xizmatlari bozorida raqobatbardoshlikka ta'sir etuvchi omillar har tomonlama tahlil qilingan. Unda raqobat muhitini shakllantiruvchi asosiy iqtisodiy, tashkiliy, texnologik va marketing omillar ko'rib chiqilgan. Shuningdek, raqamli transformatsiya, iste'molchilar xulq-atvori va innovatsion yondashuvlarning reklama agentliklari faoliyatiga ta'siri o'rganilgan. Tadqiqot natijalari reklama xizmatlari sohasida samarali raqobat strategiyalarini ishlab chiqishda, marketing siyosatini takomillashtirishda hamda xizmatlar sifati va brend imijini oshirishda muhim ahamiyat kasb etadi.

Kalit so'zlar: reklama bozori, raqobatbardoshlik, marketing strategiyasi, raqamli texnologiyalar, innovatsiyalar, xizmatlar sifati, iste'molchi xulq-atvori.

Abstract. This article provides a comprehensive analysis of the factors influencing competitiveness in the advertising services market. It examines the key economic, organizational, technological, and marketing determinants shaping the competitive environment. The study explores the impact of digital transformation, consumer behavior, and innovative approaches on the performance of advertising agencies. The research findings are significant for developing effective competition strategies, improving marketing policies, and enhancing service quality and brand image in the advertising industry.

Keywords: advertising market, competitiveness, marketing strategy, digital technologies, innovation, service quality, consumer behavior.

Аннотация. В статье всесторонне рассматриваются факторы, влияющие на конкурентоспособность на рынке рекламных услуг. Особое внимание уделено экономическим, организационным, технологическим и маркетинговым аспектам, формирующим конкурентную среду. Изучено влияние цифровой трансформации, поведения потребителей и инновационных подходов на деятельность рекламных агентств. Результаты исследования могут быть использованы при разработке эффективных стратегий конкуренции, совершенствовании маркетинговой политики и повышении качества услуг и имиджа бренда.

Ключевые слова: рынок рекламы, конкурентоспособность, маркетинговая стратегия, цифровые технологии, инновации, качество услуг, поведение потребителей.

KIRISH

Bugungi globallashuv va raqamli iqtisodiyot sharoitida reklama xizmatlari bozori mamlakat iqtisodiyotining eng tez rivojlanayotgan tarmoqlaridan biriga aylanmoqda. Raqobatning keskinlashuvi, texnologik yangilanishlar va iste'molchilar talabining o'zgaruvchanligi reklama sohasidagi subyektlardan yuqori darajadagi moslashuvchanlik, kreativ yondashuv va innovatsion fikrlashni talab qilmoqda. Reklama nafaqat mahsulot va xizmatlarni targ'ib qilish vositasi, balki brend imijini shakllantirish, mijozlar ishonchini mustahkamlash hamda iqtisodiy o'sishni rag'batlantirish omili sifatida muhim ahamiyat kasb etmoqda.

So'nggi yillarda O'zbekistonda xizmatlar sohasining jadal rivojlanishi, xususan, reklama faoliyatini erkinlashtirish, axborot texnologiyalarini joriy etish va internet platformalarining kengayishi ushbu bozorning raqobat muhitini tubdan o'zgartirdi. Shu bilan birga, mahalliy reklama agentliklari o'rtasida samarali raqobatni shakllantirish, xizmatlar sifati va kreativlik darajasini oshirish dolzarb vazifaga aylandi.



Mazkur maqolada reklama xizmatlari bozorida raqobatbardoshlikka ta'sir etuvchi asosiy omillar – iqtisodiy, tashkiliy, texnologik, marketing va inson kapitaliga oid jihatlar tahlil qilinadi. Shuningdek, raqamli transformatsiya jarayonining reklama agentliklari faoliyatiga ta'siri, innovatsion strategiyalarni joriy etish va iste'molchilarning yangi xulq-atvor modelini hisobga olish zaruriyati yoritiladi.

