

MUHANDISLIK

& IQTISODIYOT

№3

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

2026
MART



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



ISSN: 3060-463X

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, 2026-yil, mart.

Bosh muharrir:

Zokirova Nodira Kalandarovna, iqtisodiyot fanlari doktori, DSc, professor

Bosh muharrir o'rinbosari:

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

Tahrir hay'ati:

Abduraxmanov Kalendar 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.

Yusupov Maxamadamin Abduxamidovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi (DSc), professor

Kalonova Moxigul Baxritdinovna, iqtisodiyot fanlari nomzodi (PhD), dotsent

Mirzayev Kulmamat Djanzakovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi (DSc), professor.

Karimova Nilufar Sadirdin qizi, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Norboyev Odil Abrayevich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent

Nasimov Dilmurod Abdulloyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor

Mirzayev Kulmamat Djanzakovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor

Karimova Nilufar Sadirdin qizi, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Pardaev Umiddjon Uralovich, iqtisodiyot 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 modellashtirish
- 05.01.11 – Raqamli texnologiyalar va sun'iy intellekt
- 05.02.00 – Mashinasozlik va mashinashunoslik
- 05.02.08 – Yer usti majmualari va uchish apparatlari
- 05.03.02 – Metrologiya va metrologiya ta'minoti
- 05.04.01 – 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

KORXONALARDA ICHKI AUDIT TIZIMINING BOSHQARUV QARORLARI QABUL QILISHDAGI O'RNII	24
Mexmonaliyev Ulug'bek Erkinjon o'g'li	
FISKAL SIYOSAT SAMARADORLIGI VA SOLIQ TUSHUMLARI DINAMIKASI: O'ZBEKISTON MISOLIDA ILMIY TAHLIL	30
Abduraimova Nigora Abdugapparovna	
YASHIRIN IQTISODIYOTNI KELITIRIB CHIQUARUVCHI ASOSIY OMILLAR HAMDA IQTISODIYOTGA TA'SIRI	37
Toxtabayev Oybek Odilovich	
QISHLOQ XO'JALIGI OZIQ-OVQAT SANOATI KORXONALARIDA ZAMONAVIY BOSHQARUV	42
Rasulova Muxabbat Teshabayevna, Normurodov Sarvar Norboy o'g'li	
O'ZBEKISTON GLOBAL-IQTISODIY RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISHDA RAQAMLI IQTISODIYOTNING O'RNII	48
Kuvatova Oliya Sheraliyevna	
QURILISH SANOATIDA KICHIK BIZNES SUBYEKTLARINING IQTISODIY MOHIYATI VA ULARNI KAPITAL BOZORI INSTRUMENTLARI ORQALI MOLIALASHTIRISH IMKONIYATLARI.....	54
Igitov Jurabek Kuzibekovich	
IQTISODIY ISLOHOTLAR DAVRIDA TIJORAT BANKLARINING INVESTITSIYA FAOLIYATINI RIVOJLANTIRISHNING OMILLARI	61
Yangiboyev F.B.	
TIJORAT BANKLARIDA MUAMMOLI KREDITLARNI ERTA ANIQLASH VA BOSHQARISHNING INTEGRATSIYALASHGAN RISK-INDEKS MODELII	68
Kalandarov Abdulla Baxtiyorovich, Rajabov Shoxrux Suvon o'g'li	
RUX VA QO'RG'O SHINNI SELEKTIV AJRATIB OLISHNI KOMBINATSIYALASH TEXNOLOGIYASI VA NAZARIYASI.....	74
Eshonqulov Uchqun Xudaynazar o'g'li, Haqberdiyev Dilshod Qodir o'g'li	
UY-JOY QURILISHI HAJMINI UZOQ MUDDATLI PROGNOZLASHDA EKONOMETRIK MODELLASHTIRISH USULLARINI TAKOMILLASHTIRISH	81
Qidirniyazov Ajiniyaz Sherniyazovich	
O'ZBEKISTONDA BOG'DORCHILIKNI RIVOJLANTIRISHDA IQLIM VA TABIIY OFATLAR NATIJASIDA YETKAZILDAN TALOFATLARNI DAVLAT TOMONIDAN KOMPENSATSIYA QILISH MEXANIZMI.....	85
Sattorov Orifjon Boymurodovich	
AHOLI MOLIVAVIY SAVODXONLIGINI OSHIRISH ORQALI YASHIRIN IQTISODIYOTNI QISQARTIRISH MEXANIZMLARI.....	90
Abdug'aniyev Uchqun Habibulla o'g'li	
O'ZBEKISTON QURILISH SANOATIDA KICHIK BIZNES SUBYEKTLARINING RIVOJLANISH DINAMIKASI VA TENDENSIYALARI	96
Musaeva Aynura Abayxolievna	
THEORETICAL AND METHODOLOGICAL FOUNDATIONS OF SOCIAL INFRASTRUCTURE TRANSFORMATION IN THE CONTEMPORARY ENVIRONMENT.....	104
Normurodov Khusan Eshmakhmatovich	
AKSIYADORLIK JAMIYATLARINING INVESTITSION FAOLLIGINI BAHOLASH YO'LLARI	108
Begamov S.X.	
DEBITORLIK QARZLARINING STRATEGIK BOSHQARUV HISOBINI TASHKIL QILISH YO'NALISHLARI	112
Normatova Gulmira Xayrullaevna	



