

MUHANDISLIK

& IQTISODIYOT

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

2026-YIL

AVGUST 8-SON, II-QISM



Milliy nashrlar

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

05.00.00 - Texnika fanlari

08.00.00 - Iqtisodiyot fanlar



Google
Scholar

ISSN
INTERNATIONAL
STANDARD
SERIAL
NUMBER
INTERNATIONAL CENTRE

OpenAIRE



ISSN: 3060-463X

РЭУ.РФ
РОССИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Г.В. ПЛЕХАНОВА
ФИЛИАЛ В г. ТАШКЕНТЕ



muhandislik & iqtisodiyot

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

Elektron nashr, 2026-yil, avgust.

Bosh muharrir:

Zokirova Nodira Kalandarovna, iqtisodiyot fanlari doktori, DSc, professor

Bosh muharrir o'rinbosari:

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

Tahrir hay'ati:

Abduraxmanov 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 (DSc), 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)

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

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

Pardaev Umidjon Uralovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor

Xolmirzayev Ulug'bek Abdulazizovich, Iqtisodiyot fanlari doktori (DSc)

muhandislik & iqtisodiyot

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

- 05.01.00 – Axborot texnologiyalari, boshqaruv va kompyuter grafikasi
- 05.01.01 – Muhandislik geometriyasi va kompyuter grafikasi. Audio va video texnologiyalari
- 05.01.02 – Tizimli tahlil, boshqaruv va axborotni qayta ishlash
- 05.01.03 – Informatikaning nazariy asoslari
- 05.01.04 – Hisoblash mashinalari, majmualari va kompyuter tarmoqlarining matematik va dasturiy ta'minoti
- 05.01.05 – Axborotlarni himoyalash usullari va tizimlari. Axborot xavfsizligi
- 05.01.06 – Hisoblash texnikasi va boshqaruv tizimlarining elementlari va qurilmalari
- 05.01.07 – Matematik modellash
- 05.01.11 – Raqamli texnologiyalar va sun'iy intellekt
- 05.02.00 – Mashinasozlik va mashinashunoslik
- 05.02.08 – Yer usti majmualari va uchish apparatlari
- 05.03.02 – Metrologiya va metrologiya ta'minoti
- 05.04.01 – Telekommunikatsiya va kompyuter tizimlari, telekommunikatsiya tarmoqlari va qurilmalari. Axborotlarni taqsimlash
- 05.05.03 – Yorug'lik texnikasi. Maxsus yoritish texnologiyasi
- 05.05.05 – Issiqlik texnikasining nazariy asoslari
- 05.05.06 – Qayta tiklanadigan energiya turlari asosidagi energiya qurilmalari
- 05.06.01 – To'qimachilik va yengil sanoat ishlab chiqarishlari materialshunosligi
- 05.08.03 – Temir yo'l transportini ishlatish
- 05.08.06 – "G'ildirakli va gusenisali mashinalar va ularni ishlatish" (texnika fanlari)
- 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

RAQAMLI TRANSFORMATSIYA VA INNOVATSION IQTISODIYOT SHAROITIDA SANOATLASHUVNING USTUVOR YO'NALISHLARI.....	9
Erkayev Akrom Normuxammadovich	
ALIGNING NATIONAL AND INTERNATIONAL UNIVERSITY RANKING INDICATORS: A CROSSWALK METHODOLOGY.....	16
Mamajonova Mukhlisakhon Muzaffar kizi	
O'ZBEKISTONDA ENERGETIKA TIZIMINI RAQAMLASHTIRISH VA SAMARADORLIGINI OSHIRISHNING USTUVOR YO'NALISHLARI.....	28
Bobobekov Ergash Abdumalikovich	
QURILISH MATERIALLARI ISHLAB CHIQUARUVCHI KORXONALARDA INNOVATSION BOSHQARUVNI SHAKLLANTIRISH METODOLOGIYASINI RIVOJLANTIRISH	34
Fayzullayev Jonibek Mambetsaliy o'g'li	
SANOAT KORXONASINING ATROF-MUHIT VA AHOLI SOG'LIQLIGIGA TA'SIRINI BAHOLASH.....	40
Imomnazarov Farrux Saibjabbor o'g'li	
O'ZBEKISTON TIJORAT BANKLARIDA CHAKANA BANK XIZMATLARI RIVOJLANISHINING ZAMONAVIY HOLATI VA TAHLILI	44
Abdiraxmonov Farxod Arabboyevich	
MACHINE LEARNING-ASSISTED PREDICTION OF FIRE-RETARDANT AND PRESERVATIVE PERFORMANCE OF CHEMICALLY MODIFIED WOOD: AN ECO-FRIENDLY APPROACH.....	52
Usmanova Maftunakhon Abror qizi	
TEMIR YO'L AVTOMATIKA VA TELEMEXANIKA MAYDON QURILMALARINI MASOFAVIY NAZORAT QILISH ISHONCHLILIGINI UYALI ALOQA TEXNOLOGIYALARI ASOSIDA OSHIRISH.....	60
Botirov Abdulaziz Temir o'g'li	
QO'SHILGAN QIYMAT SOLIG'IDA NOL STAVKANI QO'LLASHNING O'ZIGA XOS XUSUSIYATLARI	66
A.A. Bobomurodov	
KERAMIKA ISHLAB CHIQUARISH KORXONALARIDA MEHNAT SHAROITLARINI SANITAR-GIGIYENIK VA INTEGRAL BAHOLASH («OZIQ-OVQAT STANDART KARTON» MCHJ TARKIBIDAGI «TOSHKENT KAFEL» KORXONASI MISOLIDA)	71
S. Sulaymanov, N.A. Erdonova	
PYTHON-BASED NUMERICAL ANALYSIS OF THE LOGISTIC POPULATION GROWTH MODEL	76
Berdiyev Shohjahon, Khayitova Fayza	
O'ZBEKISTONDA NORASMIY VA YASHIRIN IQTISODIYOT HAJMIGA SOLIQ OMILINING TA'SIRI: EKONOMETRIK TAHLIL	85
Fayziyeva Nargiza Rabimovna	
ISHLAB CHIQUARISH KICHIK BIZNESINI HUDUDIY JOYLASHTIRISH OMILLARI VA IXTISOSLASHUV YO'NALISHLARINI BAHOLASH	93
Salimov Burxoniddin	
OLIY TA'LIM TASHKILOTLARIDA AKADEMIK FAOLIYATNI BOSHQARISHNING TASHKILIY-IQTISODIY MEXANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISHNING DOLZARB MASALALARI	98
Ixtiyorov Bekzod Zulfiqor o'g'li	
CHUQUK O'RGANISH ARXITEKTURALARI ASOSIDA O'ZBEK TILIDAGI SOXTA XABARLARNI ANIQLASH ALGORITMINI ISHLAB CHIQUISH	105
Uzoqov Lochinbek Mamurjon o'g'li	
XIZMAT KO'RSATISH TARMOQLARIDA SUN'IY INTELLEKT TEXNOLOGIYALARI ASOSIDA INNOVATSION BOSHQARUV SAMARADORLIGINI OSHIRISH	111
Almanov Ilhom Sultonovich	