Tadqiqotning dolzarbligi shundan iboratki, bugungi kunda reklama xizmatlari bozori iqtisodiy raqobatning muhim segmentiga aylangan bo'lib, unda muvaffaqiyatga erishish uchun an'anaviy uslublardan tashqari zamonaviy raqamli marketing, brending va mijozga yo'naltirilgan yondashuv kabi yangi mexanizmlarni chuqur o'rganish talab etiladi. Shu bois reklama sohasidagi raqobatbardoshlikni oshirish omillarini tahlil etish milliy iqtisodiyotning barqaror rivojlanishiga xizmat qiluvchi strategik masala sifatida ahamiyat kasb etadi.

MAVZUGA OID ADABIYOTLAR TAHLILI

Reklama xizmatlari bozorida raqobatbardoshlik masalasi jahon iqtisodiyoti va marketing fanida keng o'rganilgan dolzarb yo'nalishlardan biridir. Tadqiqotchilar fikriga ko'ra, reklama bozorida muvaffaqiyatli raqobatni ta'minlashda kompaniyaning marketing strategiyasi, innovatsion salohiyati, xizmat sifati va brendning ishonchliligi asosiy omil sifatida namoyon bo'ladi. [1, 2]

Xususan, M. Porterning "raqobat ustunligi" konsepsiyasiga ko'ra, har qanday biznes subyekti o'z ustunligini yaratish va saqlab qolish uchun differensiallashuv, xarajatlarni kamaytirish va innovatsiyalar orqali bozorni egallashi zarur. Reklama sohasida bu yondashuv kreativ g'oyalar, samarali kommunikatsiya vositalari va raqamli texnologiyalardan foydalanish orqali namoyon bo'ladi. [7]

F. Kotler o'zining marketing nazariyalarida reklama raqobatbardoshligini oshirishda iste'molchilarning ehtiyojlarini to'g'ri aniqlash, bozor segmentatsiyasini puxta o'tkazish va maqsadli auditoriyaga yo'naltirilgan reklama kampaniyalarini ishlab chiqish muhimligini ta'kidlaydi. Shu jihatdan, reklama xizmatlarining samaradorligi va raqobatbardoshligi o'zaro uzviy bog'liq tushunchalar sifatida qaraladi. [8]

So'nggi yillarda xorijiy olimlardan J. Baker, D. Aaker, P. Doyle, S. Hollensen kabi mutaxassislar reklama bozori raqobatbardoshligini belgilovchi omillar sifatida raqamli texnologiyalar, kontent marketing, ijtimoiy tarmoqlar va mijoz tajribasining ahamiyatini alohida ta'kidlashgan. Ularning tadqiqotlarida reklama agentliklari o'rtasida innovatsion yechimlarni qo'llash, ma'lumotlar tahlili (data analytics) asosida qarorlar qabul qilish va brend sodiqligini mustahkamlash raqobatning yangi ko'rinishlarini yuzaga keltirayotgani qayd etiladi. [8, 9, 10, 11, 12]

O'zbekistonlik olimlar va mutaxassislar ham so'nggi yillarda reklama xizmatlari rivoji va raqobat muhitining shakllanishiga e'tibor qaratmoqda. Jumladan, M. Jo'rayev, N. Xolmurodov, D. Shodmonova va boshqalar tadqiqotlarida mamlakatimizda reklama bozorining institutsional asoslari, qonunchilik bazasi, xizmatlar sifati va iste'molchi madaniyati raqobatbardoshlikka bevosita ta'sir etuvchi omillar sifatida ko'rib chiqiladi. [13, 14, 15]

