

MUHANDISLIK

& IQTISODIYOT

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

№5

2025
MAY



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,
803 sahifa, may, 2025-yil.*

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 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 modelashtirish
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.

M u a s s i s: "Tadbirkor va ishbiarmon" MChJ

H a m k o r l a r i m i z:

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

Mahalliy budjetlar daromadlarini oshirish imkonoyatlari	12
Soatova Nodira Boboxanovna	
Bank aksiyalarining bozor bahosini shakllantiruvchi omillar va baholash metodologiyasi	18
Raxmatov Azizjon Jaloliddinovich, Jumayev Muzaffar Mahmud o'g'li	
Namangan viloyatida kichik biznes subyektlarini yanada rivojlantirish va ular samaradorligini oshirish.....	23
Jalolova Muazzamxon Akbarjonovna	
Kichik biznesni tijorat banklari tomonidan moliyalashtirishning o'ziga xos jihatlari	31
Nematulloyev Suxrob Sobirovich	
Qayta tiklanadigan vodorod narxlarini strategiyasini o'rganish: xarajat noaniqliklarini bartaraf etish	35
Nuraliyeva Komila Sanakulovna	
Prospects for improving the efficiency of deposit operations in commercial banks	42
Olimov Abror Axadjon o'g'li	
Bank tizimida moliyaviy innovatsiyalar va raqamli texnologiyalar mohiyati va ahamiyati.....	51
Xodjimamedov Akmal Ashurovich, Umedov Abdullo Umedovich	
Elektron tijoratni rivojlantirishni boshqarish samaradorligini baholash natijalari tahlili.....	57
Madieva Zuxra Iskandarbekovna	
Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sohasida xotin-qizlar barqaror ish bilan bandligini oshirishning ilmiy-nazariy asoslari.....	63
Xoliyorova Shoxista Qahramon qizi	
Qurilish materiallari sanoati korxonalarida raqamli texnologiyalarni joriy etishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlari.....	70
Qodirov Sardorbek Isroiljon o'g'li	
The role of sports marketing in training leadership personnel in the sports management system.....	75
B.Y.Hamraev	
Sanoat korxonalarida quyosh energiyasidan foydalanish orqali iqtisodiy samaradorlikni oshirish yo'llari	79
Qalandarova Gulshoda Nazirjon qizi	
Ishlab chiqarish infratuzilmasini rivojlantirishni davlat tomonidan tartibga solish konsepsiyasi	85
Normurodov Xusan Eshmaxmatovich	
Роль центрального банка в контроле инфляции: политика инфляционного таргетирования	95
Камилова Наргиза Абдукахоровна, Пиримкулов Фирдавс Шухратович	
Ko'pkari ot sporti o'yini chavandozlari sport kiyimini ishlab chiqish uchun tavsiya etilayotgan matolarning xususiyatlari tahlili.....	102
Musayeva Lobar Sayfullayevna, Po'latova Saboxat Usmanovna	
Оценка технико-экономических показателей автономной фотоэлектрической установки с устройством очистки от снега.....	107
Юлдошев Исроил Абриевич, Рустамова Шахноза Шухрат кизи, Ботилов Бозорбек Мусурмон угли, Жураев Обид Шавкатович, Атоева Мохинур Амриллаевна	
Some considerations about the specific features of advertising texts	116
Mustaqimova Kunduz Sobirovna	
Raqamli iqtisodiyot sharoitida bank xizmatlari amaliyoti tahlili.....	121
Tangriev Izzat Raxmatullaevich	



Fransuzcha va o'zbekcha terminlar vektori asosidagi semantik o'xshashlik.....	125
Jo'rayeva Malohat Muhammadovna, Abduaxadova Zilola Jamoliddinovna	
Sayyohlik tilining raqamli tadqiqi: fransuz va o'zbek terminlarining multimodal vektor va vizual xaritalanishi.....	131
Abduaxadova Zilola Djamoliddinovna	
Обеспечение финансовой устойчивости предприятий: проблемы и решения	136
Аллаберганов Зокир Гойилович	
Qurilish korxonalarini boshqarishning tashkiliy mexanizmlarini shakllantirishdagi muammolar	142
Alijonov Jamshid Alijon o'g'li	
Innovatsion startaplarni moliyalashtirishda venchur kapitali	149
Bozorova Ozoda Raximovna	
Pul-kredit siyosati orqali iqtisodiyotni tartibga solish	154
Berdiyev Akram O'ktamovich	
Yashil buxgalteriya hisobi va ekologik masalalarga oid xalqaro talablar va yondashuvlar	163
Eshquvvatova Muxlisa Avaz qizi	
Sug'urta tashkilotlari moliyaviy hisobotlari auditida muhimlik va risk darajasini aniqlash uslubiyotini takomillashtirish	169
Abduraimova Maftunaxon Axmatovna	
Chizmageometriya fanida gamifikatsiya va didaktik o'yinlarning samaradorligi.....	174
Yo'ldashev Solmonjon Iqboljon o'g'li	
Tijorat banklarining nodepozit moliyaviy resurslarini optimallashtirish	179
Tangirkulov Bekzod Boxadirovich	
Теоретические аспекты, причины и специфика безработицы (на примере Республики Узбекистан)	186
С.Э. Холмуратов	
Xalqaro oziq-ovqat bozorida raqobat sharoitida meva-sabzavotchilik tarmog'ini rivojlantirishga oid xorij tajribalari	191
Mengnorov Almardon Abdirahmonovich	
O'zbekistonning butunjahon savdo tashkilotiga a'zo bo'lish jarayonlari va uning soliq tizimiga ta'siri	202
Qurbonov Muxiddin Abdullaevich	
Qoraqalpog'istonda mehmonxona xo'jaligining hozirgi holati tahlili	207
Xalimova Fayoza Nafasovna	
Raqamli texnologiyalar va sun'iy intellektning bugungi kundagi ahamiyati.....	212
Norboyeva Mahliyo Rustamovna, Komiljon Baxromov Muzaffar o'g'li	
Method of drying melon using solar radiation and a household solar-infrared dryer.....	216
Khakimova Sabina Shamsiddin qizi, Qodirov Jobir Ro'zimamatovich, Mirzayev Shavkat Mustaqimovich, Yangiboyev Fayoz G'aybullay o'g'li	
Qishloq xo'jaligi tarmog'ini moliyalashtirish istiqbollari	227
Ishniyazov Baxrom Normamatovich	
Влияние розничного кредитования на потребительский спрос	231
Базарова Нигора Равшановна	
Влияние розничного кредитования на потребительский спрос	231
Базарова Нигора Равшановна	
Прямые иностранные инвестиции как основной фактор повышения конкурентоспособности экономики стран	238
Наврузов Икрам Абдуллаевич	
Qishloq xo'jaligini moliyalashtirish tizimini takomillashtirish	243
Ishniyazov Baxrom Normamatovich	
Tayyor mahsulotlar hisobi bo'yicha xorij tajribasi va ulardan respublikamizda foydalanish imkoniyatlari.....	248



