

MUHANDISLIK

& IQTISODIYOT

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

2026-YIL
SENTYABR / 9-SON, I-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, sentyabr.

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 (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

ASOSIY VOSITALARNING DASTLABKI QIYMATINI SHAKLLANTIRISHNING XALQARO STANDARTLAR ASOSIDAGI METODIKASINI TAKOMILLASHTIRISH.....	9
Nematova Dilnoza Azamatovna	
TIJORAT BANKLARIDA MIJOZGA YO'NALTIRILGAN BIZNES-JARAYONLARINI TRANSFORMATSIYA QILISHNING HOZIRGI HOLATI.....	15
Erdonayev Aliqul Xalimovich	
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ГОСТИНИЧНЫМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ НА ОСНОВЕ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ МЕХАНИЗМОВ В УЗБЕКИСТАНЕ	23
Нигматова Сугдиена Жалолиддин кизи	
SANOAT KORXONALARINING RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISHDA ZAMONAVIY MARKETING MEKANIZMLARIDAN FOYDALANISH.....	29
Bazarova Mamlakat Supiyevna	
XORIJIY ILMIY STAJIROVKALARNI TASHKIL ETISH JARAYONLARINI RAQAMLASHTIRISHNING TIZIMLI TAHLILI VA KONSEPTUAL MODEL.....	33
Tojiyev S.A., Mashg'ulotov J.A., Usmonov U.M.	
HUDUDLAR IQTISODIYOTIDAGI NOMUTANOSIBLIK LARNI BARTARAF ETISHNING INSTITUTSIONAL VA IQTISODIY MEKANIZMLARI.....	44
Toshov Mirzabek Hakimovich	
O'ZBEKISTONDA YENGIL SANOAT KORXONALARINING EKSPORT SALOHİYATINI OSHIRISH	50
O'rinova Umida Qodirjonovna	
QISHLOQ XO'JALIGIDA ULTRABINAFSHA C NURLANISH TEXNOLOGIYALARINING QO'LLANILISHI: ZAMONAVIY HOLATI, SAMARADORLIGI VA RIVOJLANISH ISTIQBOLLARI	54
Ibroximov Sanjarbek, Nematov Nurillo, Xakimov Dilmurod	
TEKNOGEN CHIQINDILAR ASOSIDA MNA-1 VA MNA-2 FAOL KIMYOVIY QO'SHIMCHALARINI SINTEZ QILISH VA SEMENT XAMIRINING REOLOGIK KO'RSATKICHLARINI BOSHQARISH.....	64
Muhamedov Nodir Abdug'aniyevich	
IKKI TOMONLAMA TA'MINLANADIGAN ASINXRON GENERATOR ASOSIDAGI SHAMOL ENERGETIKA TIZIMINI MATEMATIK MODELASHTIRISH VA VEKTORLI BOSHQARISHNI TADQIQ ETISH.....	69
To'ychiyev Furqat, Rashidov Nuralibek, Abduxalilov Abdumannop	
СЕЙСМОСТОЙКОСТЬ МАЛОЭТАЖНОГО ЗДАНИЯ С ПУЛТРУЗИОННЫМ СТЕКЛОПЛАСТИКОВЫМ КАРКАСОМ И ДЕФОРМАЦИОННО-РАЗВЯЗНЫМИ 3D-ПЕЧАТНЫМИ СТЕНАМИ.....	80
Акбаров Дильшод, Акрамов Хуснитдин	
LEGIRLANGAN SILIKAT SHISHADA ZEEBEK EFFEKTIGA MNO_2 TA'SIRI	90
Soliyev Muxammadyor, Tursunova Rushana	
TIJORAT BANKLARI KREDITLASH AMALIYOTI SAMARADORLIGINI PROGNOZLASH.....	99
Eshboyev Shahobiddin Anorqul o'g'li	
O'ZBEKISTONDA ELEKTRON TIJORAT SUBYEKTLARINI SOLIQQA TORTISH TIZIMINI RAQAMLI TRANSFORMATSIYA SHAROITIDA TAKOMILLASHTIRISH YO'NALISHLARI	107
Homidov Baxtiyor Rahimberdievich	
UNIVERSITET INSON KAPITALINI SHAKLLANTIRISH EKOTIZIMI SIFATIDA: DUNYO VA O'ZBEKISTONDA TA'LIM SIYOSATINING EVOLYUTSIYASI	114
Sabirov Alisher, Oqmullayev Ravshanjon	
PUTUR YETKAZMASDAN TEKSHIRISH LABORATORIYALARINI AKKREDITATSIYALASHDA STANDARTLASHTIRISH TALABLARINING AHAMIYATI.....	122
Axmedov G'ayratjon Maxmudjonovich	



