

MUHANDISLIK

& IQTISODIYOT

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

2026-YIL

OKTABR/ 10-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
ИМЕНИ Г.В. ПЛЕХАНОВА
ТАШКЕНТСКИЙ ФИЛИАЛ



muhandislik & iqtisodiyot

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

Elektron nashr, 2026-yil, oktabr.

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

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

LEARNING TRAJECTORIES OF INCLUSIVE LEARNERS IN AN INTENSIVE PEER-TO-PEER LEARNING ENVIRONMENT: POOL-TO-MAIN-TRACK TRANSITION AND PERSISTENCE	9
Ibrojimova Nodira	
DON MAHSULOTLARI KORXONALARIDA RESURSLARDAN FOYDALANISH SAMARADORLIGINI BAHOLASH VA TAKOMILLASHTIRISH YO'LLARI	14
Aipova Iroda Ikramovna	
BOSHQARUV HISOBOTI SIFATINI BAHOLASH, ICHKI NAZORAT VA AUDIT MEKANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISH.....	18
Eshniyazova Yulduz Yuldashbayevna	
KONTREYLER TASHISHLARINI TASHKIL ETISHDA YUK OQIMLARINI TRANSPORT TARMOG'I BO'YICHA TAQSIMLASH.....	22
Yakupbayev Xamid, Myxamedova Ziyoda, Boboyev Diyor	
QUYOSH ENERGIYASI ASOSIDAGI NAMLANTIRISH-BUG'LANTIRISH USULIDAGI CHUCHUKLASHTIRISH TEXNOLOGIYALARI: TIZIM VA KOMPONENT DARAJASIDAGI INNOVATSIYALARNING TAHLILII SHARHI.	28
G'afurova Marjona Tolib qizi	
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА ПРИ ОЦЕНКЕ КРЕДИТНОГО РИСКА В КОММЕРЧЕСКИХ БАНКАХ	34
Джуманиязов Икрам Каримбаевич	
BANK RISKLARINI BOSHQARISHDA INTELLEKTUAL TEXNOLOGIYALAR: XORIJIY TAJRIBA VA O'ZBEKISTONDA BARQAROR MOLIYAVIY RIVOJLANISH UCHUN YO'NALISHLAR	40
Mirsoatov Alisher Qudratullayevich	
ОПТИМИЗАЦИЯ ПРОЦЕССА ПОЛУЧЕНИЯ ГЛАСПИРИНА.....	48
Р. К. Каримов, С. С. Саидов, Ф. Ахмедова	
O'ZBEKISTONDA VALYUTA SIYOSATI ORQALI IQTISODIY RIVOJLANISHNI TA'MINLASH TIZIMINI TAKOMILLASHTIRISH YO'LLARI.....	53
Norbaeva Muxlisa Akram qizi	
MARKAZLASHTIRILGAN KAPITAL QO'YILMALAR HISOBIGA MOLIYALASHTIRILADIGAN QURILISH OBYEKTLARIDA XARAJATLAR TARKIBINING DINAMIK TAHLILI.....	63
Bozorov Bobur Haqberdiyevich	
"TUMSHUKTAU" KONI TEXNOLOGIK NAMUNASINI SORBSION SIANLASH ORQALI QIMMATBAHO METALLAR AJRATIB OLISH DARAJASINI TADQIQ QILISH.....	70
Xolmurodov Feruzjon, Raupov Subhonjon	
KONSALTING KOMPANIYALARIDA RAQAMLI TRANSFORMATSIYA JARAYONLARINI STRATEGIK BOSHQARISH MEKANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISH.....	75
Ermamatova Shohsanam Ermamat qizi	
РОЛЬ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В РАЗВИТИИ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ: ОПЫТ УЗБЕКИСТАНА ..	81
Абдураимова Нилуфар Хусеновна	
FACTORS INFLUENCING CUSTOMER TRUST AND BRAND PERCEPTION IN INSURANCE COMPANIES: PERSONAL EXPERIENCE, BORROWED EXPERIENCE AND THE ASYMMETRY OF THE CLAIM	87
Ibragimova Maftunakhon Shukhratjon kizi	
TIBBIY BOG'LOV MATERIALLARI ISHLAB CHIQRISH JARAYONIDA HOSIL BO'LADIGAN OQOVA SUVLAR VA ULARNI TOZALASH IMKONIYATLARI	94
Abdullayeva D.K., Bozorboyeva L.U.	
O'ZBEKISTONDA ONKOLOGIK KASALLIKLAR BILAN KASALLANISHNING BOLALAR STATISTIK TAHLILI	98
Yakubov Maksadxan, To'ychiyeva Dilnavozxon	