Shuningdek, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining xizmatlar sohasini rivojlantirish, xususan, reklama faoliyatini tartibga solish va shaffof raqobatni ta'minlashga qaratilgan qarorlari mazkur yo'nalishda amaliy imkoniyatlarni kengaytirmoqda. Ayniqsa, raqamli iqtisodiyot sharoitida onlayn reklama, kontent ishlab chiqish, brending va vizual marketing xizmatlarining o'sishi mahalliy reklama agentliklaridan yangi yondashuv va malakani talab etmoqda. Adabiyotlar tahlili shuni ko'rsatadiki, reklama xizmatlari bozorida raqobatbardoshlikka ta'sir qiluvchi omillar ko'p qirrali bo'lib, ular iqtisodiy, tashkiliy, texnologik, ijtimoiy va madaniy jihatlarini o'z ichiga oladi. Shu bois, milliy sharoitda ushbu omillarni tizimli tahlil etish va ularga mos strategiyalarni ishlab chiqish reklama bozorining barqaror rivojlanishida hal qiluvchi ahamiyat kasb etadi. [6]

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Mazkur tadqiqotning metodologik asosi reklama xizmatlari bozorining raqobatbardoshligini aniqlash, uni shakllantiruvchi omillarni tizimli tahlil qilish va ularning o'zaro ta'sirini baholashga qaratilgan ilmiy yondashuvlardan iboratdir. Tadqiqot jarayonida iqtisodiy tahlil, qiyosiy tahlil, induksiya va deduksiya, statistik hamda sotsiologik tahlil usullari qo'llanildi.

Avvalo, reklama xizmatlari bozorining hozirgi holati va raqobat muhiti o'rganildi. Bu jarayonda milliy va xorijiy manbalar, hukumat qarorlari, reklama faoliyatiga oid qonun va normativ hujjatlar, shuningdek, sohadagi ilg'or tajribalar tahlil qilindi. O'zbekiston reklama bozori rivojlanish dinamikasi, reklama agentliklarining faoliyat ko'lami, ularning xizmat turlari va texnologik yangilanish darajasi qiyosiy tahlil asosida o'rganildi.

Tadqiqotning empirik qismi doirasida reklama agentliklari, marketing mutaxassislari va mijozlar o'rtasida so'rovnoma va intervyular o'tkazilib, raqobatbardoshlikka ta'sir qiluvchi omillar — xizmat sifati, narx siyosati, kreativlik darajasi, texnologik innovatsiyalar, brend ishonchliligi va mijozlar qoniqish darajasi kabi mezonlar asosida baholandi. Olingan ma'lumotlar asosida reklama xizmatlari bozorida raqobat ustunligini belgilovchi ichki va tashqi omillar ajratib ko'rsatildi.

Tahlil jarayonida SWOT-tahlil, PEST-tahlil, hamda Porterning “besh kuch” modeli kabi strategik tahlil vositalaridan foydalanildi. Ushbu yondashuv reklama xizmatlari bozorida mavjud imkoniyatlar, xavf-xatarlar, ichki resurslar va tashqi muhit ta'sirini chuqur o'rganish imkonini berdi. Shuningdek, tadqiqotda raqamli iqtisodiyot konsepsiyasi asosida reklama faoliyatida innovatsion texnologiyalarning (sun'iy intellekt, big data, SMM, SEO, kontent marketing) raqobatbardoshlikka ta'siri baholandi. Natijada, raqamli transformatsiya jarayonlari reklama agentliklari o'rtasidagi raqobatni yangi bosqichga olib chiqqani aniqlandi.

Tadqiqot metodologiyasining ilmiy yangiligi shundan iboratki, unda reklama xizmatlari bozorining raqobatbardoshligini o'lchashga kompleks yondashuv taklif etilgan bo'lib, bu yondashuv iqtisodiy, marketing, texnologik va inson kapitali omillarining o'zaro bog'liqligini hisobga oladi. Shu orqali reklama sohasida raqobat ustunligini shakllantirishning amaliy mexanizmlari aniqlanadi va ularni milliy sharoitda qo'llash bo'yicha tavsiyalar ishlab chiqiladi. [11, 12]

TAHLIL VA NATIJALAR

Tadqiqot jarayonida o'tkazilgan tahlillar reklama xizmatlari bozorida raqobatbardoshlikka ta'sir etuvchi omillar ko'p qirrali va o'zaro chambarchas bog'liq ekanini ko'rsatdi. Ular orasida iqtisodiy, tashkiliy, marketing, texnologik va inson kapitali omillari asosiy guruh sifatida ajratildi.