SOLIQLARNI PROGNOZLASH METODOLOGIYASINI TAKOMILLASHTIRISH AMALIYOTI TAHLILI.....	118
Ergashov Jamshid Ashurovich	
MEHNAT XARAJATLARI HISOB: NAZARIY ASOSLAR, USULLAR VA BOSHQARUVDAGI AHAMIYATI.....	126
Tulyaganov Abdumalik Abdiraximovich	
KORPORATIV XIZMATLARNING BANK FOYDASIGA TA'SIRI: KOMISSION VA FOIZLI DAROMADLAR TAHLILI	131
Qurbonov Abror Abdullayevich	
TIJORAT BANKLARIDA MUAMMOLI KREDITLARNI BOSHQARISH TIZIMINI TAKOMILLASHTIRISHNING INSTITUTSIONAL VA TASHKILY MEXANIZMLARI.....	136
Djamalov G'ofir Oribjanovich	
OCHIQLIK INDEKSI VA KORRUPSIYAGA QARSHI KURASH SAMARADORLIGI: O'ZBEKISTON TAJRIBASINING INSTITUTSIONAL TAHLILI	144
Diilshod Pulatov, Uchqun Abdug'aniyev	
DUNYO SUG'URTA KOMPANIYALARINING MOLIVAVIY HOLATI VA NATIJALARI TAHLILI.....	153
Alimov Baxodir Batirovich	
QISHLOQ HUDUDLARIDA XIZMAT KO'RSATISH SAMARADORLIGINI OSHIRISH IMKONIYATLARI.....	160
Yuldashova Nilufar Ziyabayevna	
QURILISH TASHKILOTLARIDA BOSHQARUV SAMARADORLIGINI OSHIRISHNING INNOVATSION USULLARI	164
Muxibova Guli Yarkinovna, Sharifxodjayeva Odina Ulug'bek qizi	
AXBOROT-RESURS MARKAZLARINING TA'LIM JARAYONIGA TA'SIRINI BAHOLASH.....	168
Pirmedova Xayitgul Muxammedovna	
IJTIMOYIY HIMOYA QAMROVINI KENGAYTIRISH MEXANIZMLARI: XALQARO TAJRIBA VA INSTITUSIONAL YONDASHUVLAR.....	173
Bafoyev Farrux Jo'raqulovich	
KORXONALARDA AI-DRIVEN "DECISION SUPPORT SYSTEMS" (DSS)NI JORIY ETISHNING KONSEPTUAL ASOSLARI	181
Mardanova Ra'no	
STRENGTHENING THE FINANCING OF FAMILY-OWNED ENTERPRISES IN UZBEKISTAN THROUGH BANK CREDIT	186
Baymuratova Zina Aqilbekovna, Ibadullaeva Asal Ulugbek qizi	
SUN'IY INTELLEKT ASOSIDA DAVLAT BOSHQARUV TIZIMLARINI RAQAMLASHTIRISH	192
Aytmuratov Qutlimurat Jalgasovich	
ATTRACTING INVESTMENTS FROM FINANCIAL MARKETS AND FACTORS INFLUENCING THE INCREASE OF THEIR ATTRACTIVENESS	196
Kholov Sherali Akhrorboyevich	
MARKAZIY OSIYODA TRANSCHEGARAVIY SUV RESURSLARINI BOSHQARISH VA ADOLATLI TAQSIMLASHNING NAZARIY-HUQUQIY ASOSLARI.....	200
Matkarimov Mansur	
XALQARO XIZMATLAR SAVDOSIDA TIBBIY TURIZMNING IQTISODIY AHAMIYATI.....	206
Farxodova Shohnoz Umidbek qizi	
BANK XIZMATLARI SIFATINI BAHOLASHNING KO'P OMILLI INDIKATORLARI TIZIMI	213
Ibroximov Iloxomjon Shavkatjon o'g'li	
SANOAT KORXONALARINI IQTISODIY FAOLIYATINI OPTIMALLASHTIRISH YO'LLARI	219
Tillayeva Barno Ramiztdinovna	
NOTIJORAT TASHKILOTLAR FAOLIYATIDA AUDITORLIK TEKSHIRUVI VA AUDITORLIK HISOBOTLARINING O'ZIGA XOSLIGI.....	224
Xolmirzayev Ulug'bek Abdulazizovich, Ubaydullayev Toxirjon Abdullajanovich	



ЦИФРОВЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ РЕИНТЕГРАЦИИ ВОЗВРАЩАЮЩИХСЯ ТРУДОВЫХ МИГРАНТОВ: МЕЖДУНАРОДНАЯ ПРАКТИКА И ВОЗМОЖНОСТИ ДЛЯ КЫРГЫЗСТАНА.....	230
<i>Амантурова Дилбара Кыдыкбековна</i>	
РОЛЬ ПРОФЕССИОНАЛЬНО-ОРИЕНТИРОВАННОЙ ЛЕКСИКИ В ЯЗЫКОВОЙ ПОДГОТОВКЕ ИНОСТРАННЫХ СТУДЕНТОВ ТЕХНИЧЕСКОГО ПРОФИЛЯ.....	237
<i>Асрарова М.У.</i>	
О СКОРИНГОВЫХ МЕТОДАХ ЭКСПРЕСС-АНАЛИЗА ДОХОДНОСТИ АКЦИЙ УЗБЕКСКИХ ЭМИТЕНТОВ.....	242
<i>Ирмухамедова Муслима Дилшодовна</i>	
UY-JOY QURILISHIDA ESKROU MEKANIZMLARINI JORIY ETISH ORQALI INVESTITSION XAVFSIZLIK VA MOLIVAVIY SHAFFOFLIKNI TA'MINLASH	247
<i>Karimov Inomjon Ortikbaevich</i>	
YASHIL IQTISODIYOT SHAROITIDA KICHIK BIZNESNING RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISH MASALALARI	254
<i>Kamoliddinov Ilhomjon Muxammadjonovich, Kobilov Murod Vakkosovich</i>	
TIJORAT BANKLARI RAQOBATBARDOSHLIGINING MOLIVAVIY BARQARORLIK KO'RSATKICHLARIGA TA'SIRINI BAHOLASH.....	259
<i>Axmedov Toxirjon Xasanjon o'g'li</i>	
SANOAT KORXONALARI IQTISODIY XAVFSIZLIGINI TA'MINLASHDA ENERGETIKA VA ISHLAB CHIQRISH SALOHİYATINING ROLI	264
<i>Tursunxo'jayev Sardor Jamoliddin o'g'li</i>	
TIJORAT BANKLARIDA KOMPLAENS-NAZORAT TIZIMI ORQALI RISKLARNI SAMARALI BOSHQRISH	270
<i>Fayziyev Sherzod Djunaydilloyevich</i>	
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ УПРАВЛЕНИЯ БАНКОВСКИМИ РИСКАМИ И СТРАХОВАНИЯ ФИНАНСОВЫХ ОПЕРАЦИЙ В УСЛОВИЯХ РАЗВИТИЯ ДИСТАНЦИОННОГО БАНКИНГА В ХОРЕЗМСКОЙ ОБЛАСТИ.....	275
<i>Бахтиёров Худайберган Хамдам угли</i>	
DOIMIY BO'LMAGAN KUCH TA'SIRIDA DEFORMATSIYALANUVCHAN STANDART CHIZIQLI QATTIQ MODEL ISHLAB CHIQRISH VA SONLI TAHLIL QILISH.....	282
<i>Ahmadov Ilhom Aktam o'g'li, Isomova Sabohat Islom qizi</i>	
YOUTH ENTREPRENEURSHIP AS A FACTOR OF STRUCTURAL ECONOMIC TRANSFORMATION IN UZBEKISTAN.....	290
<i>Isakjanova Saboxat Muhamedovna</i>	
МОДЕЛИРОВАНИЕ САМОВОЗБУЖДЕНИЕ НЕЯВНОПОЛЮСНОГО СИНХРОННОГО ГЕНЕРАТОРА ПРОДОЛЬНО-ПОПЕРЕЧНОГО ВОЗБУЖДЕНИЯ	298
<i>Пирматов Нурали Бердиёрович, Бекишев Аллаберген Ергашевич, Бердиёров Улугбек Нурали угли, Бердиёров Улмасбек Нурали угли</i>	
YURTIMIZDAGI EKOLOGIK SOF YOG'OCH MATERIALLARIDAN TAYYORLANGAN ORAYOPMA KONSTRUKSIYALARINING CHO'ZILISHGA QARSHILIGI	305
<i>Yunusaliyev Elmurod Muhammadyaqubovich, Toshpulatov Ilhomjon Baxtiyorovich</i>	
AYDAR-ARNASOY KO'LLAR TIZIMINING SHAKLLANISH BOSQICHLARI VA ZAMONAVIY EKOLOGIK MUAMMOLARI	311
<i>Aminov Hamza Husanovich, Madrimov Rajabboy Masharipovich, Xamdullayeva Aziza Baxtiyor qizi</i>	
EXPLAINABLE AI YORDAMIDA SOC UCHUN TUSHUNTIRILADIGAN KIBERXAVF ANIQLASH TIZIMINI ISHLAB CHIQRISH	318
<i>N.N. Jo'rayev, A.Sh. Juraboyev</i>	
QUYOSH FOTOELEKTRIK MODULLARINI SUV YORDAMIDA TOZALASH VA SOVITISH USULLARI TAHLILI	324
<i>Ibragimov Umidjon Hikmatullayevich, Qodirov Jobir Ro'zimatovich, Izomov Shahzod Niyoz o'g'li, To'yurodov Quvonchbek Sherzod o'g'li</i>	