ORTOTROP PARALLELEPIPED MASALASINI DEFORMATSIYA NAZARIYASI ASOSIDA SONLI YECHISH	103
Yusupov Yusufbay, Yusupova Nazokat	
TRIKOTAJ MATOLARINING KO'P DAVRLI CHO'ZILISH DEFORMATSIYASINI MATEMATIK	
MODELLASHTIRISH VA REGRESSIYA TAHLILI	113
Axmedova Moxinur Fayzullo qizi, Ubaydullayeva Dilara Hamidovna	
MASHINASOZLIK ISHLAB CHIQRISHIDA 3D MODELLASHTIRISHNING ROLI	119
Usmonov Abbos Valijon o'g'li	
BUYUMLAR INTERNETIDA XAVFSIZLIK VA MAXFIYLIKNI BOSHQARISHNING INTEGRATSIYALASHGAN	
KONSEPTUAL MODEL	123
Habibjonova Guldofarid Murodjon qizi	
TURISTIK BRENDNI RAQAMLI MARKETING VOSITALARI ASOSIDA SHAKLLANTIRISH VA ILGARI	
SURISHNING TASHKILIY-IQTISODIY MEXANIZMI	131
Tursunova Shaxnoza Farxod qizi	
TABIIY GAZNI NORDON GAZLARDAN TOZALASH JARAYONINING TEXNOLOGIK SXEMASI VA ABSORBER	
QURILMASINING ISHLASH SAMARADORLIGI	137
Nazarov Feruz, Abdirashidov Durbek, Nazarov Farxod	
O'ZBEKISTON OLIY TA'LIM TIZIMIDA IQTISODIY FAOLIYAT VA ADAPTIV BOSHQARUVNING	
ZAMONAVIY HOLATI TAHLILI	142
O'lmasxo'jayev Zoirxo'ja Abbos o'g'li	
NUMERICAL MODELING OF THREE-PHASE OIL-GAS-WATER FILTRATION IN A SINGLE-LAYER TWO-	
DIMENSIONAL POROUS MEDIUM	147
Ismailov Shixnazar, Artikbaeva Gulstan	
MEVA TERISH MASHINASI VA TIRKAMA AGREGATINING TORMOZLANISH JARAYONIDA ILMOQ KUCHI	
VA G'ILDIRAKLARGA TA'SIR ETUVCHI REAKSIYA KUCHLARINI NAZARIY TAHLIL QILISH	154
Norchayev Davron, Sardor Nigmatjonov, Norchayev Jaloliddin, Norchayev Rustam	
TARTIBGA SOLINADIGAN TARIF SHAROITIDA ELEKTR TARMOQLARI AKTIVLARINING	
QADRSIZLANISH TESTI MODEL	160
Mardanov Muzaffar Xolboyevich	
ФИНАНСОВЫЙ АНАЛИЗ КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ	
ПРЕДПРИЯТИЯ	166
Нигмонходжаев А. А.	
CONTINUOUS-CIRCULATION CALORIMETRY AND FLOW-SPLIT UNCERTAINTY IN A TWO-BRANCH	
SOLAR RADIANT-FLOOR SYSTEM WITH MACROENCAPSULATED RT52	171
Jurabek Kamolov, Sokhib Temirov, Marjona Makhmudova	
CONTINUOUS-CIRCULATION CALORIMETRY AND FLOW-SPLIT UNCERTAINTY IN A TWO-BRANCH	
SOLAR RADIANT-FLOOR SYSTEM WITH MACROENCAPSULATED RT52	171
Jurabek Kamolov, Sokhib Temirov, Marjona Makhmudova	
XIZMAT KO'RSATISH SOHASINING INNOVATSION RIVOJLANISH DARAJASINI BAHOLASH	
METODIKASINI TAKOMILLASHTIRISH	178
Erdonov Muhammadamin Erdon o'g'li	
OBODONLASHTIRISH XIZMATLARI SUBYEKTLARIDA AN'ANAVIY KALKULYATSIYA USULLARINI	
TAKOMILLASHTIRISH	186
Sohibov Axmatjon Fazliddinovich	
KOMBINATSIYALASHGAN HAVZALI QUYOSH SUV CHUCHUTGICH QURILMASI HAVO KOLLEKTORINING	
HARORAT REJIMINI TAJRIBAVIY TADQIQ ETISH	192
Ibragimov Umidjon, Avanesov Tigran, Mirzayorova Sevara	
СОВРЕМЕННЫЕ СТРАТЕГИИ РАСШИРЕНИЯ КЛИЕНТСКОЙ БАЗЫ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ	197
Янгибоев Фуркат Баходирович	
TIJORAT BANKLARIDA MOLIVAVIY XIZMATLAR SIFATINI OSHIRISH YO'LLARI	203
Valiyev Doniyor Baxtiyor o'g'li	