TIBBIY XIZMAT KO'RSATUVCHI KORXONALAR IQTISODIY SAMARADORLIGINI BAHOLASH METODIKASINI TAKOMILLASHTIRISH	118
O'roqov Firdavs Ortiqniyoz o'g'li	
TIBBIY XIZMAT KO'RSATUVCHI KORXONALAR IQTISODIY SAMARADORLIGINI BAHOLASH METODIKASINI TAKOMILLASHTIRISH	118
O'roqov Firdavs Ortiqniyoz o'g'li	
EKSPORTGA YO'NALTIRILGAN ISHLAB CHIQRISHNI MAXSUS IQTISODIY ZONALARDA RIVOJLANTIRISH STRATEGIYASI	125
Iskandarova Dilorom Xayrullayevna	
KORXONALARDA BULUTLI HISOBLASH TEXNOLOGIYALARIDAN FOYDALANISHNING GLOBAL VA MILLIY AMALIYOTI TAHLILI	130
Jumaev Sohib Baxodirovich	
YOSHLARNING RAQAMLI SAVODXONLIGINI IQTISODIY FAROVONLIKKA KONVERSIYA QILISHNING STRATEGIK BOSHQARUV MEKANIZMI	136
Palvonova Sevara Baxromovna	
QISHLOQ XO'JALIGI VAZIRLIGI TIZIMIDA INSON KAPITALINI BOSHQARISHNING AMALDAGI HOLATI TAHLILI	141
Djalilova Dilbar Abdikarim qizi	
ЗЕЛЁНАЯ ЭКОНОМИКА КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНОВ УЗБЕКИСТАНА: ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ И НАПРАВЛЕНИЯ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ.....	148
Mўminjonov Anvarbek Сайфитдин угли	
NOQISHLOQ XO'JALIGINING TOMORQA XO'JALIGI FAOLIYATIGA TA'SIRINI BAHOLASHDA ILMIY- USLUBIY YONDASHUVLAR	156
Nurullayev Ulug'bek	
TURIZM SOHASINI DAVLAT TOMONIDAN MOLIVAVIY QO'LLAB-QUVVATLASHDA SOLIQ IMTIYOZLARINING ROLI	161
Karimova Dilafruz Sadirdin qizi	
RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA KREATIV XIZMATLAR BOZORINING RIVOJLANISH TENDENSIYALARI VA ISTIQBOLLARI	166
Xamroyeva Sitara Otabekovna	
ОЦЕНКА ТЕХНИКО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ И ЭКОЛОГИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ФОТОЭЛЕКТРИЧЕСКОЙ СТАНЦИИ, ИНТЕГРИРОВАННОЙ С МАГИСТРАЛЬНЫМИ ВОДОКАНАЛАМИ.	172
Юлдошев Исроил, Ботиров Бозорбек, Жураев Обид, Курбанов Юнус, Хамдамова Ирода, Атоева Мохинур	
SOG'LIQNI SAQLASH TIZIMIDA KLINIK VA BOSHQARUV QARORLARINI QO'LLAB-QUVVATLOVCHI RAQAMLI PLATFORMALARNI RIVOJLANTIRISH	185
Turayeva Nafisa Odiljonovna	
BUDJET TASHKILOTLARIDA MOLIVAVIY XATO VA NOMUVOFIQLIKLARNING TARKIBIY KO'RINISHLARI HAMDA ULARNI ANIQLASH AMALIYOTI TAHLILI	190
Mulayev Farxod Alisherovich	
SANOATDA PORSHENLI KOMPRESSORLARNING TEXNIK-IQTISODIY SAMARADORLIGINI TA'MINLASHDA ASOSIY MUAMMOLAR TAHLILI	195
Abdixakimova Malika Amir qizi	
RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA TIBBIY INSON KAPITALINI RIVOJLANTIRISH: RAQAMLI KOMPETENSIYALAR VA TA'LIM TRANSFORMATSIYASI	207
Nazarov Baxrom Mustafayevich	
O'ZBEKISTONDA BARQAROR TURIZMNI RIVOJLANTIRISHNING TASHKILIY-IQTISODIY MEKANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISH	213
Qahramonova Maftuna Davronovna	