RAQAMLI TEXNOLOGIYALARNING QURILISH SOHASIGA INTEGRATSIYASI: ILG'OR XALQARO TAJRIBA	332
Fayziyeva Gulnoza Abdurahmonovna	
ФАКТОРЫ НАЛОГОВОЙ КУЛЬТУРЫ И ИХ ВЛИЯНИЕ НА СОБИРАЕМОСТЬ НАЛОГОВ: СОЦИОЛОГИЧЕСКИЙ И ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АНАЛИЗ	339
Хакимова Ситора Ильёсжон кизи, Муталова Дилором Махамаджановна	
ИННОВАЦИОННЫЕ МЕТОДЫ ЭКСПЕРТНОГО ПРОГНОЗИРОВАНИЯ КОМПЕТЕНЦИЙ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ	345
Л.А. Кадырова, Б. Н. Эгамов	
О'ЗБЕКISTON RESPUBLIKASIDA SUG'URTA BOZORINING TUZILISHI TAHLILI	350
G'oziyeva Aziza Abdusalomovna	
MINTAQALARDA INNOVATSION FAOLIYATNI MOLIYALASHTIRISH MANBALARINI DIVERSIFIKATSIYA QILISH MASALALARI	358
Xamrayev Quvvat Iskandarovich	
KONTEYNERLI TASHUVLARNING JORIY HOLATI, MAVJUD MUAMMOLAR VA RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI	366
Samatov G'affor Alloqulovich, Xolmatov Bekzod Nurmatovich, Toxirov Maxmudjon Murodjon o'g'li, Absattarov Isomiddin Xotam o'g'li	
KICHIK BIZNES KORXONALARIDA ISHLAB CHIQRISH OMILLARI BO'YICHA NOMUVOFIQLIKNI ANIQLASH VA BARTARAF ETISH MEXANIZMI	381
Kaypnazarova Gulshad Xojamuratovna	
TASHQI SAVDO BALANSINI MUVOZANATLASHTIRISH: NAZARIY VA AMALIY JIHATLAR	386
Rahimov Eshmurod Normurodovich, Misliiddinov Ikromjon Kamoliddin o'g'li	
SIFATLI TIBBIY XIZMAT KO'RSATISH VA AHOLIGA QAMROVNI TA'MINLASHDA BOSHQARUV QARORLARINING AHAMIYATI	391
Satvoldiyev Ulugbek Kamilovich	
SUN'IY INTELLEKT TIZIMLARIDA GIPERPARAMETRLARNI MATEMATIK OPTIMALLASHTIRISH USULLARI	396
Husan Arziqulov Normurod o'g'li	
ENHANCING THE SERVICE SECTOR AS A MEANS OF CREATING EMPLOYMENT IN TOURISM INFRASTRUCTURE	401
Zarikeev Rasul Polatovich	
EXPANDING BANK CREDIT OPPORTUNITIES FOR FAMILY-OWNED ENTERPRISES IN UZBEKISTAN	406
Isakov Janabay Yakipbaevich	
BANKS' BROKERAGE AND ADVISORY SERVICES IN FACILITATING SECURITIES TRANSACTIONS AND IMPROVING MARKET LIQUIDITY	412
Isakov Isobek Janabay uli	
АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ МЕХАНИЗМОВ ФИНАНСИРОВАНИЯ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ	416
Ибрагимов Мансур Ахметович	
ОПТИМИЗАЦИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ЛОГИСТИЧЕСКИХ ПРОВАЙДЕРОВ В УСЛОВИЯХ ПОСТРОЕНИЯ НОВЫХ ЦЕПЕЙ ПОСТАВОК	421
Маннапова Феруза Фахриддин кызы	
О'ЗБЕКISTON RESPUBLIKASIDA ISLOM MOLIYASINI HUQUQIY TARTIBGA SOLISH VA INSTITUSIONAL ASOSLARINI TAKOMILLASHTIRISH MASALALARI	428
Isroilov Obid Olimjonovich	
OZIQ-OVQAT BOZORI KON'YUNKTURASINI BAHOLASHDA KO'P OMILLI REGRESSIYA MODELINING SAMARADORLIGI	433
Abduraxmonov Adxamjon Sultonboyevich	