OPPORTUNITIES FOR ACHIEVING ECONOMIC STABILITY IN UZBEKISTAN THROUGH EXPORT DEVELOPMENT AND INVESTMENT.....	210
Feruzbek Otaboev	
UZUMZORLAR UCHUN ROSTLANUVCHI AGROFOTOELEKTRIK QURILMALARDA MODULLARNING MAVSUMIY QIYALIGINI TANLASHNING RADIATION-ENERGETIK METODIKASI	220
Shog'o'chqorov Sanjar, Raxmatov Anvar, Abdufattoyeva Elnuraxonposhsho	
MICE SEGMENTINI MILLIY STATISTIKA TIZIMIDA HISOBGA OLIH: SATELLIT-HISOB VA INDIKATORLAR TIZIMI METODOLOGIYASI	226
Musayeva Sayyora Abduvaxitovna	
RESEARCH INTO THE PROCESS OF OBTAINING A NEW GRADE OF BITUMEN	232
Dustov Khamro, Panoev Erali, Salimov Khalim	
CLASSIFICATION OF PHASE-CHANGE MATERIALS: A BRIEF REVIEW.....	237
B.A. Hikmatov, M.S. Mirzaev	
ОБ АЛГОРИТМАХ ВЫЧИСЛЕНИЯ ПРОСТЫХ ЧИСЕЛ И ФАКТОРИЗАЦИИ.....	244
Махмудов Адил, Хусаинов Наримон	
YASHIL IQTISODIYOTNI RIVOJLANTIRISHDA BARQAROR TRANSPORTNING O'RNI.....	251
Egamnazarov Bexzod Bahromjon o'g'li	
KICHIK VA O'RTA BIZNES SUBYEKTLARIDA RAQAMLI MARKETING SALOHİYATI VA BOSHQARUV KOMPETENSIYALARINING O'SISH SUR'ATLARIGA TA'SIRI	258
Ro'ziyev Abdurahmon Rustam o'g'li	

KICHIK VA O'RTA BIZNES SUBYEKTLARIDA RAQAMLI MARKETING SALOHIYATI VA BOSHQARUV KOMPETENSIYALARINING O'SISH SUR'ATLARIGA TA'SIRI