XIZMAT KO'RSATISH KORXONALARIDA SUN'IY INTELLEKT ASOSIDA MIJOZLARGA XIZMAT KO'RSATISH MEKANIZMINI TAKOMILLASHTIRISH	220
Jamalova Dilnoza Egamberdiyevna	
KO'P FAKTORLI AVTENTIFIKATSIYA VA KRIPTOGRAFIK HIMOYA MEKANIZMLARI ASOSIDA AXBOROT TIZIMLARI XAVFSIZLIGINI OSHIRISH	227
Babakulov Bekzod Mamatkulov	
AHOLIGA ALOQA VA AXBOROTLASHTIRISH XIZMAT KO'RSATISH TARMOG'INI TIZIMLI RIVOJLANTIRISHNING EMPIRIK TADQIQOTI	234
Nasrullayev Feruz	
SOLIQDAN BO'YIN TOVLASH HOLATLARINI KAMAYTIRISHDA SOLIQ TO'LOVCHILARNING SOLIQ XAVFINI BOSHQARISH METODOLOGIYASINI TAKOMILLASHTIRISH.....	238
Ismailov Bobir Salomovich	
ОБОСНОВАНИЕ ПАРАМЕТРОВ И РЕЖИМОВ РАБОТЫ ГИБРИДНОЙ СОЛНЕЧНО-КОТЕЛЬНОЙ СИСТЕМЫ ТЕПЛОСНАБЖЕНИЯ В КЛИМАТИЧЕСКИХ УСЛОВИЯХ САМАРКАНДСКОЙ ОБЛАСТИ..	245
Файзиев Зафар, Юзбаева Шохид	
O'ZBEKISTONDA DAVLAT-XUSUSIY SHERIKLIKNI RIVOJLANTIRISH: INSTITUTSIONAL ASOSLAR, INVESTITSIYAVIY IMKONIYATLAR VA IJTIMOY-IQTISODIY SAMARADORLIK.....	250
Sh. Qurbonova	
XULQ-ATVORGА ASOSLANGAN SUG'URTA KONSEPSIYASI ORQALI SUG'URTA TARIFLARINI PERSONALLASHTIRISH MEKANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISH.....	260
Xakimzoda Maftuna Yusuf qizi	
MILLIY IQTISODIYOTNI RIVOJLANTIRISHDA TURIZMNING O'RNI VA AHAMIYATI	265
N.K. Muxitdinova, Raxmatova Sevinch	
YUQORI TEXNOLOGIYALI SANOAT TARMOQLARIDA QO'SHILGAN QIYMATNI OSHIRISH MASALALARI: O'ZBEKISTON VA JANUBIY KOREYA TAJRIBASI MISOLIDA	269
Ashirmetova Ozoda Farxod qizi	
KINEMATIC SIMULATION OF SPINDLE AND PRESSING-SECTOR MOTION IN AN ELLIPTICAL-DRUM VERTICAL-SPINDLE COTTON PICKER.....	277
Rajapbayev Umidjon Alisher o'g'li	
O'ZBEKISTONDA INNOVATSION MAHSULOTLARGA ICHKI TALABNI SHAKLLANTIRISH VA ILMIY ISHLANMALARNI TIJORATLASHTIRISH MEKANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISH	283
Azizova Maliha Farrux qizi	
AGLOMERATSIYALAR VA YIRIK SHAHARLAR ATROFIDAGI HUDUDLARNI KOMPLEKS RIVOJLANTIRISHNING SHAHARSOZLIK MODEL I	290
Azamiddin Quldashev	
ZAMONAVIY SHAHARLAR EKOLOGIK INFRATUZILMASINING XALQARO STANDARTLAR ASOSIDA BARQAROR RIVOJLANISH MEKANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISH.....	295
Jo'rayev Muxriddin, Olimova Mohinur, Tugalov Bobur	
BYUDJET YO'QOTISHLARINING JARAYONLI LOKALIZATSIYASI: DAVLAT XARIDLARI TRANSAKSION SIKLINING XARITASI (PROCESS MAPPING).....	301
Jasur Nurmatov	
QUYOSH ENERGIYASI ASOSIDAGI ISSIQXONA MIKROIQLIMINI TA'MINLASH QURILMASINING PARAMETRLARI VA ISH REJIMLARINI OPTIMALLASHTIRISH.....	307
Qulboyev Zohid Xo'jamuradovich	
O'ZBEKISTON IQTISODIYOTIDA SANOATLASHUV DARAJASINING ZAMONAVIY HOLATI VA TARKIBIY O'ZGARISHLARI	312
Erkayev Akrom Normuxammadovich	
RIVOJLANGAN MAMLAKATLARDAGI HUDUDIY INVESTITSIYAVIY JOZIBADORLIKNI OSHIRISH VA INVESTITSIYALARNI JALB QILISHNING USTUVOR YO'NALISHLARI	317
Muxamadjanov Shaxriyor Solijon o'g'li	



ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ПРОЕКТНОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ И ЛИЗИНГА ДЛЯ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ	324
Исомов Б.С.	
ЭКСПЕРИМЕНТАЛЬНАЯ ВЕРИФИКАЦИЯ МАТЕМАТИЧЕСКОЙ МОДЕЛИ ИСПАРИТЕЛЬНОГО ОХЛАЖДЕНИЯ ФОТОЭЛЕКТРИЧЕСКОГО МОДУЛЯ В УСЛОВИЯХ ЖАРКОГО КЛИМАТА.....	330
Ботиров Бозорбек, Тураев Фарходжон	
KAM RESURSLI TILLARDAGI ILMIY JURNALLAR UCHUN METAMA'LUMOTLARNI AVTOMATIK EKSTRAKSIYA QILISH VOSITASI.....	336
Rashid Turgunbaev	
ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ПИЛЬНОГО ОЧИСТИТЕЛЯ ВОЛОКНА.....	342
Дадажанов Арафатали Комилжанович	
INVESTMENTS AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT	348
Yorqin Khudoyiberdiev	
INVESTMENTS AND SUSTAINABLE DEVELOPMENT	352
Yorqin Khudoyiberdiev	
TIJORAT BANKLARIDA MOLIVAVIY XIZMATLAR SAMARADORLIGIGA TA'SIR ETUVCHI OMILLARNI EMPIRIK TAHLIL QILISH	360
Ergashev Azizxon Avazxon o'g'li	
ELEKTRON BANK XIZMATLARINI AUDIT QILISHNING ZAMONAVIY USULLARI	365
To'rayeva Farida Rustam qizi	
AKSIYADORLIK JAMIYATLARIDA KAPITAL BOZORI VOSITALARI ORQALI MOLIVALASHTIRISH MEXANIZMINI TAKOMILLASHTIRISH	369
Qurbonov Javlonbek, Farxodova Aziza	
ЭФФЕКТИВНОСТЬ ВНЕДРЕНИЯ ЦИФРОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ТАМОЖЕННОЙ СЛУЖБЫ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН.....	374
Сейдеметова Эльмира Оралбай кизи	
TIJORAT BANKLARI KAPITALLASHUVI VA DAROMADLARINING PROGNOZI	378
Tursunov Mustafo Mirzayevich	
XIZMATLAR SOHASI SAMARADORLIGINI OSHIRISH VA AHOLI FAROVONLIGINI TA'MINLASHNI DAVLAT TOMONIDAN QO'LLAB-QUVVATLASHNING TASHKILIY-IQTISODIY MEXANIZMLARI.....	385
Raximov Zafar Komilovich	
KICHIK BIZNES SUBYEKTLARINING IQTISODIY FAOLLAGI DINAMIKASINI STATISTIK TAHLIL QILISH	392
Akbarova Barno Shuxratovna	
BARQAROR RIVOJLANISHNI TA'MINLASHDA KICHIK TADBIRKORLIK SUBYEKTLARINI STRATEGIK BOSHQARISH MEXANIZMLARI.....	398
Bazarov Diyor Gafurovich	
UZUN QOZIQLI BARABAN QOZIQLARI ILIB OLGAN PAXTA BO'LAKLARINING OG'ISH YOYINI ANIQLASH	406
R.K. Djamalov, Karimov Maxmud Raxmatovich	
TIJORAT BANKLARI OMONATLARINING MINTAQA IQTISODIYOTIGA TA'SIRI	411
Shodiyev Odiljon Salim o'g'li	
ORGANIK MEVA-SABZAVOTLARNI SOTISHDA MARKETING-REKLAMA MA'LUMOTLARI ALMASHISH TIZIMINI RAQAMLASHTIRISH VA INNOVATSION XIZMAT TURLARI	416
Shavqidinova Dilnavoz, Abror Mamasadikov	

ORGANIK MEVA-SABZAVOTLARNI SOTISHDA MARKETING-REKLAMA MA'LUMOTLARI ALMASHISH TIZIMINI RAQAMLASHTIRISH VA INNOVATSION XIZMAT TURLARI