AHOLI TURMUSH TARZINI YAXSHILASHNING ISTIQBOLLARI.....	438
Djuraeva Didora Sobirjonovna	
ZAMONAVIY MOLIVAVIY INFRATUZILMANING INSTITUSIONAL ASOSLARI: TO'LOV TIZIMLARI NAZARIYASI VA O'ZBEKISTON AMALIYOTI	441
Toshniyozov Sherali Kamoliddinovich	
XIZMAT KO'RSATISH KORXONALARIDA RAQAMLI MENEJMENT VA SUN'IY INTELLEKT ASOSIDA STRATEGIK BOSHQARUVNI TAKOMILLASHTIRISH	449
Zayavitdinova Nafisa Muxammadovna	
CORPORATE GOVERNANCE, FDI, AND URBANIZATION IN THE GREEN ECONOMIC TRANSFORMATION OF UZBEKISTAN	454
Ablaeva Valentina	
FEMALE ENTREPRENEURSHIP AND MICRO-ENTERPRISE DEVELOPMENT	460
Dilafuz Kuchkorova	
LEGIRLANGAN PO'LATLARDAN TAYYORLANGAN PROKATLASH JO'VALARINI CHIDAMLILIGINI OSHIRISH UCHUN TERMIK PUXTALASH TEXNOLOGIYALARINI TAKOMILLASHTIRISH.....	466
Saydumarov Botir Muradovich, Berdiyev Darob Murotovich, Tashmatov Ravshan Qobilovich	
SHAMOL TURBINASINING IKKI TOMONLAMA TA'MINLANADIGAN ASINXRON GENERATORI O'TKINCHI JARAYONLARINING TAHLILI	471
Bekishev Allabergen Yergashevich, Kurbonov Najmiddin Abduxamidovich, Yunusov Obidxon Abdivait o'g'li, Jo'rayev Doston Majid o'g'li	
TIJORAT BANKLAR FAOLIYATI SAMARADORLIGINI OSHIRISHGA TA'SIR QILUVCHI OMILLAR TAHLILI.....	479
Babaxanova Dildora Rustamovna	
RAQOBAT USTUNLIGIGA ERISHISHDA ZAMONAVIY MARKETING TEXNOLOGIYALARINI QO'LLASH	485
Meliqulov Abduhalil Norinovich	



RAQOBAT USTUNLIGIGA ERISHISHDA ZAMONAVIY MARKETING TEXNOLOGIYALARINI QO‘LLASH

Meliqulov Abduhalil Norinovich

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti, mustaqil tadqiqotchisi

Annotatsiya. Mazkur maqolada tovar va xizmatlarning raqobatbardoshligini oshirishda zamonaviy marketing texnologiyalarini qo‘llash orqali bozorda ustunlikka erishish yo‘llari yoritib berilgan.

Kalit so‘zlar: zamonaviy marketing vositalari, marketingning vazifalari, marketing tadqiqotlari, raqobat muhitini o‘rganish, iste‘molchi xulq-atvorini o‘rganish, xalqaro mijozlar ishonchi, marketing texnologiyalari, ma‘lumotlar tahlili, marketing instrumentlari.

Abstract. This article highlights the ways of achieving market advantage through the application of modern marketing technologies in enhancing the competitiveness of goods and services.

Keywords: modern marketing tools, functions of marketing, marketing research, analysis of the competitive environment, study of consumer behavior, trust of international customers, marketing technologies, data analysis, marketing instruments.

АННОТАЦИЯ. В данной статье освещаются пути достижения рыночного преимущества за счёт применения современных маркетинговых технологий в процессе повышения конкурентоспособности товаров и услуг.

Ключевые слова: современные маркетинговые инструменты, функции маркетинга, маркетинговые исследования, изучение конкурентной среды, анализ поведения потребителей, доверие международных клиентов, маркетинговые технологии, анализ данных, маркетинговые инструменты.

KIRISH

Zamonaviy marketing texnologiyalari korxonalar faoliyatini bozor talablariga moslashtirishda muhim iqtisodiy vosita hisoblanadi. Bugungi raqobat muhitida korxonalar nafaqat mahsulot ishlab chiqarish bilan cheklanib qolmay, balki uning bozorda samarali realizatsiya qilinishini ta‘minlash uchun innovatsion marketing texnologiyalaridan keng foydalanmoqda. Raqamli marketing, ma‘lumotlar tahlili (data analytics), CRM tizimlari hamda sun‘iy intellekt asosidagi marketing instrumentlari korxonalar uchun iste‘molchilarning talab va xulq-atvorini chuqur tahlil qilish imkonini beradi. Natijada mahsulot takliflarini maqsadli auditoriyaga aniq yo‘naltirish, resurslardan samarali foydalanish hamda bozordagi ehtimoliy risklarni kamaytirish mumkin bo‘ladi. Bu esa iqtisodiyotda ishlab chiqarish samaradorligini oshirishga, yangi ish o‘rinlarini yaratishga va milliy iqtisodiyotning barqaror rivojlanishiga xizmat qiladi.