Ro'ziyev Abdurahmon Rustam o'g'li

International School of Finance Technology and Science Instituti

Biznes boshqaruvi kafedrası o'qituvchisi

E-mail: ruzievabdurahmon077@gmail.com

ORCID: 0009-0009-2454-2780

Abstract: This article examines the impact of digital marketing capabilities and managerial competencies on the growth rates of small and medium-sized enterprises. In the context of digital transformation, SME competitiveness depends not only on financial and material resources but also on the ability to use digital technologies effectively, identify consumer needs and make data-driven marketing decisions. The study considers digital marketing capabilities through social media marketing, e-commerce, digital advertising, marketing analytics, customer relationship management and digital communication. Particular attention is given to strategic planning, analytical thinking, digital literacy, innovative capacity and managerial decision-making. The findings indicate that the economic effectiveness of digital marketing tools largely depends on the level of managerial competencies. Based on these findings, the article proposes an integrated approach to developing digital marketing capabilities and managerial competencies as complementary factors for sustainable growth and increased competitiveness of SMEs.

Keywords: small business, medium-sized enterprises, digital marketing, digital marketing capabilities, managerial competencies, digital transformation, e-commerce, marketing analytics, competitiveness, business growth.

Annotatsiya: Mazkur maqolada kichik va o'rta biznes subyektlarining o'sish sur'atlariga raqamli marketing salohiyati hamda boshqaruv kompetensiyalarining ta'siri tadqiq etilgan. Raqamli transformatsiya sharoitida korxonalarning raqobatbardoshligi moliyaviy va moddiy resurslar bilan birga raqamli texnologiyalardan samarali foydalanish, iste'molchilar ehtiyojini aniqlash va ma'lumotlarga asoslangan marketing qarorlarini qabul qilish qobiliyatiga ham bog'liq. Tadqiqotda raqamli marketing salohiyati ijtimoiy media marketingi, elektron tijorat, raqamli reklama, marketing analitikasi, mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish va raqamli kommunikatsiyalar orqali yoritilgan. Shuningdek, strategik rejalashtirish, innovatsion fikrlash, analitik yondashuv, raqamli savodxonlik va qaror qabul qilish qobiliyatlarining o'rni asoslangan. Natijalar raqamli marketing vositalarining iqtisodiy samarasi boshqaruv kompetensiyalarining rivojlanganlik darajasiga bog'liqligini ko'rsatadi. Shu asosda raqamli marketing va boshqaruv kompetensiyalarini yagona strategik tizim sifatida rivojlantirish bo'yicha takliflar ishlab chiqilgan.

Kalit so'zlar: kichik biznes, o'rta biznes, raqamli marketing, raqamli marketing salohiyati, boshqaruv kompetensiyalari, raqamli transformatsiya, elektron tijorat, marketing analitikasi, raqobatbardoshlik, korxona o'sishi.

Аннотация: В статье исследуется влияние потенциала цифрового маркетинга и управленческих компетенций на темпы роста субъектов малого и среднего бизнеса. В условиях цифровой трансформации конкурентоспособность предприятий определяется не только финансовыми и материальными ресурсами, но и способностью эффективно использовать цифровые технологии, выявлять потребности потребителей и принимать маркетинговые решения на основе данных. Потенциал цифрового маркетинга рассматривается через маркетинг в социальных сетях, электронную коммерцию, цифровую рекламу, маркетинговую аналитику, управление взаимоотношениями с клиентами и цифровые коммуникации. Особое внимание уделяется стратегическому планированию, аналитическому мышлению, цифровой грамотности, инновационной активности и управленческим решениям. Результаты показывают, что экономическая результативность цифровых инструментов во многом определяется уровнем управленческих компетенций. На этой основе предложен комплексный подход к развитию цифрового маркетинга и управленческих компетенций как взаимодополняющих факторов устойчивого роста и конкурентоспособности субъектов малого и среднего бизнеса.