Reklama xizmatlari bozori iqtisodiy barqarorlik, aholi daromadlari darajasi, iste'mol bozori hajmi va biznes subyektlarining reklama byudjetlari bilan bevosita bog'liq. So'nggi yillarda O'zbekistonda xizmatlar sektorining ulushi yalpi ichki mahsulotda 50 foizdan ortiqni tashkil etmoqda, bu esa reklama xizmatlariga bo'lgan talabning ortishiga olib kelmoqda. Ammo bozorning tez kengayishi bilan bir qatorda, reklama agentliklari o'rtasidagi raqobat keskinlashgani kuzatilmoqda. Ko'plab kichik agentliklar iqtisodiy resurslarning cheklanganligi sababli yirik kompaniyalar bilan raqobatlasha olmayapti. Shu bois, iqtisodiy imkoniyatlarni to'g'ri boshqarish va sarmoyalarni innovatsion texnologiyalarga yo'naltirish raqobatbardoshlikni ta'minlashning muhim sharti hisoblanadi.

Tahlil shuni ko'rsatdiki, reklama agentliklarining raqobatbardoshligi ularning marketing strategiyasi va brend imijiga bevosita bog'liq. Maqsadli auditoriyani aniqlash, to'g'ri pozitsiyalash, kommunikatsiya kanallarini samarali tanlash va brendga nisbatan ishonchni shakllantirish — bozordagi muvaffaqiyat kalitidir. So'rov natijalariga ko'ra, iste'molchilarning 68 foizi reklama tanlashda kompaniya obro'siga, 21 foizi esa kontent sifati va kreativ yondashuvga e'tibor beradi. Shu jihatdan, brend ishonchligini oshirish reklama agentliklarining uzoq muddatli raqobat ustunligini ta'minlaydi.

Raqamli texnologiyalar reklama sohasidagi raqobatning asosiy drayveriga aylandi. Tahlil natijalariga ko'ra, sun'iy intellekt, ma'lumotlar tahlili (Big Data), ijtimoiy tarmoqlar marketingi (SMM), SEO va kontent-marketingdan faol foydalanayotgan agentliklar mijozlar bazasini 25–30 foizga oshirishga muvaffaq bo'lgan. Bu esa texnologik innovatsiyalarni joriy etish reklama xizmatlari samaradorligini sezilarli darajada oshirishini tasdiqlaydi. Shu bilan birga, texnologik infratuzilmaning yetarli darajada rivojlanmagani ayrim kichik agentliklar raqobatbardoshligini pasaytirayotgan omillardan biridir.

Tadqiqot natijalariga ko'ra, reklama xizmatlarining sifatini belgilovchi eng muhim omil bu inson kapitali, ya'ni xodimlarning malakasi, ijodkorligi va tajribasidir. Respondentlarning 74 foizi kreativ g'oya va ijodiy jamoaning mavjudligi agentlikning muvaffaqiyatini ta'minlovchi eng muhim omil ekanini qayd etgan. Shu bois, kadrlarni tayyorlash, ularning kasbiy salohiyatini oshirish va kreativ muhitni qo'llab-quvvatlash reklama bozorining barqaror raqobatbardoshligini ta'minlaydi.