Shavqidinova Dilnavoz

“TIQXMMI” Milliy tadqiqot universiteti
Iqtisodiyot kafedrası katta o'qituvchisi

Abror Mamasadikov

“TIQXMMI” Milliy tadqiqot universiteti
Iqtisodiyot kafedrası katta o'qituvchisi

Annotatsiya. Ushbu maqolada organik meva-sabzavotlarni sotish jarayonida marketing-reklama ma'lumotlari almashish tizimini raqamlashtirish va innovatsion xizmat turlarini kengaytirish masalalari tadqiq etilgan. Organik mahsulotlar bozorida xaridor ishonchi, mahsulotning kelib chiqishi, sertifikatlanganligi, sifati, narxi va yetkazib berish shartlari haqidagi axborotning ochiqligi muhim omil sifatida qaralgan. Tadqiqotda elektron marketpleyslar, Telegram-botlar, ijtimoiy tarmoqlar, QR-kodli markirovka, onlayn buyurtma, geolokatsiya asosidagi takliflar va raqamli sodiqlik xizmatlarining marketing imkoniyatlari tahlil qilingan. Organik mahsulotlar haqidagi ma'lumotlarni yagona raqamli muhitda shakllantirish fermerlar va iste'molchilar o'rtasidagi axborot almashinuvini tezlashtirishi, mahsulot haqidagi ishonchli ma'lumotga kirishni yengillashtirishi hamda sotuv jarayonini yaxshilashi asoslangan. Maqolada raqamli marketing-reklama samaradorligini baholash uchun shartli integral ko'rsatkich taklif etilgan. Shuningdek, kichik fermer xo'jaliklari uchun sodda va arzon raqamli xizmatlardan foydalanish imkoniyatlari yoritilgan.

Kalit so'zlar: organik mahsulotlar, meva-sabzavotlar, raqamli marketing, raqamli reklama, elektron marketpleys, QR-kod, onlayn savdo, axborot almashinuvi, innovatsion xizmatlar, fermer xo'jaligi.

Аннотация. В данной статье исследованы вопросы цифровизации системы обмена маркетингово-рекламной информацией в процессе реализации органических фруктов и овощей, а также расширения видов инновационных услуг. На рынке органической продукции открытость информации о доверии покупателей, происхождении продукции, её сертификации, качестве, цене и условиях поставки рассматривается как важный фактор. В исследовании проанализированы маркетинговые возможности электронных маркетплейсов, Telegram-ботов, социальных сетей, QR-кодированной маркировки, онлайн-заказов, предложений на основе геолокации и цифровых услуг лояльности. Обосновано, что формирование информации об органической продукции в единой цифровой среде может ускорить обмен информацией между фермерами и потребителями, облегчить доступ к достоверной информации о продукции и улучшить процесс продаж. В статье предложен условный интегральный показатель для оценки эффективности цифрового маркетинга и рекламы. Также рассмотрены возможности использования простых и доступных цифровых услуг для небольших фермерских хозяйств.

Ключевые слова: органическая продукция, фрукты и овощи, цифровой маркетинг, цифровая реклама, электронный маркетплейс, QR-код, онлайн-торговля, обмен информацией, инновационные услуги, фермерское хозяйство.

Abstract. This article examines the digitalization of the marketing and advertising information exchange system in the process of selling organic fruits and vegetables and the expansion of innovative services. In the organic products market, the transparency of information on consumer trust, product origin, certification, quality, price, and delivery conditions is considered an important factor. The study analyzes the marketing potential of electronic marketplaces, Telegram bots, social networks, QR-code labeling, online ordering, geolocation-based offers, and digital loyalty services. It is substantiated that the formation of information about organic products in a unified digital environment can accelerate information exchange between farmers and consumers, facilitate access to reliable product information, and improve the sales process. The article proposes a conditional integral indicator for assessing the effectiveness of digital marketing and advertising. The possibilities of using simple and affordable digital services for small farms are also highlighted.

Keywords: organic products, fruits and vegetables, digital marketing, digital advertising, electronic marketplace, QR code, online trade, information exchange, innovative services, farm enterprise.



KIRISH

Organik meva-sabzavotlar bozori oddiy qishloq xo'jaligi mahsulotlari bozoridan bir jihat bilan keskin farq qiladi: xaridor mahsulotning tashqi ko'rinishiga qarabgina qaror qabul qilmaydi. U mahsulot qanday yetishtirilgani, qaysi vositalardan foydalanilgani, sertifikat bor-yo'qligi, qayerdan kelgani va ishlab chiqaruvchining ishonchliligi haqida ham ma'lumot izlaydi. Demak, organik mahsulot sotuvda mahsulotning o'zi bilan birga uning tarixi ham sotiladi. Raqamli texnologiyalar mazkur jarayonni ancha o'zgartirmoqda. Ilgarilari fermer o'z mahsulotini asosan bozor, tanish xaridor yoki vositachi orqali taklif qilgan bo'lsa, hozir veb-sayt, elektron marketpleys, Telegram kanal, ijtimoiy tarmoq, QR-kod va raqamli to'lov vositalari orqali iste'molchiga to'g'ridan-to'g'ri chiqishi mumkin. FAO ham raqamli qishloq xo'jaligi xizmatlari kichik ishlab chiqaruvchilarning bozor axboroti va xaridorlar bilan aloqasini kuchaytirish imkoniyatiga ega ekanini ta'kidlaydi.[1]

O'zbekistonda organik meva-sabzavotlar yetishtirish hajmi kengayib borayotgan bir paytda ularni bozorga olib chiqish usullari ham yangilanishi talab etiladi. Bu yerda gap faqat reklama haqida emas. Fermer, sertifikatlash tashkiloti, logistika kompaniyasi, qayta ishlovchi korxona, savdo maydonchasi va iste'molchining ma'lumot almashinuvini bir raqamli muhitga yaqinlashtirish haqida bormoqda.