Zamonaviy marketing texnologiyalari korxonalar uchun raqobat muhitida ustunlikka erishish imkonini yaratadi. Masalan, raqamli marketing platformalari orqali korxonalar mahsulot va xizmatlarini global bozorlarga tezkor va nisbatan kam xarajat bilan olib chiqish imkoniyatiga ega bo‘ladi. Onlayn reklama, ijtimoiy tarmoqlar marketingi (SMM), qidiruv tizimlari orqali marketing (SEO) hamda elektron tijorat platformalari kompaniyalar uchun yangi bozor segmentlarini egallash imkonini yaratadi. Ushbu jarayon marketing xarajatlarning samaradorligini oshirish bilan birga, sotuv hajmining kengayishiga ham xizmat qiladi. Shu bilan birga, raqamli texnologiyalar orqali olingan ma‘lumotlar asosida kompaniyalar bozor tendensiyalarini oldindan prognoz qilish imkoniyatiga ega bo‘ladi. Natijada korxonalar strategiyasini tezkor ravishda moslashtirish hamda innovatsion mahsulotlar ishlab chiqarish orqali o‘z raqobatbardoshligini yanada oshiradi.

Marketing texnologiyalarining yana bir muhim iqtisodiy ahamiyati – iste‘molchilar ehtiyojlari va xulq-atvorini aniq hamda tizimli tahlil qilish imkoniyatidir. Bugungi kunda “big data” va sun‘iy intellekt texnologiyalari orqali millionlab iste‘molchilarning xarid qilish odatlari, afzalliklari va iste‘mol tendensiyalarini tahlil qilish mumkin. Ushbu ma‘lumotlar asosida kompaniyalar personallashtirilgan marketing strategiyalarini ishlab chiqadi. Masalan, onlayn savdo platformalari mijozlarning avvalgi xaridlari va qiziqishlarini hisobga olgan holda individual takliflar taqdim etadi. Bu esa sotuv hajmini oshirish, mijozlar sodiqligini mustahkamlash va bozorda barqaror talab shakllanishiga yordam beradi. Iqtisodiy nuqtai nazardan bunday yondashuv resurslardan samarali foydalanish hamda marketing xarajatlarni optimallashtirish imkonini yaratadi.

MAVZUGA OID ADABIYOTLAR SHARHI

Tovar va xizmatlarning raqobatbardoshligini oshirishda zamonaviy marketing texnologiyalarini qo'llash masalalari Kotler P., Kartajaya H., Setiawan I., Huan H.D., Kumar V., Mussry J.¹ kabi xorijiy olimlarning ilmiy tadqiqotlarida keng yoritilgan.

Filip Kotler – amerikalik olim bo'lib, zamonaviy marketing fanining asoschilaridan biri hamda dunyodagi eng nufuzli iqtisodchi va marketologlardan hisoblanadi. Uning ilmiy ishlarida strategik marketing va brend boshqaruvi, ijtimoiy (social) va insonparvar (human-centric) marketing konsepsiyalari, nodavlat, ijtimoiy va davlat sektorida marketing falsafasi, inson qadriyati, texnologiya va tajribaga asoslangan yangi marketing modellari hamda raqamli marketing evolyutsiyasi (Marketing 4.0, 5.0, 6.0) kabi yo'nalishlar asoslab yoritilgan. Ayniqsa, Filip Kotlarning zamonaviy raqamli marketing evolyutsiyasiga bag'ishlangan "Marketing 4.0", "Marketing 5.0" va "Marketing 6.0" asarlari keng ommalashgan bo'lib, ularda marketing rivojlanishining yangi konseptual yo'nalishlari ilmiy asosda bayon qilingan.

Hermawan Kartajaya – indoneziyalik marketing mutaxassisi, MarkPlus, Inc. kompaniyasining asoschisi va rahbari hisoblanadi. Uning ilmiy ishlarida marketingni madaniy va ijtimoiy o'zgarishlar bilan bog'liq holda o'rganish, mintaqaviy va milliy brendlash, milliy taraqqiyotga xizmat qiluvchi marketing modellari, ijtimoiy qadriyatlarga asoslangan strategik marketing hamda marketing orqali jamiyat rivojlanishini qo'llab-quvvatlash g'oyalari tahlil qilingan. Uning mashhur asarlari F. Kotler bilan hammualliflikda yozilgan "Marketing 3.0–6.0" asarlari hisoblanadi.

Iwan Setiawan – indoneziyalik tadqiqotchi va marketing sohasidagi olim bo'lib, statistika va raqamli tahlil yo'nalishlarida ilmiy faoliyat olib borgan. U raqamli texnologiyalar va iste'molchi xulq-atvori bo'yicha qator ilmiy ishlar muallifi hisoblanadi. Uning tadqiqotlarida raqamli foydalanuvchi xulq-atvori, omnichannel (ko'p kanalli) marketing modellari, customer journey (mijoz sayohati) tahlili, digital engagement va brend kommunikatsiyasi hamda marketing sohasidagi yangi texnologiyalar va raqamli tajriba modellari o'rganilgan. U, ayniqsa, Filip Kotler bilan hammualliflikda yozilgan "Marketing 4.0", "Marketing 5.0" va "Marketing 6.0" asarlarida raqamli transformatsiyaning inson hayoti va biznes faoliyatiga ta'sirini yoritib bergan.

Hooi Den Huan – Singapurdagi Nanyang Technological University professori bo'lib, uning ilmiy tadqiqotlari immersive marketing (AR/VR, metaverse tajribasi), texnologiya asosida inson ongida brendlarni shakllantirish, interaktiv tajriba (interactive experience) dizayni, innovatsion media marketing hamda virtual muhitdagi foydalanuvchi tajribasi masalalariga bag'ishlangan. Uning ilmiy qarashlari Filip Kotler bilan hammualliflikda yozilgan "Marketing 6.0" asarida keng aks etgan.

O'zbekistonda tashqi bozorlarda tovarlarning raqobatbardoshligini oshirishda zamonaviy marketingdan foydalanish masalalarining ayrim jihatlari iqtisodchi olimlar A.Sh. Bekmurodov, Sh.J. Ergashxodjayeva, Ya.K. Kariyeva², I.A. Ahmedov³ tomonidan tadqiq etilgan.

A.Sh. Bekmurodov⁴ning ilmiy ishlarida biznes modellari orqali marketingni rivojlantirish va samaradorligini oshirish, korxonalarda marketing faoliyati samaradorligini baholash hamda marketing faoliyati natijasida iste'molchilar tomonidan amalga oshiriladigan faol harakatlarni boshqarish masalalari yoritilgan.