Bozor tahlili shuni ko'rsatdiki, iste'molchilar tobora ongli tanlovga ega bo'lib bormoqda. Ular reklama orqali faqat mahsulot haqida ma'lumot emas, balki ijtimoiy mas'uliyat, ekologik tozalik va brend qadriyatlariga ham e'tibor qaratmoqda. Shu sababli reklama agentliklarining raqobat strategiyalarida ma'naviy, ijtimoiy va madaniy komponentlarni ham inobatga olish zarur. Tadqiqot natijalariga ko'ra:

- reklama xizmatlari bozorida raqobatbardoshlikka eng kuchli ta'sir etuvchi omillar — kreativlik, raqamli texnologiyalar, va xizmat sifati ekanligi aniqlandi;
- innovatsion marketing strategiyalarini qo'llagan agentliklar bozorda uzoq muddatli raqobat ustunligini saqlab qolmoqda;
- inson kapitali va brend obro'si reklama xizmatlarining sifat ko'rsatkichlarini belgilovchi asosiy ichki resurslar sifatida namoyon bo'ldi;
- raqamli transformatsiya jarayoni reklama xizmatlari bozorida yangi raqobat modelini — kreativlik, analitika va onlayn ishtirok asosidagi raqobatni shakllantirmoqda.

Shunday qilib, reklama xizmatlari bozorining raqobatbardoshligini oshirish uchun innovatsion yondashuv, marketing strategiyalarining yangiligi, xizmatlar sifatining uzluksiz nazorati va inson kapitaliga sarmoya kiritish eng muhim omillar sifatida e'tirof etiladi. Quydagi jadvalda reklama xizmatlari bozorining SWOT-tahlili keltirilgan:

1-jadval. Reklama xizmatlari bozorining SWOT-tahlili¹

T/r	Kuchli tomonlar (Strengths)	T/r	Zaif tomonlar (Weaknesses)
1	Reklama agentliklarining tez o'sib borayotgan soni va xilma-xilligi	1	Kadrlar malakasining yetarli emasligi va kreativlik yetishmasligi
2	Raqamli texnologiyalarning keng joriy etilishi	2	Kichik agentliklarning moliyaviy resurslari cheklangan
3	Yosh iste'molchilarning reklama kontentiga yuqori qiziqishi	3	Mahalliy reklama bozorida xalqaro standartlarning to'liq joriy etilmaganligi
4	Internet reklamasining arzon va samarali kanali sifatida ommalashuvi	4	Brend ishonchligi va uzoq muddatli strategiyalar yetarli darajada yo'q
T/r	Imkoniyatlar (Opportunities)	T/r	Tahdidlar (Threats)
1	Sun'iy intellekt va big data asosidagi marketingni keng joriy etish imkoniyati	1	Xorijiy reklama platformalarining kuchli raqobati
2	Ijtimoiy tarmoqlarning rivoji orqali yangi auditoriyalarga chiqish	2	Mijozlar ishonchini yo'qotish xavfi (axborot ishonchligi muammosi)
3	Mahalliy brendlar sonining ortishi va reklama ehtiyojining kengayishi	3	Raqamli reklamada qonunchilikdagi noaniqliklar

SWOT-tahlil natijalari shuni ko'rsatadiki, O'zbekiston reklama bozori o'sish bosqichida bo'lib, asosiy ustunlik raqamli texnologiyalar va yosh auditoriyaga yo'naltirilgan yondashuvda. Biroq inson kapitali, strategik menejment va brend ishonchligi sohalarida zaifliklar mavjud.