QURILISH SANOATI KORXONALARIDA KORPORATIV BOSHQARUV SAMARADORLIGINI BAHOLASHNING ZAMONAVIY USULLARI VA KO'RSATKICHLAR TIZIMI	129
G'iyosov Ilxom Karimovich	
KORXONALARDA INNOVATSIYALARNI BOSHQARISH: G'OYALARNI TIJORIYLASHTIRISHNING SAMARALI MEXANIZMLARI	137
Baymuradov Shoxrux, Dilmurodov Komiljon	
DAVLAT BUDJETI BARQARORLIGI VA UNGA TA'SIR ETUVCHI OMILLAR KLASSIFIKATSIYASI	142
Gadoyeva Nilufar Erkinovna	
KORXONALARDA EKSPORT SALOHİYATINI OSHIRISHDA INNOVATSION MARKETING TEKNOLOGIYALARIDAN SAMARALI FOYDALANISH	148
Ikramova Nasiba Axmadovna	



KORXONALARDA EKSPORT SALOHIYATINI OSHIRISHDA INNOVATSION MARKETING TEXNOLOGIYALARIDAN SAMARALI FOYDALANISH

Ikramova Nasiba Axmadovna

Osiyo xalqaro universiteti

Iqtisodiyot kafedrası o'qituvchisi

ORCID:0009-0009-6320-9411

E-mail: nasibaikramova87@gmail.com

Annotatsiya. Maqolada korxonalarning eksport salohiyatini oshirishda innovatsion marketing texnologiyalaridan foydalanish masalalari tizimlashtirilgan holda yoritilgan. Elektron savdo platformalari, raqamli kontent va brending, ijtimoiy tarmoqlardagi targetli marketing, marketing tahlili (Big Data) hamda sun'iy intellektga asoslangan avtomatlashtirilgan marketing vositalari eksport yo'nalishidagi korxonalar uchun institutsional-uslubiy asosda tizimlashtirilgan. Korxona darajasidagi innovatsion marketing tayyorligini kompleks o'lchash uchun «EKSPORT» (7E) uslubiyati ishlab chiqilgan. Uslubiyat korxonaning raqamli marketing mexanizmini yettita blok-mezon kesimida baholaydi, chiziqli min-maks normallashtirish va iyerarxialarni tahlil qilish usuliga (AHP) tayanadi hamda korxonalarni A/B/C/D guruhlariga tabaqalashtirib, har biri uchun boshqaruv qarorini belgilaydi [1][2][6].

Kalit so'zlar: eksport salohiyati, innovatsion marketing, raqamli marketing texnologiyalari, elektron tijorat, tashkiliy-iqtisodiy mexanizm, integral indeks, EKSPORT uslubiyati, iyerarxialarni tahlil qilish, korxonalarni tasniflash.