Xotamov Alisher Xotamjon o'g'li, Sayfullayev Mexroj Sayfullayevich	
Sanoat korxonalarida asosiy vositalar qadrsizlanishi va eskirishini hisobga olishni optimallashtirish.....	255
Kurbonova Shaxrinov Avazxonovna	
Korxonalarda ishlab chiqarish xarajatlarini auditorlik tekshiruvdan o'tkazish	262
Tulovov Erkinjon To'liqin o'g'li, Shanasirova Nodira Abdullayevna	
Digital transformation in public sector: advantages and challenges of the integration.....	266
Abdurakhmanova Sevinch	
Стратегическое планирование и предсказание результатов деятельности организации.....	271
Алимов Бехзоджон Наврузжонович	
Влияние привлечения инвестиций в национальную экономику на повышение конкурентоспособности предприятий.....	277
Каримова Дилафруз Садирдин кизи	
Nomoddiy aktivlar auditida sun'iy intellektdan foydalanish imkoniyatlari	283
Rozmatova Umida Yuldashevna	
To'g'ridan-to'g'ri sug'urtalash operatsiyalari bo'yicha sug'urta zaxiralarini shakllantirishni xalqaro standartlar asosida tashkil etish.....	290
X.A.Raximov	
"Sog'liqni saqlash sohasida davlat-xususiy sheriklik loyihalarini moliyalashtirishning innovation mexanizmlari va normativ asoslari"	294
Karabaev Sanjar Abdusamatovich	
Tibbiyot muassasalarida iqtisodiy barqarorlikning dinamik tahlili.....	302
Elmurodov G'ayratjon Abdumurodovich	
Korxona faoliyatini optimallashtirishdagi iqtisodiy tahlilning roli va ahamiyati.....	308
Sattorov Mirjahon	
Роль контекстного маркетинга в условиях ограниченной аудитории и дефицита ресурсов.....	313
Дебердиев Анвар	
O'zbekistonda korxonalarning iqtisodiy barqarorligini raqamli texnologiyalar yordamida oshirish	319
Iminova Nargizaxon Akramovna, Mo'ydinov Ma'murjon Mansurjon o'g'li	
Jahon amaliyotida eksport moliyalashtirishi: uning shakllari, afzalliklari va kamchiliklari	328
Xudonazarov Sherzod Ismoilovich	
Ramli transformatsiya va korxonaning barqarorligi	333
Soibov Nozimbek Faxridin o'g'li	
Raqamli texnologiyalar yordamida kitobxonlik madaniyatini rivojlantirish.....	342
Ernaqulov Sunnatillo Nurali o'g'li	
Роль цифровой эпохи в банковской сфере	346
Максудова Шахзода	
Yashil iqtisodiyotda innovatsiyalar va ekologik barqarorlik.....	350
Sultonov Omon Juma o'g'li	
Iqtisodiy modernizatsiya va uning davlat rivojlanishiga ta'siri	355
Zuvaydullaev Nematullo Oybek o'g'li	
Международный опыт: применение корпоративного менеджмента в государственном управлении развитых стран.....	360
Махмудова Севара Улугбековна	
Carbon markets and agribusiness: assessing the role of emissions trading in promoting sustainable agricultural practices.....	366
Mubina Toirova	
Standartlashtirishda nanotexnologiyalarning o'rni va ahamiyati	371
Ahmedova Sitara Asqar qizi	



Sut mahsulotlarini saqlash jarayonini boshqarish tizimining barqarorlik masalasi.....	376
Sabirov Ulugbek Kuchkarovich, Oqilov Azizbek Kozimjon o'g'li	
Kredit risklarini boshqarishda zamonaviy texnologiyalarning o'rni.....	392
Hamroyev Sherzod Axtamovich	
Alyuminiy ion energiya saqlaydigan qurilmalarning afzalliklari	399
Bafojev Abduhamid Hoshim o'g'li	
Buxgalteriya axborotining investisiya qarorlarga ta'siri.....	403
Rahmatova Shahnoza Shukurovna	
Комплексный подход к оценке и обеспечению финансовой безопасности текстильных предприятий.....	408
Турсунов Бобир Ортикмирзаевич	
Markaziy osiyo mamlakatlarida nodavlat notijorat tashkilotlarini moliyalashtirish: O'zbekiston tajribasi bilan solishtirma tahlil.....	416
Aliyev Arslon Salom o'g'li	
Temir yo'l transportini rivojlantirishda xorijiy olimlarning ilmiy yondashuvlarI	422
Nasrullayev Nurbek Baxtiyarovich	
IoT (Internet of Things) texnologiyalari va ularning ishlab chiqarish jarayonlarida qo'llanilishi	428
Karabayev Ibragim Turdiyevich, Mamatqulov Toyir Chorshanbiyevich, Yoqubov Bobur Mamasobir o'g'li	
Improvement of preparation of accounting policies in joint-stock companies	433
Ovlayev Suhrob Temur o'g'li, Yo'Ichiyev Oybek Ulug'bek o'g'li, Normo'minova Dilorom Umar qizi, Avlayeva Oybachin Olim qizi	
Korxonalar raqobatbardoshligini oshirishda innovatsion marketing strategiyalaridan foydalanish.....	437
Samadov Askarjon Nishonovich	
Bir qatlamli elastik asosda joylashgan to'sinning seysmik kuchlar ta'siridagi tebranishining v.z. vlasov usuli asosida analitik tadqiqi	444
Kamola Xaydarova	
Applications of hyperbolic geometry in physics and biology	449
Khaknazarova Khurshidabonu Kenjaevna, Otakulova Rukhshona Akram kizi	
Korxonalarni qayta tashkil etishda moliyaviy hisobot tuzish bo'yicha xalqaro tajriba, uni o'zbekistonda qo'llash imkoniyatlari.....	456
Davletov Ikram Raximberganovich	
Qoraqalpog'iston respublikasida turizm rivojini ta'minlovchi iqtisodiy va tashkiliy choralarni mukammallashtirish.....	462
Tleumuratov Baxadir Genjemuratovich	
Milliy iqtisodiyotda fond bozorini rivojlantirish istiqbollari	468
Sultonov Sherali Nuraliyevich	
Дифракция и отражение упругих поперечных волн в изотропной среде с жёсткой границей	476
Салиев А.А., Кеунимжаев М.К.	
Tijorat banklarida investitsiya loyihalari samaradorligi va amaliy holati tahlili	481
Axmedov Shoymurod Azamat o'g'li	
Aralash tolalardan tayyorlangan iplarning mustahkamlik xususiyatlarini o'rganish va tahlil qilish	486
Nurboev Rashit Xudoyberdievich, Salimov Shuhrat Halimovich, Bozorov Rustam Rasulovich	
Namangan viloyatining turizm salohiyatini rivojlantirish istiqbollari: Hududiy raqobatbardoshlik va innovatsion yondashuvlar	491
Khusniddin Egamnazarov	
Klasterlar hisob siyosatida boshqaruv hisobining metodologik asoslari.....	498
Toshpo'latov Azizbek Shermuxamadovich	