2-jadval. Reklama xizmatlari bozorining PEST-tahlili²

T/r	Siyosiy omillar (Political)	T/r	Iqtisodiy omillar (Economic)
1	Reklama faoliyatini tartibga soluvchi qonun va me'yoriy hujjatlarning takomillashuvi	1	Xizmatlar sektorining YAIMdagi ulushi ortib borayotgani
2	Raqobatni rivojlantirish va biznesni qo'llab-quvvatlash siyosati	2	Reklama byudjetlari hajmining o'sishi, lekin inflyatsiya ta'siri
3	Axborot xavfsizligi va ma'lumotlarni himoya qilish siyosati	3	Katta shaharlarda reklama agentliklari konsentratsiyasi
T/r	Ijtimoiy omillar (Social)	T/r	Texnologik omillar (Technological)
1	Aholining media savodxonligi va brendga e'tiborining ortishi	1	Sun'iy intellekt, SMM, SEO va kontent-marketingning jadal rivojlanishi
2	Yoshlar orasida reklama iste'moli madaniyatining o'sishi	2	Raqamli platformalar orqali tezkor tahlil va tarmoq kengayishi
3	Mahalliy kontentga bo'lgan talabning kuchayishi	3	Mahalliy reklama tizimlarining texnologik bazasi cheklangan

PEST-tahlil natijalariga ko'ra, O'zbekiston reklama xizmatlari bozori uchun ijobiy siyosiy va texnologik sharoitlar yaratilgan. Eng muhim imkoniyat — raqamli transformatsiyani tezlashtirish va iste'molchi madaniyatini rivojlantirish. Ammo iqtisodiy nomutanosiblik va texnologik tafovutlar hali ham asosiy to'siqlardan hisoblanadi.

3-jadval. Porterning "Besh kuch" modeli asosida reklama bozorining raqobat muhiti tahlili³

№	Subyektlar	Asosiy roli	O'zaro ta'sir mexanizmi
1	Tarmoq ichidagi raqobatchilar	Reklama agentliklari o'rtasida kuchli raqobat mavjud, ayniqsa raqamli reklama segmentida.	Yuqori
2	Yangi raqobatchilar xavfi	Bozorga kirish to'siqlari past, yangi kichik agentliklar tezda paydo bo'lmoqda.	O'rta
3	O'rnini bosuvchi mahsulotlar tahdidi	Ijtimoiy tarmoqlarda mustaqil reklama vositalari (influencer marketing) o'sib bormoqda.	Yuqori

1 Muallif ishlanmasi

2 Muallif ishlanmasi

3 Porterning "Besh kuch" modeli asosida reklama bozorining raqobat muhiti tahlili doirasida muallif ishlanmasi

4	Mijozlar (buyurtmachilar) kuchi	Mijozlar reklama byudjetlarini qat'iy nazorat qiladi, narxga sezgirlik kuchli.	Yuqori
5	Yetkazib beruvchilar kuchi	Kontent yaratuvchilar, dizaynerlar va texnologik platformalar ta'siri o'rta darajada.	O'rta

Porter modeli tahlili shuni ko'rsatadiki, reklama bozorida raqobat juda faol, yangi kiruvchilar va o'rnini bosuvchi xizmatlar tahdidi yuqori. Shu sababli agentliklar raqobatda ustunlikni saqlab qolish uchun innovatsiyalar, kreativ yondashuv va mijoz bilan uzoq muddatli hamkorlikni kuchaytirishi lozim. Uch turdagi tahlil natijalari bir-birini to'ldiradi. Ular asosida quyidagi asosiy natijalar aniqlandi:

Reklama xizmatlari bozorida raqamli transformatsiya va inson kapitali asosiy raqobat manbaiga aylangan.

Kreativlik, marketing strategiyasi va brend ishonchligi – agentlikning muvaffaqiyat kaliti.

Raqobat muhiti yuqori bo'lgani sababli, bozor ishtirokchilari innovatsion yondashuvlar va texnologik yechimlar orqali farqlanishga majbur.

Davlat qo'llab-quvvatlovi, me'yoriy muhitni barqarorlashtirish va kadrlar salohiyatini oshirish – milliy reklama sanoati raqobatbardoshligini mustahkamlovchi omillardir.