Sh.J. Ergashxodjayev⁵aning ilmiy tadqiqotlarida raqobat sharoitida korxonalar marketing faoliyatini takomillashtirish, eksport salohiyatini oshirish orqali savdo hajmini kengaytirish bilan bog'liq ilmiy taklif va tavsiyalar ishlab chiqilgan.

I.A. Ahmedov⁶ning ilmiy ishlari esa korxonalar tashqi iqtisodiy faoliyatida xalqaro marketingni faollashtirishning metodologik asoslarini takomillashtirishga bag'ishlangan bo'lib, unda tashqi bozorlarda marketing tadqiqotlarini olib borish metodologiyasi, tashqi iqtisodiy faoliyatni rivojlantirish, eksportbop mahsulotlar ishlab chiqarishni ko'paytirish uchun korxonalarni diversifikatsiyalash modeli hamda zamonaviy marketing strategiyalarini amalga oshirish bo'yicha ilmiy-amaliy natijalar asoslab berilgan.

1 Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. Wiley; Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. Wiley; Kotler, P., Huan, H. D., & Setiawan, I. (2024). *Marketing 6.0: The Future Is Immersive*. Wiley; Kotler, P., & Stigliano, G. (2024). *Redefining Retailing: 10 Guiding Principles for a Post-Digital World*. Wiley; Kotler, P., & Kumar, V. (2024). *Transformative Marketing: Achieving Superior Customer Engagement and Business Value*. Macmillan; Kotler, P., Kartajaya, H., & Mussry, J. (2024). *Reimagining Operational Excellence: New Strategies for a Resilient and Sustainable Business*. Wiley; Kotler, P., et al. (2024). *Humanism in Marketing – Responsible Leadership and the HumantoHuman Approach*. Springer; Kotler, P. (2024). *Marketing in the New Economy (Legend in Marketing Series)*. Vibrant Publishers.

2 Kariyeva Ya.K. O'zbekistonni jahon bozoriga chiqish uchun xalqaro yo'laklardan samarali foydalanishning logistik transport muammolari. Iqt. fan. dok. diss. avtoref.-T., 2004.-44 b.;

3 Ahmedov I.A. Korxonalar tashqi iqtisodiy faoliyatida xalqaro marketingni faollashtirishning metodologik asoslarini takomillashtirish. Iqt. fan. dok. diss. avtoref. -T., 2021.-76 b.

4 Бекмуродов А.Ш. Эффективность маркетинга средств производства. Автореф. дис. докт. экон. – Т., 1993.;

5 Ergashxodjaeva Sh. Bozor raqobati sharoitida qishloq joylarida kooperatsiyani rivojlantirishning marketing strategiyasi. Iqt. fan. dok. diss. avtoref. –Toshkent: TDIU, 2007.;

6



TADQIQOT METODOLOGIYASI

Tadqiqotda ilmiy bilishning iqtisodiy tahlil usuli, ta'rifiy va tahliliy (deskriptiv hamda analitik) yondashuvlar, solishtirma tahlil, ekspert baholash usuli, mantiqiylik, ilmiy abstraksiyalash, guruhlash, qiyoslash hamda retrospektiv tahlil kabi usullardan foydalanildi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Zamonaviy marketing texnologiyalari milliy iqtisodiyotning tashqi bozorlarga integratsiyalashuvida muhim o'rin tutadi. Xususan, elektron tijorat platformalari, global marketpleyslar va raqamli reklama vositalari orqali mamlakat korxonalari o'z mahsulotlarini xalqaro bozorlarga olib chiqish imkoniyatiga ega bo'ladi. Bu esa eksport hajmini oshirish, tashqi savdo balansini yaxshilash va mamlakatning iqtisodiy nufuzini mustahkamlashga xizmat qiladi. Masalan, xalqaro amaliyotda Amazon, Alibaba, eBay kabi platformalar orqali minglab kichik va o'rta biznes subyektlari global bozorga kirish imkoniyatiga ega bo'lgan. Shuningdek, davlat darajasida raqamli marketing infratuzilmasini rivojlantirish investitsiyalarni jalb qilish, turizmni rivojlantirish va milliy brendlarni xalqaro miqyosda targ'ib qilishda muhim omil hisoblanadi.

Zamonaviy marketing texnologiyalari innovatsion iqtisodiyotni rivojlantirishda ham katta ahamiyatga ega. Chunki yangi texnologiyalar asosida yaratilgan mahsulot va xizmatlarni bozorga samarali joriy etish marketing strategiyalariga bevosita bog'liq. Startaplar va innovatsion kompaniyalar o'z mahsulotlarini targ'ib qilishda raqamli marketing instrumentlaridan keng foydalanadi. Kraudfunding platformalari, onlayn reklama va ijtimoiy tarmoqlar orqali innovatsion g'oyalar tez tarqaladi hamda investitsiyalarni jalb qilish imkoniyati kengayadi. Bu jarayon innovatsiyalarning tijoratlashuvini tezlashtiradi va iqtisodiyotda yuqori qo'shilgan qiymatga ega mahsulotlar ulushini oshiradi. Natijada mamlakatda innovatsion ekotizim shakllanadi, texnologik taraqqiyot sur'atlari jadallashadi va iqtisodiy o'sishning yangi drayverlari paydo bo'ladi.

Zamonaviy marketing texnologiyalari raqamli ma'lumotlar, sun'iy intellekt, avtomatlashtirish va platformalar yordamida mijozlarni jalb qilish, ularni saqlab qolish hamda ularga qimmatli tajriba taqdim etish imkonini beradi. Ular biznesga personalizatsiyani keng ko'lamda joriy etish, reklama xarajatlarini optimallashtirish va yangi bozorlarga tez kirib borish kabi muhim afzalliklarni yaratadi.

McKinsey (2023) hisobotiga ko'ra, zamonaviy marketing texnologiyalaridan samarali foydalangan kompaniyalar daromadlarini 15–25 foizgacha oshirishga, xarid konversiyasini esa 30–50 foizgacha yaxshilashga erishgan (1-rasm).