Jismoniy shaxslar soliq ma'muriyatchiligining nazariy masalalari	505
Isroilov Boxodir Ibragimovich, Ibragimov Boburshox Boxodir o'g'li, Navruzova Farog'at Abdihamid qizi	
Digital Transformation in Public Sector: Advantages and Challenges of the Integration.....	511
Abdurakhmanova Sevinch	
Важность проекта “Умный город” в Узбекистане.....	517
Акбаржон Иминов	
Iqtisodiy tizimda risk va uning xususiyatlari.....	522
Nasimov Ravshanjon Azimovich	
Innovatsion faoliyatning moliyaviy rag'batlantirish va boshqaruv samaradorligini belgilovchi omil va jihatlari.....	530
Baxriddinov Nodirbek Zamirdinovich	
Влияние цифровизации на сокращение теневой экономики: возможности и ограничения	536
Срождидинова З.Х., Шарифзода Мубина Дилмуроджон кизи	
Строительство здания с ограждающей конструкцией из энергоэффективных мелкоштучных трехслойных блоков	540
Акрамов Х.А., Тохиров Ж.О.	
Проблемы и пути внедрения механизма налогового стимулирования центров инновационного роста нового Узбекистана.....	546
Умаров Б.С.	
Современные тенденции и перспективы повышения износостойкости футеровок в горно-размольных установках	556
Акмал Жуманазаров, Илхом Эгамбердиев, Элбек Очилов, Маъруф Саибов	
Aktsiyadorlik jamiyatlarida korporativ boshqaruvga raqamli texnologiyalarni joriy qilishning ilmiy-nazariy asoslariga qarashlar.....	562
Suyunov Dilmurod Xolmurodovich, Habibullaeva Shirinxon Tohir qizi	
Kredit risklarini boshqarishda zamonaviy texnologiyalarning o'rni.....	570
Hamroyev Sherzod Axtamovich	
Iqtisodiy islohotlar jarayonida tovar va xizmatlar importining narxlar shakllanishiga ta'siri	577
Bababekova Gulchexra Baxtiyorovna	
Теоретические вопросы инвестиционного обеспечения центров инновационного роста региона	584
Умаров Б.С	
Tijorat banklarida investitsiya loyihalari samaradorligi va amaliy holati tahlili	591
Axmedov Shoymurod	
Lazer nurlari ta'sirida wet-blue charm yarim mahsuloti xususiyatlarining o'zgarishi	596
Qodirov T.J, Azimov J.Sh, Yusupova D.N	
Ta'lim, ekologiya va raqamlashtirish sohalarida bolalar va o'smirlar turizmini integratsiyalash: xalqaro tajribalar va O'zbekiston	601
Islomova Dilrabo Salomovna	
Avariya rejimlarida kichik yuklamali elektr ta'minoti tizimlarining kabel izolyatsiyasi monitoringini avtomatlashtirishning zamonaviy yondashuvlari	606
Mirzoyev Narzulla Nuriddinovich, Mamatqulov Toyir Chorshanbiyevich	
Eksport faoliyatini rivojlantirish: global tajribalar va milliy imkoniyatlar	609
D.E.Qarshiev	
Iot (internet of things) texnologiyalari va ularning ishlab chiqarish jarayonlarida qo'llanilishi	614
Mamatqulov Toyir Chorshanbiyevich, Yoqubov Bobur Mamasobir o'g'li	
Sa'noat korxonalari va mexatron robotlarni optimal avtomatlashtirish va boshqarishda sun'iy intellektning ahamiyati	621
Karabayev Ibragim Turdiyevich, Esonov Husniddin Mamarasul O'g'li, Mamatqulov Toir Chorshanbiyevich	
Комплексный подход к оценке и обеспечению финансовой безопасности текстильных предприятий.	625
Турсунов Бобир Ортикмирзаевич	



Method of Drying Melon Using Solar Radiation and a Household Solar-Infrared Dryer	633
Khakimova Sabina Shamsiddin qizi, Qodirov Jobir Ro'zimamatovich, Mirzayev Shavkat Mustaqimovich, Yangiboyev Fayoz G'aybulla o'g'li	
Kabel izolyatsiyasi holatini monitoring va avtomatlashtirilgan nazorat tizimlari muammolari	633
Mirzoyev Narzulla Nuriddinovich, Mamatqulov Toyir Chorshanbiyevich	
Controlling Execution Mechanisms in Intelligent Systems Using Neural Networks	649
Azizbek Yusupbekov Nodirbekovich, Husniddin Esonov Mamarasul o'g'li	
Algorithm for Optimizing Repetitive Tasks in Production Process Execution Mechanisms	654
Azizbek Yusupbekov Nodirbekovich, Husniddin Esonov Mamarasul o'g'li	
Ijro mexanizmlarini visual simulyatsion modellash tirishning boshqaruv samaradorligini oshirishdagi ahamiyati	659
Karabayev Ibragim Turdiyevich, Esonov Husniddin Mamarasul O'g'li, Mamatqulov Toir Chorshanbiyevich	
Kompaniyaning strategik qarorlar qabul qilishida pul oqimini tahlili va uni bashoratlashning ahamiyati	663
Urmanbekova Iroda Farxodovna	
Pul oqimi haqida hisobot: xalqaro tajriba va milliy amaliyotda qo'llanilishini takomillashtirish	667
Xaydarova Nargiza Anvarovna	
Tadbirkorlik faoliyatini samarali boshqarishda raqamli texnologiyalardan foydalanishning holati	676
Sattarov Xayrulla Fayzullayevich	
Davlat xizmatlarining raqamlashuvi va tadbirkorlikka ta'siri	680
Sattarov Xayrulla Fayzullayevich	
Tadbirkorlikni samarali boshqarishda va raqamli texnologiyalardan foydalanishda rivojlangan xorijiy mamlakatlar tajribasi	687
Sattarov Xayrulla Fayzullayevich	
Теоретические вопросы инвестиционного обеспечения центров инновационного роста региона	688
Умаров Б.С	
Mahallalarda tadbirkorlikni va hunarmadchilikni rivojlantirishni boshqarishning ilmiy-nazariy jihatlarini	696
Tuxtasinov Zafarjon Odiljonovich	
A Comparative Technological Assessment of Lubricants Utilized in Cotton Ginning and Spinning Mills	700
Shokhsanam Imomaliyeva, Anvar Makhkamov, Doniyor Dadamirzayev, Mirzabek Nabijanov	
Joriy aktivlar auditida firibgarlik holatlarini aniqlash metodlarini takomillashtirish	704
Mavliyanova Dilobar Maxkamovna	
Состояние гендерного равенства в экономических секторах и влияние стереотипов на рынок труда (с фокусом на Узбекистан)	710
Адалат Худайбергенова Нейматуллаевна, Севинч Фатиллоева Лутфилло кизи, Дилфуза Абдуллаева Розакуловна	
Динамика международных денежных переводов и тренды их развития в узбекистане	718
Гимранова О. Б.	
Turizm sohasi investitsion salohiyatiga ta'sir etuvchi ichki va tashqi omillar	726
Ayubov Ilyos Iloxomovich	
Enhancing waste management efficiency through digital technologies	732
Nurmetova Muyassar Jumanazarovna	
Qurilish jarayonlarini boshqarishning xorij tajribalari va ularning milliy investitsion-qurilish sohasiga transformatsiyasi	740
Abduvaliyev Bekzod Muxiddin o'g'li	
Tijorat bank aktivlari portfelini samaradorligini takomillatirishning zamonaviy yo'llari	747
Xojiyev Jaxongir Dushabayevich	
Tijorat banklarining yashil iqtisodiyotga o'tishdagi faoliyatini rivojlantirish yo'nalishlari	753
Mirzaxmedova A. A.	
Buxoro shahrining barqaror rivojlanishida shahar infratuzilmasini yaratish metodlari	759
Xasanov Feruz Anvarovich, Reyimbayev Shuxrat Sadullayevich	
O'zbekistonda turizmni diversifikatsiya qilish va ixtisoslashgan turizm yo'nalishlari rivoji	764
Matkarimov Jahongir Shamuratovich	