Maqolaning maqsadi organik meva-sabzavotlarni sotish jarayonida marketing-reklama ma'lumotlarini raqamli shaklda almashish imkoniyatlarini tahlil qilish va innovatsion xizmat turlarini ko'paytirishga qaratilgan takliflarni ishlab chiqishdan iborat.

MAVZUGA OID ADABIYOTLAR SHARHI

Marketing nazariyasida axborot xaridor qarorining muhim qismi sifatida qaraladi. Kotler va Kellerning yondashuviga ko'ra, zamonaviy marketing faqat mahsulotni reklama qilish emas, balki mijoz bilan qiymatga asoslangan munosabat o'rnatish jarayonidir.[2] Organik mahsulotlar bozorida bu fikr yanada muhim. Chunki organik mahsulotning asosiy ustunligi ko'p hollarda uning ko'zga ko'rinmaydigan xususiyatlarida bo'ladi. Yevropa Ittifoqining organik mahsulotlar bo'yicha yondashuvlarida ishlab chiqarish, qayta ishlash, markirovka va sertifikatlash jarayonlarining shaffofligiga katta e'tibor beriladi.[3] Xaridor uchun sertifikat, mahsulot kelib chiqishi va organik maqomini tasdiqlovchi ma'lumot ishonchni shakllantiradi.

Raqamli marketing bo'yicha tadqiqotlar esa iste'molchi bilan ikki tomonlama muloqotning ahamiyatini ko'rsatadi. Ijtimoiy tarmoqlarda reklama berishdan tashqari, sharhlar, savol-javoblar, video materiallar va real vaqtdagi muloqot xaridorning brendga munosabatini shakllantiradi.[4] Organik fermer uchun bu katta imkoniyat. U o'z dalasini, yetishtirish jarayonini, hosilni yig'ish va qadoqlash jarayonlarini ko'rsatib, mahsulot haqidagi quruq reklamadan ko'ra ishonarliroq axborot bera oladi.

Raqamlashtirishning yana bir muhim tomoni — ma'lumotlarni bir marta kiritib, bir nechta kanallarda ishlatish imkoniyatidir. Masalan, fermer organik olma haqidagi ma'lumotni elektron platformaga joylashtirsa, unda mahsulot nomi, navi, hosil miqdori, sertifikat ma'lumoti, narxi, qadoq turi va yetkazib berish imkoniyati aks etishi mumkin. Keyin ushbu ma'lumot veb-saytdagi e'lon, Telegram xabari, QR-kod yoki xaridorga yuboriladigan elektron taklifda qo'llanadi.

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Tadqiqotda tizimli yondashuv, qiyosiy tahlil, kontent-tahlil, raqamli marketing vositalarini funksional baholash va ekspertlik yondashuvi elementlaridan foydalanildi. Organik meva-sabzavotlarni sotish jarayoni shartli ravishda uchta axborot oqimiga ajratildi: ishlab chiqaruvchidan bozorga, bozordan iste'molchiga va iste'molchidan ishlab chiqaruvchiga qaytadigan ma'lumotlar. Marketing-reklama tizimining samaradorligini baholashda qamrov, ma'lumotning yangilanish tezligi, xaridor bilan muloqot imkoniyati, mahsulot haqidagi ma'lumotning ishonchliligi va sotuvga ta'sir kabi mezonlar hisobga olindi (1-jadval).

1-jadval.

Organik meva-sabzavotlar marketingida raqamli axborot kanallarining imkoniyatlari

Raqamli kanal	Asosiy vazifa	Fermer uchun foyda	Xaridor uchun foyda
Elektron marketpleys	Mahsulotni sotish va reklama qilish	Keng bozorga chiqish	Mahsulotlarni solishtirish
Telegram kanal/bot	Tezkor axborot va buyurtma qabul qilish	Doimiy auditoriya bilan aloqa	Tez savol berish va buyurtma qilish



QR-kod	Mahsulot haqida to'liq ma'lumot berish	Ishonchni oshirish	Sertifikat va kelib chiqishini tekshirish
Ijtimoiy tarmoqlar	Brend va mahsulotni tanitish	Yangi mijozlarni jalb qilish	Foto, video va sharhlarni ko'rish
SMS/e-mail xabarlar	Aksiyalar va yangi hosil haqida xabar berish	Takroriy sotuvni kuchaytirish	Shaxsiy taklif olish

1-jadvaldan ko'rinib turibdiki, har bir kanalning vazifasi bir xil emas. Telegram tezkor muloqot uchun qulay bo'lsa, QR-kod mahsulot haqidagi ishonchli ma'lumotni yetkazishga xizmat qiladi. Marketpleys esa sotuvning o'ziga yaqinroq turadi. Bir kanalga ortiqcha tayanish o'rniga, ularni o'zaro bog'lash raqamli marketingning ta'sirini kuchaytiradi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Organik meva-sabzavotlar sotuvida raqamlashtirishni faqat internetda reklama joylashtirish sifatida tushunish cheklangan yondashuv bo'ladi. Asosiy o'zgarish ma'lumot harakatining tezligi va shaklida yuz beradi. Tasavvur qilaylik, fermerda 3 tonna organik olma bor. U oddiy e'londa «organik olma sotiladi» deb yozishi mumkin. Bu xabar xaridorga mahsulotning qayerda yetishtirilgani, qaysi nav ekani yoki sertifikati haqida deyarli hech narsa aytmaydi. Raqamli mahsulot kartochkasida esa fermer xo'jaligi nomi, hosil yig'ilgan sana, mahsulot navi, sertifikat raqami, qadoq hajmi, narx, yetkazib berish hududi va aloqa ma'lumotlari berilishi mumkin. Farq sezilarli (2-jadval).