Аннотация. В статье систематизированно освещены вопросы использования инновационных маркетинговых технологий в повышении экспортного потенциала предприятий. Электронные торговые платформы, цифровой контент и брендинг, таргетированный маркетинг в социальных сетях, маркетинговая аналитика (Big Data), а также автоматизированные маркетинговые инструменты на основе искусственного интеллекта систематизированы на институционально-методической основе применительно к предприятиям, ориентированным на экспорт. Для комплексной оценки готовности предприятия к применению инновационного маркетинга разработана методика «ЭКСПОРТ» (7Е). Методика оценивает механизм цифрового маркетинга предприятия по семи блокам-критериям, основывается на линейной min–max нормализации и методе анализа иерархий (АHP), а также дифференцирует предприятия по группам А/В/С/Д и определяет соответствующее управленческое решение для каждой из них [1][2][6].

Ключевые слова: экспортный потенциал, инновационный маркетинг, цифровые маркетинговые технологии, электронная коммерция, организационно-экономический механизм, интегральный индекс, методика «ЭКСПОРТ», метод анализа иерархий, классификация предприятий.

Abstract. The article systematically examines the use of innovative marketing technologies in enhancing the export potential of enterprises. E-commerce platforms, digital content and branding, targeted marketing on social media, marketing analytics (Big Data), and automated marketing tools based on artificial intelligence are systematized within an institutional and methodological framework for export-oriented enterprises. The "EXPORT" (7E) methodology has been developed to comprehensively assess an enterprise's readiness for innovative marketing. The methodology evaluates the enterprise's digital marketing mechanism across seven criterion blocks, relies on linear min–max normalization and the Analytic Hierarchy Process (AHP), and classifies enterprises into A/B/C/D groups, defining an appropriate managerial decision for each group [1][2][6].

Keywords: export potential, innovative marketing, digital marketing technologies, e-commerce, organizational and economic mechanism, integral index, EXPORT methodology, Analytic Hierarchy Process, enterprise classification.



KIRISH

Bugungi kunda milliy iqtisodiyotning tashqi bozorlardagi raqobatbardoshligini oshirishda korxonalarning eksport salohiyatini rivojlantirish ustuvor vazifalardan biri hisoblanadi. So'nggi besh yil ichida O'zbekistonda eksport qiluvchi korxonalar soni 4500 tadan 7200 taga ko'paydi, eksport qilinayotgan mahsulot turlari 1500 dan qariyb 3000 taga yetdi, eksport geografiyasi 139 ta mamlakatdan 164 taga kengaydi, tayyor mahsulot eksporti esa ikki barobar oshib, uning umumiy eksportdagi ulushi 50 foizdan 65 foizga yetdi [4]. Bu ko'rsatkichlar o'sishi bilan bir qatorda, korxonalarning xalqaro bozorlarda mustahkam o'rin egallashi ularning marketing faoliyatini raqamli asosda tashkil etish darajasiga bevosita bog'liq bo'lib bormoqda.

An'anaviy marketing usullari (ko'rgazmalarda ishtirok etish, vositachilar orqali savdo, bosma reklama) xalqaro bozorda mahsulotni tanitish uchun yetarli bo'lmay qolmoqda, chunki xorijiy xaridorlarning katta qismi qaror qabul qilishdan oldin elektron katalog, marketpleys reytingi va raqamli kontent orqali mahsulot bilan tanishadi. Shu sababli innovatsion marketing texnologiyalaridan — elektron tijorat platformalaridan, ijtimoiy tarmoqlardagi targetli reklamadan, marketing tahlili vositalaridan hamda sun'iy intellektga asoslangan avtomatlashtirishdan — samarali foydalanish eksport salohiyatini realizatsiya qilishning zamonaviy sharti hisoblanadi.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi" hamda "2022–2026-yillarda O'zbekiston Respublikasining innovatsion rivojlanish strategiyasini tasdiqlash to'g'risida"gi PF-165-son Farmonida raqamli texnologiyalarni ishlab chiqarish va eksport jarayonlariga joriy etish, xususan, elektron tijorat va raqamli marketing infratuzilmasini rivojlantirish ustuvor yo'nalish sifatida belgilangan [1][2]. Amaliyotda esa mahalliy eksportyor korxonalar allaqachon sheriklarni topish va marketingni yo'lga qo'yishda sun'iy intellekt texnologiyalaridan foydalanishni boshlagan — xususan, to'qimachilik sohasidagi bir qator korxonalar xalqaro elektron savdo platformalari (Amazon, Shopify) bilan ishlash tajribasini shakllantirmoqda [11]. Mazkur vazifalarning samarali amalga oshirilishi korxona darajasida innovatsion marketing texnologiyalaridan foydalanish samaradorligini o'lchashning ilmiy-uslubiy asoslarini talab qiladi.