Рейтинговая шкала оценки финансового состояния предприятия, основанная на комплексной балльной системе	773
Tajibayeva Kizlargul Ajiniyazovna	
Tijorat banklari faktoring xizmatlari yordamida kichik biznesning eksport salohiyatini oshirish yo'llari	783
Jalilov Azizbek Baxodir o'g'li	
Moliyaviy rejalashtirishning ilmiy tahlili	789
Pardayev Jamshid Muzaffarovich	
Raqamli va zamonaviy o'zgarishlar sharoitida chakana savdo korxonalari brendlarini shakllanishi va rivojlantirish tendensiyalari va istiqbollari	796
Ro'zimatov Shohboz Hamdambek o'g'li	

RAQAMLI VA ZAMONAVIY O'ZGARISHLAR SHAROITIDA CHAKANA SAVDO KORXONALARI BRENDLARINI SHAKLLANISHI VA RIVOJLANTIRISH TENDENSIYALARI VA ISTIQBOLLARI

Ro'zimatov Shohboz Hamdambek o'g'li

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti,
mustaqil tadqiqotchisi

Annotatsiya: Ushbu maqola chakana savdo korxonalarida brend strategiyasini shakllantirishda raqamli marketing texnologiyalarining o'rni hamda korxonalar faoliyatiga ta'sir etuvchi omillarni baholash usullarini nazariy jihatdan tahlil qilishga bag'ishlangan. Tadqiqot davomida ijtimoiy tarmoqlar marketingi va personallashtirish texnologiyalarining brend kapitali, mijozlar sadoqati hamda xarid niyatiga ta'siri o'rganildi. Metodologik jihatdan tizimli adabiyotlar tahlili va hujjatli tadqiqot usullari qo'llanildi. Tadqiqot natijalari O'zbekiston chakana savdo sektorida raqamli marketingni integratsiyalash orqali korxona brendlarini shakllantirish va rivojlantirish tendensiyalari hamda istiqbollarini belgilashga xizmat qiluvchi amaliy tavsiyalar ishlab chiqishga imkon beradi.

Kalit so'zlar: raqamli marketing, brend strategiyasi, chakana savdo, indeksli usul, ijtimoiy tarmoqlar, iqtisodiy-matematik usul, mijozlar sadoqati, zanjir bog'liqliklar usuli, ekspert baholash usuli.

Abstract: This article provides a theoretical analysis of the role of digital marketing technologies in shaping brand strategies in retail enterprises, as well as methods for assessing the factors influencing their performance. The study examines the impact of social media marketing and personalization technologies on brand equity, customer loyalty, and purchase intention. Methodologically, systematic literature review and documentary research methods were applied. The findings contribute to the development of practical recommendations for enhancing brand formation and development trends in Uzbekistan's retail sector within the context of digital marketing integration, as well as identifying future prospects.

Keywords: digital marketing, brand strategy, retail, index method, social media, economic-mathematical method, customer loyalty, chain dependency method, expert evaluation method.

Аннотация: Данная статья посвящена теоретическому анализу роли цифровых маркетинговых технологий в формировании стратегии бренда в розничных предприятиях, а также методам оценки факторов, влияющих на их деятельность. В ходе исследования изучено влияние маркетинга в социальных сетях и технологий персонализации на ценность бренда, лояльность клиентов и намерение совершения покупки. В методологическом плане применены методы систематического анализа литературы и документального исследования. Результаты исследования направлены на разработку практических рекомендаций по формированию и развитию брендов предприятий розничного сектора Узбекистана в условиях интеграции цифрового маркетинга, а также определение перспектив их дальнейшего развития.

Ключевые слова: цифровой маркетинг, стратегия бренда, розничная торговля, индексный метод, социальные сети, экономико-математический метод, лояльность клиентов, метод цепных зависимостей, метод экспертной оценки.



KIRISH

Bugungi globallashuv va raqamli transformatsiya jarayonlari sharoitida chakana savdo sohasi iqtisodiyotning eng tez rivojlanayotgan va yuqori raqobat muhitiga ega tarmoqlaridan biriga aylanmoqda. Axborot texnologiyalarining jadal taraqqiyoti, elektron tijoratning kengayishi, iste'molchilarning xarid qilish odatlaridagi sifat jihatidan yangi talablari hamda bozor ishtirokchilari o'rtasidagi raqobatning ortib borishi chakana savdo korxonalaridan an'anaviy faoliyat modellarini zamon talablari asosida qayta ko'rib chiqishni talab etmoqda.

Bunday sharoitda korxonalarning barqaror rivojlanishi va bozor ulushini mustahkamlashi ko'p jihatdan kuchli va raqobatbardosh brendni shakllantirish hamda uni izchil rivojlantirish strategiyalariga bog'liq bo'lib bormoqda.

Zamonaviy sharoitda brend chakana savdo korxonasi uchun nafaqat marketing vositasi, balki uzoq muddatli strategik aktiv sifatida namoyon bo'lmoqda. Brend orqali korxona iste'molchi ongida o'ziga xos imij, ishonch va sodiqlikni shakllantiradi, mahsulot va xizmatlarining qo'shilgan qiymatini oshiradi hamda raqobatchilar orasida barqaror farqlanish imkoniyatiga ega bo'ladi.