2-jadval.

Organik mahsulot reklama ma'lumotlarining tavsiya etiladigan raqamli tarkibi

Ma'lumot turi	Mazmuni	Xaridor qaroriga ta'siri
Mahsulot nomi	Meva yoki sabzavot nomi, navi	Tanlashni osonlashtiradi
Organik maqom	Sertifikat, sertifikatlovchi tashkilot	Ishonchni oshiradi
Kelib chiqishi	Viloyat, tuman, fermer xo'jaligi	Mahsulot manbasini aniqlaydi
Yetishtirish ma'lumoti	Yetishtirish usuli va yig'im sanasi	Sifat haqida tasavvur beradi
Narx	1 kg, quti yoki partiya narxi	Xaridni rejalashtirishga yordam beradi
Logistika	Yetkazib berish hududi va muddati	Buyurtma berishni yengillashtiradi
Foto va video	Mahsulot va ishlab chiqarish jarayoni	Vizual ishonchni kuchaytiradi
QR-kod	Qo'shimcha raqamli ma'lumotga havola	Axborotga tez kirish imkonini beradi

Ushbu yondashuvda reklama oddiy «sotaman» xabaridan mahsulot pasportiga o'xshash raqamli axborot vositasiga aylanadi. Bu ayniqsa organik mahsulotlar uchun ahamiyatli, chunki ularning qiymati sifat va ishlab chiqarish usuli haqidagi ma'lumot bilan bevosita bog'langan. Innovatsion xizmatlar masalasi ham shu nuqtada paydo bo'ladi. Elektron savdo platformasida faqat mahsulot rasmini joylashtirish yetarli emas. Xaridorga mahsulotni oldindan buyurtma qilish, mavsumiy hosil haqida xabar olish, yetkazib berish vaqtini tanlash, elektron to'lov qilish, QR-kod orqali sertifikatni ko'rish kabi xizmatlar taklif etilsa, platforma oddiy reklama maydonchasidan raqamli savdo ekotizimiga aylanadi (3-jadval).

3-jadval.

Organik mahsulotlar uchun innovatsion raqamli xizmatlar

Xizmat	Ishlash mexanizmi	Kutiladigan natija
Aqlli mahsulot kartochkasi	Mahsulot haqidagi ma'lumotlar yagona profilda saqlanadi	Xaridor ishonchi oshadi
QR-kodli markirovka	Qadoqdagi kod orqali raqamli ma'lumot ochiladi	Shaffoflik kuchayadi
Onlayn oldindan buyurtma	Hosil yetilishidan avval buyurtma qabul qilinadi	Sotuv rejalashtiriladi
Geolokatsiya asosida taklif	Xaridor hududiga yaqin mahsulotlar chiqariladi	Logistika xarajatlari kamayadi
Raqamli sodiqlik dasturi	Doimiy xaridorlarga bonus va shaxsiy takliflar	Takroriy xarid ko'payadi



Chat-bot maslahati	Savollarga avtomatik javob berish	Mijozga xizmat tezlashadi
Elektron fermer tarixi	Xo'jalik va mahsulot haqida ochiq profil	Brend ishonchliligi kuchayadi

3-Jadvaldagi xizmatlar ichida raqamli fermer profili alohida qiziqish uyg'otadi. Fermer faqat mahsulot sotuvchisi emas, balki raqamli brend egasiga aylanadi. Uning xo'jaligi, yetishtirish usuli, mahsulot turlari, sertifikatlar va xaridorlar fikrlari bir joyda saqlanadi. Ma'lumot almashish tizimida yana bir muhim masala — ma'lumotlarning dolzarbligi. Hosil sotilib bo'lgan bo'lsa, eski e'lon internetda turishi xaridorni chalg'itadi. Narh o'zgarsa ham xuddi shunday holat yuzaga keladi. Demak, raqamli platformada mahsulot qoldig'i, narx va mavjud partiyani yangilash imkoniyati bo'lishi kutilgan natijani beradi.

Raqamli reklama samarasini baholash uchun ham aniq ko'rsatkichlardan foydalanish mumkin. Masalan, e'lonni ko'rganlar sonining o'zi yetarli emas. Qancha kishi mahsulot kartochkasini ochgani, qanchasi buyurtma bergani, qaysi reklama kanali ko'proq xaridor olib kelgani va qaysi mahsulotga qiziqish yuqori bo'lgani kuzatiladi. Bu ma'lumot fermerga keyingi mavsumda nimani va kimga sotishni tushunishga yordam beradi. Bu yerda katta korxona bilan kichik fermerning imkoniyatlari bir xil emasligini ham hisobga olish kerak. Kichik xo'jalik uchun murakkab CRM tizimi qimmat va noqulay bo'lishi mumkin. Unga sodda mahsulot kartochkasi, Telegram-bot, QR-kod va elektron buyurtma xizmati ham katta o'zgarish olib keladi. Raqamlashtirishning qiymati texnologiyaning murakkabligi bilan emas, uning amaliy foydasi bilan o'lchanadi.