MAVZUGA OID ADABIYOTLAR SHARHI

Sh. D. Ergashxodjayevaning ta'rificha, innovatsion marketing — yangi tovarlar yoki xizmatlarni yaratish, kengaytirish va qo'llab-quvvatlashga yo'naltirilgan marketing texnologiyalari majmuidir [5]. Xorijiy bozorlarda an'anaviy marketing tadqiqotlarini o'tkazish qiyinchiliklarga duch kelishi sababli, dunyo bozorlariga chiqishda innovatsion marketing texnologiyalaridan samarali foydalanish talab etiladi. M. J. Uzoqov va J. M. Juraboyev to'qimachilik korxonalari misolida marketing xizmatlaridan foydalanishning eksport salohiyatini kuchaytirishdagi rolini asoslab bergan [6], D. M. Usmonova esa marketing strategiyalarini tanlash bilan eksport o'sishi o'rtasidagi bog'liqlikni AHP va SEM usullari asosida tahlil qilib, marketing ko'nikmalarini rivojlantirishning eng muhim omil ekanligini aniqlagan [9].

Innovatsion marketing texnologiyalarini shartli ravishda beshta yo'nalishga guruhlash mumkin. Birinchi vosita — elektron tijorat platformalari integratsiyasi: mahalliy mahsulotlarni xalqaro marketpleyslarga (Amazon, Alibaba, eBay) joylashtirish, elektron katalog va onlayn-do'kon yaratish. Ikkinchi vosita — raqamli kontent va brending strategiyasi: mahsulot va brend haqida sifatli video, infografika va ko'p tilli veb-kontent yaratish, xalqaro vizual standartlarga moslashtirish. Uchinchi vosita — ijtimoiy tarmoqlar va SMM faolligi: LinkedIn, Instagram, TikTok kabi platformalarda maqsadli auditoriyaga qaratilgan (targetli) reklama va kontent-marketing. To'rtinchi vosita — marketing tahlili va ma'lumotlarga asoslangan qarorlar (Data-Driven Marketing): bozor tendensiyalari, raqobatchilar va iste'molchi xatti-harakatini o'rganish uchun analitik vositalardan (vab-analitika, CRM tizimlari) foydalanish. Beshinchi vosita — sun'iy intellekt va avtomatlashtirilgan marketing texnologiyalari (MarTech): chatbotlar, AI-personalizatsiya, xalqaro sheriklarni avtomatik qidirish tizimlari. Bu vositalarning umumiy xususiyati — ular an'anaviy marketingga nisbatan tezroq natija beradi, lekin raqamli infratuzilma va malakali kadrlar mavjudligini talab qiladi; shu bois har biri uchun mas'ul yo'nalish va o'lchanadigan natija ko'rsatkichi belgilanishi zarur (1-jadval).