Ayniqsa, omnikanal savdo, raqamli platformalar, ijtimoiy tarmoqlar va mijoz tajribasiga yo'naltirilgan yondashuvlar sharoitida brendni samarali boshqarish masalasi chakana savdo korxonalari uchun dolzarb ilmiy-amaliy yo'nalish sifatida alohida ahamiyat kasb etmoqda.

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Mazkur tadqiqotda chakana savdo korxonalarida brendni shakllantirish va rivojlantirish jarayonlarini tahlil qilishda kompleks yondashuvdan foydalanildi. Tadqiqot metodologiyasi asosan tizimli adabiyotlar tahlili va hujjatli tadqiqot usullariga asoslandi.

Shuningdek, indeksli, iqtisodiy-matematik hamda ekspert baholash usullari orqali brend rivojlanishiga ta'sir etuvchi omillar baholandi. Komparativ va analitik tahlil yordamida raqamli marketing texnologiyalarining korxona faoliyatiga ta'siri o'rganildi.

Olingan natijalarni umumlashtirish asosida chakana savdo korxonalarida brend strategiyasini takomillashtirish bo'yicha ilmiy xulosalar va amaliy tavsiyalar ishlab chiqildi.

MAVZUGA OID ADABIYOTLAR SHARHI

Masalan, E.V.Noskova o'z nashrlarida chakana savdoni rivojlantiruvchi omillar hamda ularni baholash usullarini tahlil qilgan. I.S. Lebedeva esa chakana savdo sohasidagi zamonaviy faoliyat shakllari, agregatsiyalashgan biznes tuzilmalarining afzallik va kamchiliklarini o'rganib chiqqan. Ularning tadqiqotlari asosida quyidagi xulosa chiqarish mumkin: chakana savdo – bu ishlab chiqarilgan mahsulotlarning sotuvchi va bevosita iste'molchi o'rtasida tashkil etilgan ekvivalent almashinuv shaklidir.¹

Verhoef, Kannan va Inman o'z tadqiqotlarida chakana savdoda omnichannel marketing konsepsiyasini asoslab, brend rivojlanishi endilikda alohida savdo kanallari orqali emas, balki yagona integratsiyalashgan tizim orqali amalga oshirishini ta'kidlaydi. Ularning fikricha, raqamli transformatsiya natijasida iste'molchi uchun brend — bu mahsulot emas, balki barcha aloqa nuqtalarini (online platformalar, mobil ilovalar, fizik do'konlar) qamrab olgan yagona tajriba muhitidir². Shu yo'nalishda Lemon va Verhoef tomonidan ishlab chiqilgan customer journey (mijoz yo'li) konsepsiyasi alohida ahamiyat kasb etadi. Tadqiqotchilar brend qiymati iste'molchining xarid oldi, xarid jarayoni va xariddan keyingi bosqichlardagi barcha interaksional yig'indisi sifatida shakllanishini asoslaydi. Raqamli muhit esa ushbu jarayonni kengaytirib, chakana savdo brendlarini ko'p darajali tizimga aylantiradi³.

Grewal, Roggeveen va Nordfalt tadqiqotlarida esa chakana savdo brendlarini rivojlantirishda in-store texnologiyalar va raqamli innovatsiyalarning roli yoritiladi. Ular sun'iy intellekt, mobil texnologiyalar, geolokatsiya va big data kabi vositalar yordamida yaratilgan shaxsiylashtirilgan mijoz tajribasi brend sodiqligini oshirishning asosiy omiliga aylanayotganini ta'kidlaydi⁴. Raqamlashtirish jarayonining konseptual asoslari Hagberg, Sundström va Egels-Zandén tomonidan ishlab chiqilgan bo'lib, ular chakana savdoda digitalizatsiya natijasida brend va iste'molchi o'rtasidagi munosabatlar ikki tomonlama va interaktiv tus olishini ko'rsatadi. Ularning fikricha,

1 Лебедева, С. И. Актуальные вопросы эффективной организации бизнеса в розничной торговле // Вестник РЭА. Предпринимательство и малый бизнес. – 2010. – № 5. – С. 65–72.

2 Verhoef, P. C., Kannan, P. K., & Inman, J. J. (2015). From multi-channel retailing to omni-channel retailing: Introduction to the special issue on multi-channel retailing. *Journal of Retailing*, 91(2), 174–181. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2015.02.005>.

3 Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). Understanding customer experience throughout the customer journey. *Journal of Marketing*, 80(6), 69–96. <https://doi.org/10.1509/jm.15.0420>.

4 Grewal, D., Roggeveen, A. L., & Nordfalt, J. (2017). The future of retailing. *Journal of Retailing*, 93(1), 1–6. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2016.12.008>.

zamonaviy sharoitda iste'molchilar brendni shakllantirish jarayonining passiv ishtirokchisi emas, balki faol hamkoriga aylanadi.

Shu bilan birga, chakana savdoning barqaror rivojlanishiga ta'sir ko'rsatuvchi omillarni kompleks baholash usullarini takomillashtirish, bozor sharoitlariga mos pozitsiyalash tizimi algoritmlarini ishlab chiqish va ularni amaliyotga joriy etish, shuningdek, marketing tizimida tovarlarni bozorga samarali ilgari surish metodlarini ilmiy asosda chuqurroq tadqiq etish zarurati saqlanib qolmoqda. Mazkur yo'nalishlarda olib boriladigan izlanishlar chakana savdo korxonalarining raqobatbardoshligini oshirish, marketing qarorlarining aniqligi va samaradorligini kuchaytirish hamda bozor muhitida barqaror pozitsiyani shakllantirishga xizmat qiladi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Chakana savdoda marketingni qo'llashdagi o'ziga xos xususiyat – bu sohadagi amaliy tajriba yetishmasligi va marketing sohasi bo'yicha malakali kadrlar sonining kamligi bilan bog'liq. Natijada chakana savdo korxonalari marketing faoliyatidan olinayotgan natijalarni to'liq va xolis baholash imkoniyatiga ega bo'lmaydi. Ushbu holat marketing faoliyatining iqtisodiy samaradorligini yetarli darajada anglab yetmaslikka olib kelib, marketing xarajatlari uchun ajratiladigan moliyaviy resurslarning cheklanishiga sabab bo'ladi. O'z navbatida, bu jarayon chakana savdo sohasida innovatsion bozor marketingi mexanizmlarining shakllanishi va rivojlanish sur'atlariga salbiy ta'sir ko'rsatadi hamda korxonalarining raqobatbardoshligini pasaytiruvchi omil sifatida namoyon bo'ladi.

Shu bois chakana savdoda marketingdan foydalanishning o'ziga xos jihatlarini har tomonlama va tizimli tarzda o'rganish dolzarb ilmiy-amaliy vazifa hisoblanadi. Xususan, mahsulotlarni bozor sharoitlariga mos holda pozitsiyalash hamda ularni bozorga ilgari surish tizimini marketing faoliyatining ustuvor yo'nalishi sifatida aniqlash uchun tegishli omillarni baholash usullarini aniqlab olish zarur. Ushbu usullar marketing qarorlarini ilmiy asosda qabul qilish, resurslardan oqilona foydalanish hamda chakana savdo korxonalarida marketing strategiyalarining samaradorligini oshirishga xizmat qiladi. Mazkur omillar va ularni baholash yondashuvlari keyingi bosqichda 1-jadvalda tizimli ravishda keltiriladi.