Ключевые слова: малый бизнес, средний бизнес, цифровой маркетинг, потенциал цифрового маркетинга, управленческие компетенции, цифровая трансформация, электронная коммерция, маркетинговая аналитика, конкурентоспособность, рост предприятия.



KIRISH

Bugungi kunda raqamli transformatsiya kichik va o'rta biznes subyektlarining faoliyat yuritishi va bozorda raqobatlashish usullarini sezilarli darajada o'zgartirmoqda. Internet, elektron tijorat, ijtimoiy tarmoqlar, raqamli reklama va marketing analitikasi kabi vositalarning rivojlanishi korxonalarga yangi mijozlarni jalb qilish, bozor talabini tezkor o'rganish hamda mahsulotlarini keng auditoriyaga targ'ib etish imkonini bermoqda. Shu sababli raqamli marketing salohiyati kichik va o'rta biznesning barqaror rivojlanishini ta'minlovchi muhim omillardan biriga aylanmoqda [1].

Raqamli marketing korxonalarga iste'molchilar ehtiyojlarini aniqlash, ularni turli mezonlar asosida segmentlashtirish, reklama samaradorligini baholash va mijozlar bilan uzoq muddatli munosabatlarni shakllantirish imkonini beradi. Ayniqsa, cheklangan moliyaviy resurslarga ega kichik biznes uchun raqamli marketingning nisbatan kam xarajat bilan keng auditoriyaga chiqish imkoniyati muhim ahamiyat kasb etadi [2].

Raqamli marketing vositalaridan samarali foydalanish rahbar va xodimlarning strategik fikrlashi, raqamli savodxonligi, ma'lumotlarni tahlil qilish hamda innovatsion qarorlar qabul qilish qobiliyatiga bevosita bog'liq. Shu sababli boshqaruv kompetensiyalari raqamli marketing imkoniyatlarini real iqtisodiy natijalarga aylantiruvchi muhim omil hisoblanadi [3].

Ilmiy tadqiqotlarda ham ushbu bog'liqlik o'z tasdig'ini topgan. Wu, Botella-Carrubi va Blanco-González-Tejero tadqiqotida innovatsionlik, proaktivlik va boshqaruv qobiliyatlari raqamli marketing strategiyasini shakllantirishda muhim ahamiyatga ega ekanligi aniqlangan [4]. Shuningdek, raqamli qobiliyatlarining rivojlanishi kichik va o'rta biznes subyektlarining tadbirkorlik samaradorligini oshirishga xizmat qilishi qayd etilgan [5].

O'zbekistonda ham raqamli biznes muhitining rivojlanishi ushbu masalaning dolzarbligini oshirmoqda. Milliy statistika qo'mitasi ma'lumotlariga ko'ra, elektron tijorat savdo hajmi 2024-yilda 15 211,5 mlrd so'mni, 2025-yilda esa 31 551,9 mlrd so'mni tashkil etgan [6]. Mazkur ko'rsatkichlar kichik va o'rta biznes uchun raqamli marketing hamda elektron savdo kanallarining iqtisodiy ahamiyati ortib borayotganini ko'rsatadi.

Shu nuqtai nazardan, kichik va o'rta biznes subyektlarining o'sish sur'atlarini oshirishda raqamli marketing salohiyati va boshqaruv kompetensiyalarini o'zaro bog'liq holda rivojlantirish muhim ahamiyatga ega.

Tadqiqotning maqsadi — kichik va o'rta biznes subyektlarida raqamli marketing salohiyati hamda boshqaruv kompetensiyalarining o'sish sur'atlariga ta'sirini ilmiy jihatdan asoslash va ularni rivojlantirish bo'yicha takliflar ishlab chiqish.

Tadqiqotning ilmiy yangiligi raqamli marketing salohiyati va boshqaruv kompetensiyalarini korxona o'sishiga ta'sir etuvchi o'zaro bog'liq omillar sifatida kompleks yondashuv asosida baholashdan iborat.