1-jadval
Innovatsion marketing texnologiyalari tizimi

Texnologiya	Mazmuni	Mas'ul yo'nalish	Natija ko'rsatkichi
Elektron tijorat platformalari	Marketpleyslarga integratsiya, onlayn-katalog yaratish	Marketing bo'limi, IT xizmati	Onlayn savdo hajmi ulushi
Raqamli kontent va branding	Ko'p tilli video, infografika, veb-kontent yaratish	Marketing va dizayn bo'limi	Brend tanilish darajasi, sayt trafigi
Ijtimoiy tarmoqlar (SMM)	Targetli reklama, kontent-marketing	SMM mutaxassislari	Obunachilar va konversiya darajasi
Marketing tahlili (Data-Driven)	Veb-analitika, CRM, bozor tadqiqoti	Analitika bo'limi	Konversiya va ROI ko'rsatkichlari
Sun'iy intellekt / MarTech	Chatbot, AI-personalizatsiya, sheriklarni avtomatik qidirish	IT va marketing bo'limi hamkorligi	Mijoz jalb qilish xarajatining pasayishi

Manba: muallif tomonidan ishlab chiqilgan.

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Korxona darajasida innovatsion marketing texnologiyalaridan foydalanish samaradorligini kompleks baholash uslubiyatini ishlab chiqish zarurati mavjud yondashuvlarning uchta cheklovidan kelib chiqadi. Birinchidan, eksport salohiyatini baholashning an'anaviy usullari (ishlab chiqarish quvvati, moliyaviy holat, mahsulot sifati ko'rsatkichlari) korxonaning raqamli marketing tayyorligini alohida o'lchamaydi. Ikkinchidan, xorijiy raqamli marketing yetuklik modellari rivojlangan elektron tijorat infratuzilmasiga va boy raqamli statistikaga tayanadi, mahalliy sharoitda esa marketpleyslarga chiqish tajribasining yangi shakllanayotganligi ularni bevosita qo'llashni qiyinlashtiradi. Uchinchidan, milliy amaliyotda tarqalgan eksport salohiyati modellari (masalan, ishlab chiqarish resurslari va sertifikatlash darajasiga asoslangan yondashuvlar) marketing texnologiyalaridan foydalanish samaradorligini alohida mezon sifatida ajratmaydi [7][10].

Taklif etilayotgan uslubiyat korxonaning raqamli marketing mexanizmini yettita blok-mezon kesimida baholaydi; bloklarning nomlanishi "EKSPORT" so'zining harflariga mos keltirilgan (2-jadval).

2-jadval
«EKSPORT» (7E) uslubiyatining blok-mezonlari va vaznlari

Blok	Nomi	Mazmuni	Vazni
E	Elektron savdo integratsiyasi	Marketpleys ulanishi, onlayn-do'kon holati, xalqaro to'lov tizimlariga ulanish	0,15
K	Kontent va branding	Ko'p tilli kontent sifati, brend vizual identifikatsiyasi	0,15
S	SMM va raqamli reklama faolligi	Ijtimoiy tarmoqlardagi faollik, targetli reklama byudjeti	0,15
P	Personalizatsiya va CRM	Mijozlar bazasi bilan ishlash, CRM tizimidan foydalanish	0,15
O	Onlayn tahlil (Data Analytics)	Veb-analitika, konversiya va ROI kuzatuvi	0,15
R	Raqobat va bozor tadqiqoti	Xorijiy bozor va raqobatchilar tahlili	0,10
T	Texnologik integratsiya (AI/MarTech)	Avtomatlashtirish, sun'iy intellekt vositalaridan foydalanish	0,15

Manba: muallif ishlanmasi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Uslubiyatning hisoblash vositalari besh qadamdan iborat. Birinchi qadamda har bir blok bo'yicha 3–4 tadan, jami 24 ta xususiy ko'rsatkich shakllantiriladi. Masalan, Elektron savdo integratsiyasi bloki marketpleyslardagi faol hisoblar sonini, onlayn savdo hajmining umumiy sotuvdagi ulushini va xalqaro to'lov tizimlariga ulanganlikni o'z ichiga oladi. SMM va raqamli reklama bloki ijtimoiy tarmoqlardagi obunachilar sonining o'sish sur'atini, targetli reklama byudjetining marketing xarajatlaridagi ulushini va konversiya darajasini qamrab oladi. Texnologik integratsiya bloki esa CRM/MarTech tizimlaridan foydalanish darajasini, avtomatlashtirilgan jarayonlar ulushini va IT-marketing xodimlari malakasini hisobga oladi.