1-jadval. Chakana savdo korxonalari faoliyatiga ta'sir etuvchi omillarni baholash usullari⁵

№	Usul nomi	Tavsifi	Qo'llash shartlari
1.	Indeksli usul	Indeksar va nisbiy rivojlanish ko'rsatkichlari asosida shakllanadi.	Barqaror rivojlanish sharoitlarida samarali, rasmiy va ishonchli ma'lumotlarga asoslanadi, asoslovchi omillarni aniqlashga yordam beradi.
2.	Zanjir bog'liqliklar usuli	Bevosita yoki teskari funksional, sabab-oqibatli bog'liqliklarni aniqlash.	Rivojlanishning barqaror bosqichida samarali bo'lib, ishonchli rasmiy ma'lumotlarga asoslanadi, xatolik ehtimolini kamaytiradi.
3.	Ekspert baholash usuli	Ma'lumot yig'ishning xilma-xil usullari va ekspertlarning subyektiv fikriga asoslanadi.	Iqtisodiy beqarorlik sharoitlarida, sanksiyalar ostida o'sayotgan bozor holatlarida, ekspert fikrlarini jalb etish bilan qo'llaniladi.
4.	Integral usul	Maxsus matematik modellar (multiplikativ, aralash) orqali aniqroq baholash imkonini beradi.	Keng ko'lamli tadqiqotlar, marketologlar tomonidan foydalaniladi, katta hajmdagi rasmiy ma'lumotlarga tayanadi.
5.	Iqtisodiy-matematik usul	Korrelyatsion, regressiya, dispersion, komponentli tahlil usullaridan foydalanadi.	Marketing tadqiqotlarida qo'llaniladi. Majburiy ravishda ishonchli rasmiy manbalardan ma'lumotlar olinadi, statistik tahlilni talab qiladi.

Pozitsiyalash tizimi mahsulotning bozor muhitida iste'molchilar ongida aniq va barqaror tasavvurini shakllantirishga qaratilgan strategik marketing mexanizmi sifatida namoyon bo'ladi. Ushbu tizim mahsulotni iste'molchiga taqdim etish, uning funksional va emotsional afzalliklarini ochib berish, shuningdek, brend va mahsulotlarni marketing tamoyillari asosida maqsadli bozor segmentlariga samarali ilgari surishga yo'naltirilgan kompleks chora-tadbirlar majmuasini o'z ichiga oladi. Pozitsiyalash jarayonida mahsulotning raqobatchilardan farqlanuvchi jihatlari aniqlanib, iste'molchilar ehtiyojlari va kutishlariga mos qiymat taklifi shakllantiriladi.

O'tkazilgan ilmiy tadqiqotlar natijalari, yetakchi olimlarning nazariy qarashlarini tahlil qilish hamda ularni umumlashtirish asosida chakana savdo marketing tizimida tovarlarni pozitsiyalash va bozorga ilgari surishning yaxlit modeli ishlab chiqildi. Mazkur model chakana savdo korxonalarida marketing faoliyatini tizimli tashkil etish, mahsulotlarning bozor pozitsiyasini mustahkamlash va raqobatbardosh ustunlikni ta'minlashga xizmat qiladi. Shuningdek, ishlab chiqilgan algoritmi marketing qarorlarini ilmiy asosda qabul qilish, resurslardan

5 Носкова Е.В. Оценка факторов, влияющих на развитие розничной торговли Дальневосточного федерального округа // Региональная экономика и управление: электронный научный журнал. – 2020. – №3 (51)..



oqilona foydalanish va iste'molchilar bilan samarali kommunikatsiyalarni yo'lga qo'yish imkonini beradi. Ushbu algoritmnining asosiy bosqichlari va tarkibiy elementlari keyingi qismda 2-jadvalda batafsil yoritiladi.

2-jadval. Chakana savdo marketing tizimida tovarlarni pozitsiyalash va bozorga ilgari surish tizimini ishlab chiqish va joriy etish algoritmi⁶

№	Algoritm bosqichi nomi	Bosqich mazmuni
1.	Bozorni segmentlarga ajratish, maqsadli segmentlarni aniqlash	Bozorni segmentlarga ajratish, maqsadli segmentlarni tanlash, segmentatsiyaga ta'sir ko'rsatadigan omillar ro'yxatini shakllantirish
2.	Pozitsiyalash tizimini o'rganish va uning elementlarini aniqlash	Maqsadli segmentlar iste'molchilarining afzalliklarini o'rganish, raqobatchilar bilan mezonlar bo'yicha taqqoslash, ustunliklarni ajratib ko'rsatish, asosiy pozitsiyalashni aniqlash
3.	Pozitsiyalash va bozorga ilgari surish strategiyasini ishlab chiqish	Raqobatbardoshlik va ustunliklarni shakllantirishga qaratilgan strategiyalar ishlab chiqish, marketing-miks dasturlarini shakllantirish, asosiy yo'nalishlar (reklama, PR, distributsiya, xizmat ko'rsatish va h.k.) orqali strategiyani joriy etish
4.	Pozitsiyalash va ilgari surish strategiyasini bosqichma-bosqich joriy etish	Pozitsiyalash va ilgari surish strategiyasi va taktikasini amalda qo'llash uchun yo'l xaritasi ishlab chiqish

Chakana savdo sohasida marketing majmuasi maqsadli auditoriyadagi iste'molchilarni jalb etish, ularni ushlab qolish va sonini ko'paytirishga xizmat qiladigan turli elementlarni o'z ichiga oladi. Chakana savdoda marketing majmuasining asosiy elementlari quyidagilardan iborat:

Mahsulot (Product). Mahsulot chakana savdo korxonasi tomonidan iste'molchilarga taklif etiladigan tovarlar assortimentini ifodalaydi. Mahsulot siyosatini samarali boshqarish iste'molchilar ehtiyojlariga mos assortimentni shakllantirish, mahsulotning dizayni va o'rami, brendlash darajasi hamda sifat ko'rsatkichlarini ta'minlash orqali amalga oshiriladi. Ushbu omillar mahsulotning bozordagi raqobatbardoshligini oshirish va iste'molchi ongida barqaror tasavvur shakllantirishda muhim ahamiyatga ega.

Narx va narx belgilash siyosati (Price). Narx siyosati chakana savdo marketingining asosiy instrumentlaridan biri bo'lib, u an'anaviy narx belgilash strategiyalari bilan bir qatorda chegirmalar, aksiyalar, bonus va sodiqlik dasturlaridan foydalanishni o'z ichiga oladi. Narx mexanizmlarining moslashuvchanligi xaridorlarni jalb qilish, savdo hajmini oshirish va chakana savdo korxonasining umumiy marketing strategiyasini samarali amalga oshirishga xizmat qiladi.