Zamonaviy marketing texnologiyalari	
	Raqamli marketing
	Ijtimoiy tarmoq marketingi
	Qidiruv tizimi optimizatsiyasi
	Qidiruv tizimlari orqali reklama
	Kontent marketingi
	Elektron pochta marketingi
	Inflyuenser marketingi
	Mobil marketing
	CRM tizimlari
	Big Data marketingi
	Sun'iy intellekt asosidagi marketing
	Marketing avtomatizatsiyasi
	Omnikanal marketing
	Virusli marketing
	Neyromarketing
	Geomarketing
	Video marketing
	Elektron tijorat marketingi
	Personallashtirilgan marketing
	AR/VR marketing

1-rasm. Hozirgi kunda keng qo'llanilayotgan zamonaviy marketing texnologiyalari⁷

7 Muallif tomonidan tuzilgan

1-rasmda ko'rsatilgan hozirgi kunda keng qo'llanilayotgan zamonaviy marketing texnologiyalarini batafsil ko'rib chiqamiz:

1. Raqamli marketing – internet va raqamli texnologiyalar orqali mahsulot va xizmatlarni targ'ib qilish jarayonidir. Ushbu texnologiya veb-saytlar, ijtimoiy tarmoqlar, mobil ilovalar, elektron pochta va qidiruv tizimlari orqali amalga oshiriladi. Raqamli marketing kompaniyalarga auditoriyani aniq segmentlash, reklama kampaniyalarini tezkor tahlil qilish va marketing xarajatlarini optimallashtirish imkonini beradi. Masalan, Google Ads yoki Facebook Ads orqali kompaniyalar maqsadli auditoriyaga aniq yo'naltirilgan reklama namoyish etishi mumkin.

2. Ijtimoiy tarmoq marketingi – Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok va boshqa platformalar orqali brendni targ'ib qilish texnologiyasidir. Ushbu usul kompaniyalarga iste'molchilar bilan bevosita muloqot qilish, brend imidjini shakllantirish va mahsulot haqidagi ma'lumotlarni tezkor tarqatish imkonini beradi. SMM orqali kompaniyalar interaktiv kontent, aksiyalar va bloglar yordamida mijozlar sodiqligini mustahkamlaydi.

3. Qidiruv tizimi optimizatsiyasi (Search Engine Optimization – SEO). SEO — veb-saytni qidiruv tizimlarida (Google, Bing va boshqalar) yuqori pozitsiyaga chiqarish texnologiyasidir. Ushbu usul sayt kontentini optimallashtirish, kalit so'zlardan samarali foydalanish va texnik parametrlarni yaxshilash orqali amalga oshiriladi. Natijada kompaniya veb-saytiga organik (bepul) trafik ko'payadi hamda mahsulot va xizmatlarga bo'lgan talab oshadi.

4. Qidiruv tizimlari orqali reklama (Search Engine Marketing – SEM). SEM qidiruv tizimlarida pullik reklama orqali mahsulot va xizmatlarni targ'ib qilish texnologiyasidir. Masalan, Google Ads platformasi orqali kompaniyalar muayyan kalit so'zlar bo'yicha reklama joylashtirib, potensial mijozlarni jalb qilishi mumkin. Ushbu texnologiya marketing kampaniyalarining samaradorligini tezkor baholash imkonini beradi.

5. Kontent marketingi. Kontent marketingi foydali va qimmatli axborot (maqolalar, videolar, infografikalar) orqali iste'molchilarni jalb qilish texnologiyasidir. Ushbu usulda reklama to'g'ridan-to'g'ri emas, balki bilim va axborot berish orqali amalga oshiriladi. Masalan, bloglar yoki ta'limiy videolar orqali kompaniyalar o'z brendiga bo'lgan ishonchni oshiradi.

6. Elektron pochta marketingi (Email marketing). Email marketing — elektron pochta orqali reklama va axborot yuborish texnologiyasidir. Ushbu usul kompaniyalarga mijozlar bilan doimiy aloqa o'rnatish, aksiyalar haqida xabar berish va personallashtirilgan takliflar yuborish imkonini beradi. Uning asosiy afzalliklari — arzonligi va yuqori samaradorligidir.

7. Inflyuenser marketingi. Inflyuenser marketingi mashhur blogerlar yoki jamoatchilikka ta'sir ko'rsatuvchi shaxslar orqali mahsulotlarni targ'ib qilishni anglatadi. Masalan, Instagram yoki YouTube blogerlari orqali reklama qilingan mahsulotlar ko'pincha tez tarqaladi. Ushbu usul brendga bo'lgan ishonchni oshirishga xizmat qiladi.

8. Mobil marketing. Mobil marketing — smartfon va planshetlar orqali amalga oshiriladigan marketing texnologiyasidir. Bu SMS-marketing, mobil ilovalar, push-notificationlar va mobil reklama orqali amalga oshiriladi. Hozirgi kunda internet foydalanuvchilarining katta qismi mobil qurilmalardan foydalangani sababli ushbu texnologiya muhim ahamiyatga ega.

9. CRM tizimlari (Customer Relationship Management). CRM — mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish texnologiyasidir. Ushbu tizim mijozlar haqidagi ma'lumotlarni saqlash, tahlil qilish va ular bilan samarali aloqa o'rnatish imkonini beradi. CRM orqali kompaniyalar mijozlar sodiqligini oshiradi hamda xizmat ko'rsatish sifatini yaxshilaydi.

10. Big Data marketingi. Big Data marketingi katta hajmdagi ma'lumotlarni tahlil qilish orqali iste'molchilar xulq-atvorini o'rganishga asoslanadi. Ushbu texnologiya kompaniyalarga bozor tendensiyalarini prognoz qilish va marketing strategiyalarini optimallashtirish imkonini beradi.

11. Sun'iy intellekt asosidagi marketing. AI marketing — sun'iy intellekt texnologiyalari yordamida marketing jarayonlarini avtomatlashtirishni anglatadi. Masalan, chat-botlar, tavsiya algoritmlari va avtomatik reklama kampaniyalari ushbu texnologiya tarkibiga kiradi.

12. Marketing avtomatizatsiyasi (Marketing Automation). Bu texnologiya marketing jarayonlarini avtomatik ravishda boshqarish imkonini beradi. Masalan, avtomatik email kampaniyalari, mijozlar segmentatsiyasi va reklama boshqaruvi shu texnologiya orqali amalga oshiriladi.