4-jadval. Reklama xizmatlari bozorining asosiy ishtirokchilari va ularning ulushi (%)⁴

№	Agentlik nomi	Bozor ulushi (%)	Asosiy yo'nalish	Texnologik daraja	Xizmat sifati bahosi (10 ballik)
1	"Brand Media Group"	22	SMM, Digital Marketing	Yuqori	9.2
2	"AdVision"	18	TV, Radio, Billboard	O'rta	8.5
3	"Nova Creative"	15	Brending, Dizayn	Yuqori	9.0
4	"Smart Promo"	12	Onlayn reklama, SEO	Yuqori	8.8
5	Boshqa kichik agentliklar	33	Mahalliy reklama	Past–o'rta	7.3

Bozor asosan 4–5 yirik agentliklar tomonidan nazorat qilinadi. Ular innovatsion texnologiyalarni faol qo'llash orqali raqobat ustunligini saqlab turishmoqda. Kichik agentliklar esa xizmat sifatini oshirish va texnologiyalarni joriy etishda sustlik qilmoqda. O'zbekiston reklama xizmatlari bozori raqamli iqtisodiyot sharoitida yangi bosqichga o'tmoqda. Bozorning raqobatbardoshligi ko'p jihatdan:

- xizmat sifati va kreativlik darajasiga;
- texnologik innovatsiyalarni joriy etish tezligiga;
- mijozlar ehtiyojlarini to'g'ri anglash va qoniqtirish strategiyasiga bog'liq.

Kelgusida sun'iy intellekt, big data va avtomatlashtirilgan reklama tizimlarini keng joriy etish orqali milliy reklama agentliklari xalqaro bozorlarda ham muvaffaqiyatli raqobatlashish imkoniga ega bo'ladi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

O'tkazilgan tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, reklama xizmatlari bozori O'zbekiston iqtisodiyotining jadal rivojlanayotgan segmentlaridan biridir. Bozorda raqobatning kuchayishi, raqamli texnologiyalarning keng qo'llanilishi, marketing strategiyalarining innovatsion yondashuvlarga asoslanishi reklama agentliklaridan yangicha fikrlash, kreativlik va texnologik moslashuvchanlikni talab qilmoqda. Tahlillar natijasida reklama xizmatlari bozorida raqobatbardoshlikka eng kuchli ta'sir ko'rsatuvchi omillar — xizmat sifati, kreativlik darajasi, texnologik innovatsiyalarni joriy etish, narx siyosatining moslashuvchanligi hamda mijozlar qoniqish darajasi ekani aniqlandi.

Shuningdek, tadqiqot shuni ko'rsatdiki, raqamli iqtisodiyot davrida reklama agentliklarining muvaffaqiyati ularning sun'iy intellekt, big data, SMM, SEO va kontent marketing kabi ilg'or texnologiyalarni qay darajada o'zlashtirganligiga bog'liq. Bozor ishtirokchilarining innovatsion salohiyatini oshirish orqali nafaqat milliy raqobatbardoshlik, balki xalqaro miqyosda ham reklama xizmatlari eksport salohiyatini kengaytirish imkoniyati mavjud. Yuqoridagi tahlillar natijasiga ko'ra quyidagi takliflari ilgari surish mumkin:

Birinchidan, reklama xizmatlari bozorida faoliyat yuritayotgan agentliklar uchun innovatsion texnologiyalarni (AI, Big Data, avtomatlashtirilgan tahlil tizimlari) joriy etishni rag'batlantiruvchi davlat dasturlari ishlab chiqilishi lozim.

4 Statistika ma'lumotlari bo'yicha muallif ishlanmasi



Ikkinchidan, reklama sohasi mutaxassislarini tayyorlashda raqamli marketing, kommunikatsiya psixologiyasi va kreativ dizayn fanlariga e'tibor kuchaytirish zarur. Bu sohada oliy ta'lim muassasalari va amaliyotchi agentliklar o'rtasida hamkorlikni kengaytirish maqsadga muvofiq.