Ikkinchi qadamda turli o'lchov birliklaridagi ko'rsatkichlar chiziqli min-maks usulida qiyoslanadigan shkalaga keltiriladi. Rag'batlantiruvchi ko'rsatkichlar uchun:

$$\tilde{x}_{ij} = (x_{ij} - x_{j,\min}) / (x_{j,\max} - x_{j,\min}), \quad (1)$$

destimulyator ko'rsatkichlar uchun esa:

$$\tilde{x}_{ij} = (x_{j,\max} - x_{ij}) / (x_{j,\max} - x_{j,\min}), \quad (2)$$

bu yerda: x_{ij} — i-korxonaning j - ko'rsatkichi; $x_{j,\min}$ va $x_{j,\max}$ — tanlanma bo'yicha minimal va maksimal qiymatlar.

Uchinchi qadamda blok sub-indekslari vaznli yig'indi sifatida hisoblanadi:

$$S_k = \sum v_{kj} \cdot \tilde{x}_{kj}, \quad \sum v_{kj} = 1, \quad (3)$$

bu yerda S_k — k-blok sub-indeksi ($k = 1 \dots 7$), v_{kj} — blok ichidagi j - ko'rsatkichning vazni.

To'rtinchi qadamda integral indeks shakllantiriladi:

$$I(\text{EKSPORT}) = \sum w_k \cdot S_k, \quad \sum w_k = 1, \quad 0 \leq I \leq 1. \quad (4)$$

Bloklarning w_k vaznlari ekspert so'rovi natijalari asosida iyerarxiyalarni tahlil qilish usuli (AHP) yordamida aniqlanadi; ekspertlar tarkibiga marketing sohasi mutaxassislari, eksport agentliklari vakillari va korxona rahbarlari jalb etiladi. Vaznlarning ishonchiligi sharti sifatida juftlik taqqoslashlar matritsasining muvofiqlik nisbati 0,10 dan past bo'lishi talab qilinadi. Elektron savdo integratsiyasi, kontent-brending, SMM va texnologik integratsiya bloklariga nisbatan yuqoriroq vazn berilishi ularning eksport bozorlariga bevosita chiqish jarayoniga ta'sirini aks ettirishi bilan izohlanadi [17].