Joylashuv (Place). Joylashuv do'konlar, omborlar va savdo nuqtalarining hududiy jihatdan qulay joylashtirilishini anglatadi. Mazkur omil iste'molchilarning savdo obyektlariga oson yetib borishini ta'minlash bilan birga, mahsulotlarni yetkazib berish va taqsimlashning samarali logistika zanjirlarini shakllantirishda muhim rol o'ynaydi. To'g'ri tanlangan joylashuv chakana savdo korxonasining bozor qamrovini kengaytiradi.

Ilgari surish (Promotion). Ilgari surish faoliyati reklama, ijtimoiy tarmoqlar, raqamli marketing, email-marketing va boshqa kommunikatsiya kanallari orqali mahsulot va brendlarga iste'molchilar e'tiborini jalb etishga qaratiladi. Ushbu omil iste'molchilar bilan axborot almashuvini faollashtirib, ularning xarid qilish qarorlariga ta'sir ko'rsatadi va marketing strategiyasining amaliy natijadorligini oshiradi.

Xodimlar (People). Xodimlar chakana savdo korxonasining muhim resursi bo'lib, ular mijozlar bilan bevosita muloqotda bo'ladi. Malakali, rag'batlantirilgan va mijozga yo'naltirilgan xodimlar xizmat ko'rsatish sifatini oshirib, iste'molchilar qoniqishini va sodiqligini ta'minlaydi. Shu sababli kadrlar siyosati marketing tizimining ajralmas qismi hisoblanadi.

Jismoniy muhit (Physical evidence). Jismoniy muhit savdo nuqtalarining ichki va tashqi dizayni, atmosferasi, qulaylik darajasi hamda vizual elementlarini o'z ichiga oladi. Qulay va estetik jihatdan jozibador muhit iste'molchilarning savdo jarayonidan oladigan umumiy taassurotni shakllantiradi hamda xarid qilish ehtimolini oshiradi.

Jarayonlar (Process). Jarayonlar mahsulotlarni xarid qilish, hisobga olish, buyurtmalarni qayta ishlash va mijozlarga xizmat ko'rsatish bilan bog'liq operatsion faoliyatni anglatadi. Ushbu jarayonlarning samarali tashkil etilishi vaqt va xarajatlarni qisqartirishga, xizmat ko'rsatish sifatini oshirishga hamda chakana savdo faoliyatining barqarorligini ta'minlashga xizmat qiladi.

Qo'shimcha xizmatlar (Additional services). Qo'shimcha xizmatlar mahsulotlarni yetkazib berish, kafoflatli xizmatlar, maslahatlar va sotuvdan keyingi xizmatlarni o'z ichiga oladi. Ushbu xizmatlar iste'molchilarning qo'shimcha ehtiyojlarini qondirib, ularning umumiy qoniqish darajasini oshiradi va raqobat muhitida qo'shimcha ustunlik yaratadi.

Yuqoridagi elementlarni kompleks yondashuvda qo'llash chakana savdo kompaniyalariga xaridorlarni jalb qilish, ularni ushlab qolish va savdo sohasida muvaffaqiyatga erishish imkonini beradi.

Pozitsiyalash strategiyasini shakllantirishga bo'lgan yondashuvlar nazariy va amaliy xarakterga ega bo'lib, pozitsiyalash tizimini joriy etish va amaliyotga tatbiq etishning klassik namunasi hisoblanadi. Ularning xususiyatlari va to'liq tavsifi quyidagi 3-jadvalda keltirilgan.

3-jadval. Chakana savdoda mahsulot va tovar brendlarini pozitsiyalash hamda bozorga ilgari surish strategiyasining asosiy yondashuvlari⁷

№	Yondashuvlar	Mazmuni
1.	Mahsulotning individual xususiyatlari	Xaridorning ehtiyojlarini to'liq qondirishga qaratilgan bo'lib, xaridorga foyda keltiradigan individual xususiyatlarga ega mahsulotlarni sotib olish orqali amalga oshiriladi.
2.	"Narx-sifat" yondashuvi	Zamonaviy xaridor yetarlicha xabardor bo'lib, mahsulotlarning sifat ko'rsatkichlari va spetsifikasini tushunadi hamda narx va sifatni solishtirish asosida qaror qabul qiladi.
3.	"Qo'llanilish sohasi" yondashuvi	Mashhur ishlab chiqaruvchilar pozitsiyalash strategiyasida mahsulotdan foydalanish yoki qo'llanish sohasi orqali brend bozorini kengaytirishga intiladi.
4.	"Mahsulot foydalanuvchisi" yondashuvi	Mahsulotni mashhur shaxs yoki model orqali reklama qilish orqali uni ma'lum bir iste'molchi yoki iste'molchilar sinfiga bog'lash orqali iste'molchiga qiymat yetkaziladi.
5.	"Mahsulot sinfi" yondashuvi	Mahsulotni reklama qilishda u o'ziga xos yoki afzalliklarga ega bo'lgan muayyan sinfga tegishli mahsulot sifatida pozitsiyalanadi.

Bozor sharoitida tovar brendini samarali ilgari surish jarayonida pozitsiyalashni aniq belgilash muhim strategik vazifa hisoblanadi. Chunki pozitsiyalash mahsulot yoki xizmatning raqobatchilarga nisbatan bozorga xos noyob jihatlari va ustunliklarini aniqlashga asoslanadi hamda iste'molchilar ongida muayyan brend haqidagi barqaror tasavvurni shakllantirishga xizmat qiladi. Ushbu noyoblik, odatda, mahsulotning sifati, dizayni, narx siyosati, funksional xususiyatlari yoki qo'shimcha qiymat yaratadigan boshqa omillar bilan bog'liq bo'ladi.

Pozitsiyalash jarayonida asosiy e'tibor brendning fundamental qadriyatlari va uni raqobatchilardan farqlab turuvchi xususiyatlarini mujassamlashtirgan aniq, izchil va esda qolarli konsepsiyani shakllantirishga qaratiladi. Bunday konsepsiya iste'molchilar ongida brendning o'ziga xosligini mustahkamlab, xarid qilish qaroriga ijobiy ta'sir ko'rsatadi. Shu jihatdan pozitsiyalash nafaqat marketing kommunikatsiyasining elementi, balki brend strategiyasining markaziy bo'g'inini sifatida namoyon bo'ladi.