MAVZUGA OID ADABIYOTLAR SHARHI

Kichik va o'rta biznesda raqamli marketing salohiyati va boshqaruv kompetensiyalarining korxona faoliyatiga ta'siri zamonaviy iqtisodiy va marketing tadqiqotlarining muhim yo'nalishlaridan biridir. Raqamli texnologiyalar rivoji marketing qobiliyatlarini korxonaning strategik va tashkiliy salohiyati bilan uzviy bog'liq holda o'rganishga asos yaratmoqda.

Elkhoudary, Yadav va Alam 2015–2025-yillarda chop etilgan 38 ta tadqiqotni tahlil qilib, marketing analitikasi, CRM, ijtimoiy tarmoqlarda mijozlarni jalb qilish, tashkiliy tayyorgarlik va rahbarlik omillarining muhimligini ko'rsatganlar [7]. Hazzam va hammualliflar esa Buyuk Britaniyadagi 224 ta kichik va o'rta biznes ma'lumotlari asosida raqamli marketing qobiliyatlari korxona samaradorligini oshirishga xizmat qilishini va bozor yo'nalganligi muhim omil ekanini aniqlaganlar [8].

2025-yilgi tadqiqotlarda tadbirkorlik va bozor yo'nalganligi raqamli marketing qobiliyatlarini shakllantirishi hamda marketing samaradorligini yaxshilashi qayd etilgan [9]. Buaprommee va hammualliflar 400 ta mikro, kichik va o'rta biznes misolida texnik ko'nikmalar bilan bir qatorda kommunikatsiya va moslashuvchanlik kabi kompetensiyalarning ham ahamiyatini asoslaganlar [10].

510 ta mikro, kichik va o'rta biznes ma'lumotlari asosidagi tadqiqotda raqamli ko'nikmalar dinamik qobiliyatlarni rivojlantirib, korxonalarning bozor o'zgarishlariga moslashishiga xizmat qilishi ko'rsatilgan [11]. Öztürk raqamli marketing va axborot texnologiyalari qobiliyatlarining marketing samaradorligiga ijobiy ta'sirini ta'kidlagan [12].

Vetnamdagi 6 780 ta kichik va o'rta biznes ma'lumotlari asosida olib borilgan tadqiqotda xodimlarning raqamli ko'nikmalari korxona samaradorligini kuchaytiruvchi omil sifatida baholangan [13]. Amin, Gohar va Ali esa raqamli transformatsiya, ijtimoiy tarmoqlar va bozor o'zgaruvchanligining marketing natijalari bilan bog'liqligini o'rganganlar [14].

Umuman olganda, ilmiy adabiyotlar raqamli marketing salohiyati, boshqaruv kompetensiyalari, raqamli ko'nikmalar va tashkiliy moslashuvchanlik kichik va o'rta biznes faoliyati samaradorligini oshirishda muhim ekanini ko'rsatadi. Ushbu omillarning korxona o'sish sur'atlariga birgalikdagi ta'sirini O'zbekiston sharoitida

kompleks baholash mazkur tadqiqotning ilmiy yo'nalishini belgilaydi.

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Tadqiqotda kichik va o'rta biznes subyektlarida raqamli marketing salohiyati hamda boshqaruv kompetensiyalarining korxona o'sish sur'atlariga ta'sirini aniqlash uchun tizimli va kompleks yondashuv qo'llanildi. Nazariy asos sifatida resurslarga asoslangan yondashuv (Resource-Based View) va dinamik qobiliyatlar nazariyasidan foydalanildi.

Tadqiqot jarayonida tizimli va qiyosiy tahlil, ilmiy adabiyotlarni o'rganish, umumlashtirish hamda induksiya-deduksiya usullari qo'llanildi. Raqamli marketing salohiyati ijtimoiy media marketingi, elektron tijorat, raqamli reklama va marketing analitikasi orqali, boshqaruv kompetensiyalari esa strategik rejalashtirish, raqamli savodxonlik, analitik fikrlash va innovatsion qaror qabul qilish qobiliyatlari asosida baholandi.