Beshinchi qadamda korxonalar integral indeks qiymati bo'yicha to'rt guruhga tasniflanadi va har bir guruh uchun tabaqalashtirilgan boshqaruv qarori belgilanadi (3-jadval). Tasniflashning boshqaruv mazmuni shundaki, u qo'llab-quvvatlash vositalarini korxonaning raqamli marketing tayyorligiga moslashtiradi: raqamli lider korxonaga yangi marketpleyslarga faol chiqish va brend elchisi dasturi, barqaror korxonaga zaif bloklarni nuqtaviy kuchaytirish, beqaror korxonaga marketing strategiyasini qayta ko'rib chiqish, raqamli tayyor bo'lmagan korxonaga esa boshlang'ich raqamli transformatsiya dasturi taklif etiladi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Uslubiyatning aprobatsiyasi eksportga yo'nalgan turli tarmoqlarga mansub (to'qimachilik, oziq-ovqat, qishloq xo'jaligi mahsulotlarini qayta ishlash) 20–30 ta korxona ma'lumotlarida amalga oshirilishi rejalashtirilgan. Hisob-kitob natijasida korxonalar A/B/C/D guruhlariga ajratiladi va har bir guruh uchun raqamli marketingni rivojlantirish bo'yicha aniq "yo'l xaritasi" shakllantiriladi. Uslubiyatning ilmiy qiymati innovatsion marketing texnologiyalaridan foydalanish samaradorligini o'lchanadigan kategoriyaga aylantirishida, amaliy qiymati esa hududiy va tarmoq boshqaruv organlari uchun korxonalarni qo'llab-quvvatlash dasturlariga (eksport grantlari, marketpleysga chiqish bo'yicha konsalting, raqamli marketing treninglari) saralashning obyektiv vositasini, korxona rahbariyati uchun esa o'zining marketing mexanizmidagi zaif bloklarni aniqlovchi o'z-o'zini diagnostika vositasini yaratishida namoyon bo'ladi. Xulosa qilib aytganda, innovatsion marketing texnologiyalarining tizimlashtirilgan majmui hamda "EKSPORT" (7E) uslubiyati korxonalarda eksport salohiyatini oshirishning yaxlit boshqaruv mexanizmini tashkil etadi: institutsional va infratuzilma darajasidagi choralar raqamli marketing muhitini shakllantiradi, korxona darajasidagi baholash esa har bir subyekt uchun aniq rivojlanish yo'nalishini belgilaydi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi «2022–2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida» PF-60-son Farmoni. <https://lex.uz/ru/docs/-5841063>
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 6-iyuldagi «2022–2026-yillarda O'zbekiston Respublikasining innovatsion rivojlanish strategiyasini tasdiqlash to'g'risida» PF-165-son Farmoni. <https://lex.uz/docs/-6102462>
3. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh. Mirziyoyevning investitsiya, eksport va xalqaro hamkorlik masalalari bo'yicha 2023-yil 27-martdagi yig'ilishi materiallari // president.uz.
4. Ergashxodjayeva Sh. D. *Innovatsion marketing: darslik*. – Toshkent, 2019.
5. Uzoqov M. J., Juraboyev J. M. To'qimachilik korxonalari eksport salohiyatini kuchaytirishda marketing xizmatlaridan foydalanish // *Yangi O'zbekiston taraqqiyotida tadqiqotlarni o'rni va rivojlanish omillari*. – 2023.
6. Xoshimov E. A. Valyuta siyosatining eksportni rivojlantirishdagi rag'batlantiruvchi rolini oshirish yo'llari // *Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar ilmiy elektron jurnali*. – 2020. – B. 409–416.
7. Fozilova F. K. Marketingovyye issledovaniya v formirovaniy eksportnogo potentsiala promyshlennykh predpriyatiy // *TDIU ilmiy jurnali*.
8. Usmonova D. M. Uzunmudavlat xo'jalik yurituvchi subyektlari eksportini oshirish bo'yicha marketing strategiyalarini tanlash // *Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar*. – 2024. – Vol. 14, Iss. 1.
9. Norkulov Sh. Sh. O'zbekiston Respublikasining eksport salohiyatini oshirishning asosiy yo'nalishlari // *Oriental Renaissance: Innovative, Educational, Natural and Social Sciences*. – 2024. – 4(9).



10. Sobirova M. Eksport samaradorligini oshirishda innovatsiyalarning ahamiyati // *Green Economy and Development* jurnali. – 2024.
11. Kotler P., Keller K. L. *Marketing Management*. – Boston: Pearson, 2016.
12. Chaffey D., Ellis-Chadwick F. *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. – Harlow: Pearson Education.
13. Czinkota M. R., Ronkainen I. A. *International Marketing*. – Boston: Cengage Learning.
14. Krugman P., Obstfeld M., Melitz M. *International Economics: Theory and Policy*. – Boston: Pearson Education, 2020.
15. Dong G. Innovation and export performance of firms in emerging economies // *Journal of International Trade & Economic Development*. – 2022. – Vol. 31, No. 4. – P. 512–530.
16. Saaty T. L., Vargas L. G. *Models, Methods, Concepts and Applications of the Analytic Hierarchy Process*. 2nd ed. – New York: Springer, 2012.
17. OECD, JRC – European Commission. *Handbook on Constructing Composite Indicators: Methodology and User Guide*. – Paris: OECD Publishing, 2008.

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. № 9

© 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