Pozitsiyalash va tovar brendini bozorga ilgari surish tizimida reklama muhim va ta'sirchan marketing vositalaridan biri hisoblanadi. Reklama faoliyati mahsulot yoki xizmatga nisbatan tanilish darajasini oshiradi, iste'molchilarning xabardorligini kengaytiradi hamda brend haqidagi dastlabki tasavvurni shakllantiradi. Sifatli, mazmunli va jozibador reklama iste'molchilarning e'tiborini tortib, ularda ijobiy emotsional munosabatlarni vujudga keltiradi. Natijada ushbu psixologik ta'sir brendning raqobat muhitida ajralib turishiga va iste'molchilar tomonidan tanlanish ehtimolining oshishiga olib keladi.

Shu bilan birga, pozitsiyalash va bozorga ilgari surish tizimlarining samaradorligini doimiy monitoring qilish va tahlil etish bozorda barqaror muvaffaqiyatga erishishning muhim sharti hisoblanadi. Iste'molchilarning marketing faoliyatiga bildirgan munosabatlarini, mahsulot yoki xizmat haqidagi fikr-mulohazalarini muntazam baholash orqali brendni ilgari surish strategiyasini o'z vaqtida sozlash va takomillashtirish imkoniyati yuzaga keladi. Bu esa raqobatdosh ustunliklarni saqlab qolish, bozor kon'yunkturasidagi o'zgarishlarga moslashish hamda o'zgaruvchan bozor sharoitlarida brendning barqaror rivojlanishini ta'minlashga xizmat qiladi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Yuqoridagi ilmiy-nazariy tahlillar shuni ko'rsatadiki, chakana savdo marketingi tizimini shakllantirish – bu oddiy savdo jarayoni emas, balki iqtisodiy nazariya, menejment va innovatsion marketing konsepsiyalariga asoslangan kompleks boshqaruv tizimidir. Bozor sharoitlarining tezkor o'zgarishi, raqamli transformatsiya, iste'molchi xulq-atvorining murakkablashuvi va brendga nisbatan e'tiqodning kuchayishi chakana savdo korxonalarini yangi strategik yondashuvlarga o'tishga majbur qilmoqda. Shu boisdan, har bir bosqich maqsadlarni aniqlash, marketing vazifalarini belgilash va strategiyalarni ishlab chiqish tizimli asosda amalga oshirilishi lozim.

7 Muallif ishlanmasi.



Chakana savdoda marketingni rivojlantirish maqsadlari barqaror o'sishni ta'minlash, mijozlar ehtiyojini chuqur tahlil qilish va bozorda raqobat ustunligini shakllantirishga qaratilishi zarur. Chandler va Ansoff nazariyalari asosida maqsadlar uzoq muddatli istiqbolga yo'naltirilgan bo'lishi, Porter raqobat ustunligi modeli esa mahalliy bozorlarda geografik va ijtimoiy omillarni inobatga olish zarurligini ta'kidlaydi. Bu jihatlar innovatsiyaga asoslangan, mijozga yo'naltirilgan chakana savdo strategiyalarining poydevorini tashkil etadi.

Chakana savdo tizimida iste'molchi xulq-atvori va brend boshqaruvi integratsiyasi sohaning yangi rivojlanish bosqichini belgilaydi. Bu yondashuv iqtisodiyotda savdo madaniyatining yuksalishi, milliy brendlar raqobatbardoshligini oshirish va chakana sektorni innovatsion rivojlantirish uchun ilmiy-amaliy asos yaratadi.

Chakana savdo tizimida iste'molchi xulq-atvori korxonaning marketing strategiyasi va brend boshqaruvi samaradorligini belgilovchi hal qiluvchi omillardan biri sifatida namoyon bo'ladi. Xarid jarayonining psixologik, ijtimoiy va texnologik jihatlarini chuqur tahlil qilish chakana savdo korxonalariga iste'molchilarning real ehtiyojlari va kutilmalariga mos qiymat takliflarini shakllantirish, bozor kon'yunkturasidagi o'zgarishlarga tezkor moslashish hamda barqaror raqobat ustunligini ta'minlash imkonini beradi. Shu jihatdan iste'molchi xulq-atvori marketing strategiyalarini optimallashtirishda asosiy yo'naltiruvchi omil bo'lib, korxonalarga o'z brend qadriyatlarini iste'molchi ongida mustahkamlash, ishonch va sodiqlikni izchil oshirishga xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. DemandSage. (2024). 151 Digital Marketing Statistics 2025 (Growth Trends). <https://www.demandsage.com/digital-marketing-statistics/>
2. The Business Research Company. (2024). Retail Digital Transformation Global Market Report 2024. <https://blog.tbrc.info/2024/10/retail-digital-transformation-market-trends/>
3. Whatfix. (2024). Digital Transformation in the Retail Industry in 2025. <https://whatfix.com/blog/retail-digital-transformation/>
4. Shopify. (2024). Digital Marketing Statistics for Businesses (2024). <https://www.shopify.com/blog/digital-marketing-statistics>
5. BYYD. (2025). Digital Marketing in Uzbekistan: 2025 Trends and Insights. <https://www.byyd.me/en/blog/2025/10/digital-marketing-in-uzbekistan-2025-trends-and-insights/>
6. Emerald Insight. (2024). The impact of social media marketing on brand awareness, brand engagement and purchase intention in emerging economies. Marketing Intelligence & Planning. <https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/mip-06-2023-0248/full/html>
7. ResearchGate. (2024). Exploring the Impact of Digital Transformation on Marketing Strategies in the Retail Sector. Preprints.org. <https://www.researchgate.net/publication/383142673>
8. Cui, T.H., et al. (2021). Informational Challenges in Omnichannel Marketing: Remedies and Future Research. Journal of Marketing, 85(1). <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/0022242920968810>
9. Wharton Executive Education. (2025). What Is Omnichannel Marketing? <https://executiveeducation.wharton.upenn.edu/thought-leadership/wharton-online-insights/what-is-omnichannel-marketing/>
10. Modern Retail. (2024). Modern Retail+ Research roundup: Retailers' e-commerce, retail media, and social media strategies were 2024's biggest trends. <https://www.modernretail.co/marketing/modern-retail-research-roundup/>
11. Verhoef, P. C., Kannan, P. K., & Inman, J. J. (2015). From multi-channel retailing to omni-channel retailing. Journal of Retailing, 91(2), 174–181. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2015.02.005>
12. Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). Understanding customer experience throughout the customer journey. Journal of Marketing, 80(6), 69–96. <https://doi.org/10.1509/jm.15.0420>
13. Grewal, D., Roggeveen, A. L., & Nordfält, J. (2017). The future of retailing. Journal of Retailing, 93(1), 1–6. <https://doi.org/10.1016/j.jretai.2016.12.008>
14. Hagberg, J., Sundström, M., & Egels-Zandén, N. (2016). The digitalization of retailing. International Journal of Retail & Distribution Management, 44(7), 694–712. <https://doi.org/10.1108/IJRDM-09-2015-0140>



Ingliz tili muharriri: Feruz Hakimov

Musahhih: Zokir Alibekov

Sahifalovchi va dizayner: Oloviddin Sobir o'g'li

2025. May. № 5

© 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