Raqamli marketing salohiyati va boshqaruv kompetensiyalari mustaqil omillar, korxona o'sish sur'ati esa natijaviy ko'rsatkich sifatida qaraldi. Ilmiy xulosalarni shakllantirishda 2024–2026-yillardagi ilmiy tadqiqotlar va O'zbekistonning ochiq statistik ma'lumotlaridan foydalanildi. Mazkur maqola matnini tayyorlashda sun'iy intellekt vositalaridan 10 foizgacha foydalanildi.

Tadqiqotning konseptual modeli quyidagi bog'liqlikka asoslandi:

Raqamli marketing salohiyati + Boshqaruv kompetensiyalari → Korxona o'sish sur'ati.

TAHLIL VA NATIJALAR

Tadqiqot natijalari O'zbekistonda raqamli marketing bozori jadal kengayayotganini ko'rsatadi. Milliy statistika qo'mitasining SIAT ma'lumotlariga ko'ra, elektron tijorat savdo hajmi 2021-yildagi 5 978,7 mlrd so'mdan 2025-yilda 31 551,9 mlrd so'mga yetgan. 2024–2025-yillarda esa ko'rsatkich 107,4 foizga oshgan. Bu kichik va o'rta biznes uchun onlayn savdo, raqamli reklama hamda mijozlar bilan raqamli kommunikatsiya kanallarining iqtisodiy ahamiyati ortayotganini ko'rsatadi.

Internetdan foydalanuvchi aholi ulushi ham 2021-yildagi 76,6 foizdan 2025-yil yanvar–avgust oylarida 94,2 foizga yetgan. Bu raqamli kanallar orqali iste'molchilarga chiqish imkoniyatlarini kengaytirgan bo'lib, ulardan samarali foydalanish korxonaning raqamli marketing salohiyati va boshqaruv kompetensiyalariga bog'liq.

2025-yil yanvar–sentabr oylarida kichik biznesning YalMdagi ulushi 51,5 foizni tashkil etgan. Shu sababli reklama, elektron savdo, CRM, marketing analitikasi va mijozlar bazasini yagona boshqaruv tizimiga integratsiya qilish muhim hisoblanadi.

Natijalar boshqaruv kompetensiyalarining muhim rolini ham ko'rsatadi. Raqamli marketing vositalari axborot va savdo imkoniyatlarini yaratadi, strategik va analitik kompetensiyalar esa ularni iqtisodiy natijaga aylantirishga xizmat qiladi. Shu bois rahbarlarning ma'lumotlarga asoslangan qarorlar qabul qilish, marketing KPllarini belgilash va raqamli investitsiyalar samaradorligini baholash ko'nikmalarini rivojlantirish muhimdir.

UNDPning 2025–2026-yillardagi tahlillarida raqamli tadbirkorlik, AKT, startaplar va sun'iy intellekt texnologiyalarini joriy etishda inson kapitali, texnik va institutsional omillarning ahamiyati qayd etilgan. Bu sun'iy intellekt asosidagi kontent, mijozlarni segmentlashtirish va marketing analitikasida boshqaruv kompetensiyalarining rolini yanada kuchaytiradi.

1-jadval. O'zbekistonda elektron tijorat savdo hajmining dinamikasi

Manba: O'zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo'mitasining SIAT ma'lumotlari asosida muallif ishlanmasi.