Organik mahsulotlar bozorida raqamli marketingning yana bir istiqbolli yo'nalishi — iste'molchi ma'lumotlaridan foydalanish. Qaysi meva ko'proq qidirilayotgani, qaysi hududda talab yuqoriligi, qaysi narx oralig'ida buyurtmalar ko'payishi haqidagi ma'lumotlar fermerning ishlab chiqarish qarorlariga ta'sir qilishi mumkin. Bu yerda shaxsiy ma'lumotlarni himoya qilish va foydalanuvchi roziligiga amal qilish alohida ahamiyat kasb etadi.[5]

Raqamli tizimning samaradorligi quyidagi shartli ko'rsatkich orqali ham baholanishi mumkin:

$$MRS = (Q + I + S + X) / 4$$

bu yerda:

MRS — marketing-reklama samaradorligi indeksi;

Q — raqamli kanal qamrovi;

I — axborotning ishonchliligi;

S — sotuvga konversiya darajasi;

X — xaridor bilan muloqot faolligi.

Har bir ko'rsatkich 0 dan 100 ballgacha baholansa, indeks raqamli marketing tizimining umumiy holatini solishtirishga xizmat qiladi. Masalan, qamrov yuqori, lekin sotuvga aylanish past bo'lsa, muammoni reklama hajmidan emas, mahsulot kartochkasi, narx, ishonch yoki logistikadan izlash mumkin. Aytaylik, organik meva-sabzavotlarni sotishga mo'ljallangan raqamli platformada:

Q = 80 ball — raqamli kanallar qamrovi;

I = 90 ball — axborotning ishonchliligi;

S = 70 ball — reklama orqali sotuvga aylanish darajasi;

X = 80 ball — xaridorlar bilan muloqot faolligi.

Shunda:

$$MRS = (80 + 90 + 70 + 80) / 4 = 320 / 4 = 80 \text{ ball.}$$

Demak, raqamli marketing-reklama tizimining samaradorlik indeksi 80 ballni tashkil etadi. Bu shartli baholashda tizim samaradorligi yuqori darajada ekanini anglatadi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Organik meva-sabzavotlarni sotishda raqamli marketingning vazifasi mahsulot haqida ko'proq reklama berish bilan cheklanmaydi. Asosiy masala — fermer va xaridor o'rtasida ishonchli, tezkor va foydali ma'lumot almashinuvini shakllantirishdir. Mahsulotning nomi, narxi va rasmi bilan birga uning kelib chiqishi, sertifikati, yetishtirish usuli, yig'im sanasi va yetkazib berish shartlari ham raqamli axborotning bir qismiga aylanadi. Elektron marketpleyslar, Telegram-botlar, QR-kodli markirovka, onlayn oldindan buyurtma, geolokatsiya asosidagi takliflar va raqamli sodiqlik dasturlari organik mahsulotlar sotuvini ancha qulaylashtirishi mumkin. Bunday xizmatlar fermerning bozorga chiqish imkoniyatini kengaytiradi, xaridorga esa mahsulot haqida qaror qabul qilish uchun ko'proq ma'lumot beradi.

O'zbekiston sharoitida eng katta imkoniyatlardan biri — mavjud raqamli platformalarni o'zaro ma'lumot almashadigan tizimga yaqinlashtirishdir. Fermer bir ma'lumotni bir necha marta kiritib o'tirmasligi, xaridor



esa turli manbalardan parcha-parcha axborot izlamasligi kerak. Raqamli xizmat qancha sodda bo'lsa, uning amaliyotga kirib borishi ham shuncha oson kechadi. Eng muhimi, organik mahsulotning raqamli imiji real sifatdan uzilib qolmasligi shart. Chiroyli reklama xaridorni bir marta jalb qilishi mumkin. Ishonchli ma'lumot va yaxshi mahsulot esa uni qayta olib keladi. Organik meva-sabzavotlar bozorida raqamli marketingning haqiqiy qiymati ham aynan shu yerda namoyon bo'ladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. FAO. (2022). *The State of Food and Agriculture 2022: Leveraging automation in agriculture for transforming agrifood systems*. Rome: Food and Agriculture Organization of the United Nations.
2. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson.
3. European Parliament & Council of the European Union. (2018). *Regulation (EU) 2018/848 on organic production and labelling of organic products*. *Official Journal of the European Union*.
4. Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (7th ed.). Pearson.
5. OECD. (2020). *Digital opportunities for better agricultural policies*. OECD Publishing.
6. Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (7th ed.). Pearson.
7. European Parliament & Council of the European Union. (2018). *Regulation (EU) 2018/848 of the European Parliament and of the Council of 30 May 2018 on organic production and labelling of organic products*. *Official Journal of the European Union*, L 150, 1–92.
8. FAO. (2022). *The State of Food and Agriculture 2022: Leveraging automation in agriculture for transforming agrifood systems*. Food and Agriculture Organization of the United Nations.
9. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing management* (15th ed.). Pearson Education.
10. OECD. (2020). *Digital opportunities for better agricultural policies*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/571a0812-en>

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. № 8

© 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