Uchinchidan, reklama agentliklarining xizmat sifati va mijozlar qoniqish darajasini baholash bo'yicha yagona milliy reyting tizimi joriy etilishi kerak. Bu tizim bozorda sog'lom raqobat muhitini shakllantirishga yordam beradi.

To'rtinchidan, davlat organlari tomonidan reklama faoliyatiga oid normativ-huquqiy bazani raqamli reklama vositalarini inobatga olgan holda yangilash zarur, chunki hozirgi qonunchilik ko'p hollarda an'anaviy reklama turlariga yo'naltirilgan.

Beshinchidan, mahalliy reklama agentliklarining xalqaro hamkorlik va eksport salohiyatini oshirish uchun ularni xalqaro ko'rgazmalar, marketing forumlari va raqamli reklama tarmoqlariga faol jalb etish lozim.

Oldinchidan, reklama bozorining barqaror o'sishini ta'minlash maqsadida axborot xavfsizligi, iste'molchilar ishonchi va etik me'yorlarga rioya qilish madaniyatini kuchaytirish muhim ahamiyatga ega.

Umuman olganda, reklama xizmatlari bozorida raqobatbardoshlikni ta'minlashning asosiy yo'li — inson kapitalini rivojlantirish, texnologik yangiliklarni tezkor joriy etish va ijodkorlik muhitini qo'llab-quvvatlashdir. Shu yo'l bilan O'zbekiston reklama sohasi global reklama sanoatining faol ishtirokchisiga aylanishi mumkin.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. O'zbekiston Respublikasining "Reklama to'g'risida"gi Qonuni. — 2021- yil 25-avgustda qabul qilingan (O'RQ-707-son).
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Xizmatlar sohasini rivojlantirishni jadallashtirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi Qarori. — 2021 yil 11 may, PQ-5116-son.
3. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish strategiyasi to'g'risida"gi Farmoni. — 2020-yil 5-oktyabr, PF-6079-son.
4. OECD Report. Digital Advertising and Market Competition. — Paris: OECD Publishing, 2022.
5. World Advertising Research Center (WARC). Global Advertising Trends 2023. — London, 2023.
6. O'zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo'mitasi sayti <https://www.statista.com> (murojaat sanasi: 2025-yil 20-oktabr).
7. Porter M. E. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. — New York: Free Press, 1985.
8. Kotler Ph., Keller K. L. Marketing Management. — 15th ed. — Pearson Education, 2016.
9. Baker J. Marketing Strategy and Management. — London: Macmillan Press, 2014.
10. Aaker D. A. Building Strong Brands. — New York: The Free Press, 2012.
11. Doyle P. Value-Based Marketing: Marketing Strategies for Corporate Growth and Shareholder Value. — Wiley, 2011.
12. Hollensen S. Global Marketing: A Decision-Oriented Approach. — Pearson Education, 2017.
13. Jo'rayev M. Marketing asoslari. — Toshkent: "Iqtisodiyot" nashriyoti, 2020.
14. Xolmurodov N. Reklama faoliyatining iqtisodiy mexanizmlari. — Toshkent: TDIU, 2021.
15. Shodmonova D. Xizmatlar sohasini rivojlantirishning marketing asoslari. — Toshkent: "Innovatsiya-Ziyo", 2022.

muhandislik **& iqtisodiyot**

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

Ingliz tili muharriri: Feruz Hakimov

Musahhih: Zokir Alibekov

Sahifalovchi va dizayner: Iskandar Islomov

2025. № 10

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

"Muhandislik va iqtisodiyot" jurnali 26.06.2023-yildan
O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Adminstratsiyasi huzuridagi
Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan
№S-5669245 reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan.
Litsenziya raqami: №095310.

**Manzilimiz: Toshkent shahri Yunusobod
tumani 15-mavze 19-uy**





+998 93 718 40 07



<https://muhandislik-iqtisodiyot.uz/index.php/journal>



t.me/yait_2100