13. Omnikanal marketing. Omnikanal marketing — mijozlar bilan bir vaqtning o'zida bir nechta kanallar orqali muloqot qilish strategiyasidir. Masalan, onlayn do'kon, mobil ilova, ijtimoiy tarmoqlar va oflayn savdo nuqtalari o'zaro integratsiya qilinadi.

14. Virusli marketing. Virusli marketing — ijtimoiy tarmoqlar orqali tez tarqaladigan reklama kontentini yaratish texnologiyasidir. U ko'pincha qiziqarli videolar yoki kreativ g'oyalar orqali amalga oshiriladi.

15. Neyromarketing. Neyromarketing inson miyasining reaksiyalarini o'rganish orqali marketing qarorlarini qabul qilish texnologiyasidir. Ushbu usul reklama dizayni va brend strategiyasini optimallashtirishda qo'llaniladi.



16. Geomarketing. Geomarketing geografik ma'lumotlar asosida marketing qarorlarini qabul qilish texnologiyasidir. Masalan, xaridorlarning joylashuviga qarab reklama yuborish yoki savdo nuqtalarini optimal joylashtirish.

17. Video marketing. Video marketing — mahsulotlarni videokontent orqali targ'ib qilish texnologiyasidir. YouTube, TikTok va Instagram Reels kabi platformalar ushbu usulning asosiy maydonlari hisoblanadi.

18. Elektron tijorat marketingi (E-commerce marketing). Bu texnologiya onlayn savdo platformalari orqali mahsulotlarni targ'ib qilish va sotishga qaratilgan. U Amazon, Alibaba va boshqa marketpleyslar orqali amalga oshiriladi.

19. Personallashtirilgan marketing. Personallashtirilgan marketing har bir mijozning ehtiyojlari va qiziqishlariga mos takliflar berish texnologiyasidir. Masalan, onlayn do'konlarda mijozning avvalgi xaridlari asosida individual tavsiyalar beriladi.

20. AR/VR marketing (Augmented Reality va Virtual Reality marketing). AR va VR texnologiyalari orqali mijozlarga mahsulotni virtual muhitda ko'rish va sinab ko'rish imkoniyati yaratiladi. Masalan, mebel yoki kiyim-kechak mahsulotlarini virtual tarzda ko'rib chiqish va tanlash mumkin.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Hozirgi globallashtirish va raqamli iqtisodiyot sharoitida korxonalar uchun raqobat ustunligiga erishishda zamonaviy marketing texnologiyalaridan samarali foydalanish muhim strategik omilga aylanmoqda. Raqamli marketing, ma'lumotlar tahlili (Big Data), sun'iy intellekt, ijtimoiy tarmoqlar marketingi hamda marketing avtomatizatsiyasi kabi texnologiyalar kompaniyalarga bozor muhitini tezkor tahlil qilish, iste'molchilar ehtiyojlarini aniqlash va marketing qarorlarini ilmiy asosda qabul qilish imkonini beradi.

Ilmiy tadqiqotlarga ko'ra, raqamli marketing imkoniyatlaridan samarali foydalangan kompaniyalar bozorda o'z raqobatbardoshligini sezilarli darajada oshiradi hamda brend pozitsiyasini mustahkamlaydi. Ayniqsa, marketing faoliyatiga innovatsion texnologiyalarni joriy etish korxonalariga mahsulotlarni differensiyalash, mijozlar bilan uzoq muddatli munosabatlar o'rnatish va bozorda barqaror ustunlikka erishish imkonini yaratadi. Shu jihatdan zamonaviy marketing texnologiyalari korxonalar resurslaridan samarali foydalanish va strategik boshqaruvni takomillashtirishning muhim vositasi hisoblanadi.

Zamonaviy marketing texnologiyalarining asosiy afzalligi shundaki, ular korxonalariga katta hajmdagi ma'lumotlarni tahlil qilish orqali iste'molchilar xulq-atvorini chuqur o'rganish imkonini beradi. Masalan, marketing axborot tizimlari (MIS), Big Data analitikasi hamda sun'iy intellekt asosidagi marketing instrumentlari mijozlar ehtiyojlarini prognoz qilish, bozor tendensiyalarini aniqlash va marketing strategiyalarini optimallashtirishda muhim rol o'ynaydi. Ilmiy tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, marketing faoliyatida raqamli texnologiyalardan foydalanish korxonalarining bozor samaradorligini oshiradi va brend raqobatbardoshligini kuchaytiradi.

Shu bilan birga, raqamli marketing kanallari orqali kompaniyalar mahsulot va xizmatlarini keng auditoriyaga tezkor va nisbatan kam xarajat bilan yetkazishi mumkin. Natijada marketing xarajatlari kamayadi, mijozlar bilan muloqot samaradorligi oshadi hamda korxonalar bozorda o'z raqobat pozitsiyasini yanada mustahkamlaydi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Bekmurodov A.Sh. Marketing nazariyasi va amaliyoti. – Toshkent: Iqtisodiyot nashriyoti, 2021. – 320 b.
2. Ergashxodjaeva Sh.Dj., Yusupov M. Marketing. Darslik. – T.: Innovatsion rivojlanish nashriyot-matbaa uyi, 2024. – 372 b.
3. McKinsey & Company. The State of AI in Marketing. – New York: McKinsey Global Institute, 2023.
4. Kotler P., Kartajaya H., Setiawan I. Marketing 6.0: AI for Human Wellbeing. – Hoboken, NJ: Wiley Publishing, 2024. – 256 p.
5. Chaffey D. Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice. 9th ed. – London: Pearson Education, 2024. – 640 p.
6. Lemon K.N., Verhoef P.C. Customer Experience Management in the Age of AI. – Boston: Harvard Business Review Press, 2025.
7. Harvard Business Review. How AI Changes Content Strategy. – Boston, 2023.
8. Gartner. CRM Market Trends and Insights. – Stamford: Gartner Research, 2024.
9. Influencer Marketing Hub. Influencer Marketing Benchmark Report. – 2024.
10. Statista. Programmatic Advertising Market Report. – Hamburg: Statista Research Department, 2024.

muhandislik

& iqtisodiyot

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

Ingliz tili muharriri: Feruz Hakimov

Musahhih: Zokir Alibekov

Sahifalovchi va dizayner: Abdurahmon Qurbonov

2026. № 3

© 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