Yil	Elektron tijorat hajmi, mlrd so'm	Yillik o'zgarish, %
2021	5 978.7	—
2022	10 886.8	82.1
2023	13 263.8	21.8
2024	15 211.5	14.7
2025	31 551.9	107.4



1-rasm. Elektron tijorat savdo hajmining 2021–2025-yillardagi dinamikasi

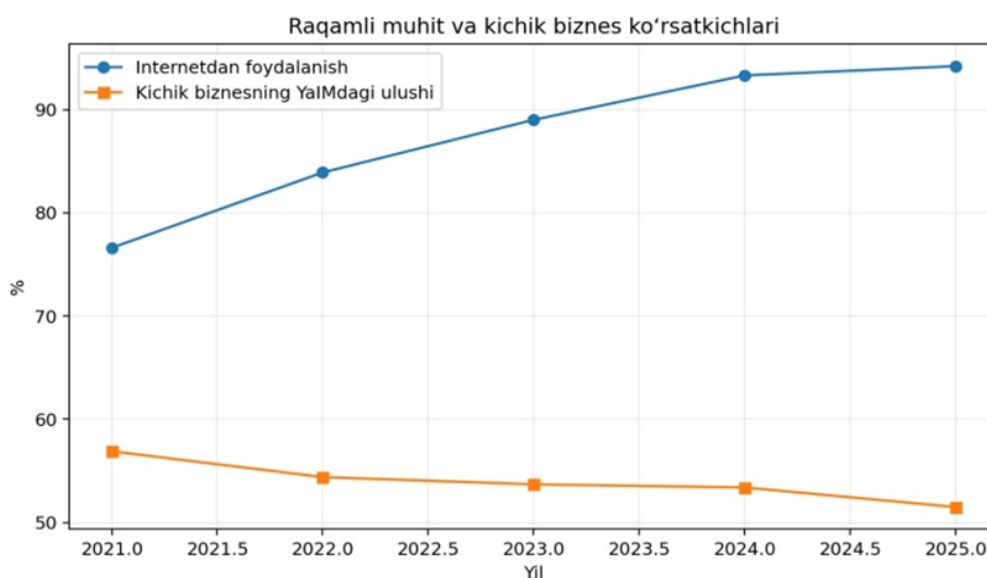
Manba: O'zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo'mitasi ma'lumotlari asosida muallif ishlanmasi.

1-rasmdan ko'rinadiki, 2021–2025-yillarda elektron tijorat hajmi barqaror o'sish tendensiyasini namoyon etgan. Ayniqsa, 2025-yildagi yuqori o'sish kichik biznes uchun raqamli savdo va marketing kanallarining ahamiyati ortib borayotganini ko'rsatadi. Shu sababli raqamli marketing resurslarini reklama bilan bir qatorda CRM, marketing analitikasi va mijozlar tajribasini boshqarishga yo'naltirish maqsadga muvofiq.

2-jadval. Internetdan foydalanish va kichik biznesning YaIMdagi ulushi

Manba: O'zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo'mitasi ma'lumotlari asosida muallif ishlanmasi.

Yil	Internetdan foydalanish, %	Kichik biznesning YaIMdagi ulushi, %
2021	76.6	56.9
2022	83.9	54.4
2023	89.0	53.7
2024	93.3	53.4
2025	94.2	51.5



2-rasm. Internetdan foydalanish va kichik biznesning YaIMdagi ulushi dinamikasi



Manba: O'zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo'mitasi ma'lumotlari asosida muallif ishlanmasi.

2-rasm internet qamrovi kengayib borayotganini, kichik biznesning YalMdagi ulushi esa 2021–2025-yillarda o'zgarib borganini ko'rsatadi. Bu raqamli imkoniyatlardan samarali foydalanish uchun ularni boshqaruv kompetensiyalari, marketing strategiyasi va innovatsion jarayonlar bilan uyg'unlashtirish zarurligini anglatadi.

Umumlashtirilgan natijalar asosida uchta ustuvor yo'nalish ajratildi: raqamli mijozlar bazasi va marketing analitikasini rivojlantirish; menejer va xodimlarning raqamli hamda analitik kompetensiyalarini oshirish; elektron tijorat, CRM va raqamli reklama vositalarini yagona biznes strategiyasiga integratsiya qilish.

Asosiy natijalar:

2021–2025-yillarda elektron tijorat savdo hajmi 5 978,7 mlrd so'mdan 31 551,9 mlrd so'mga oshgan.

Internetdan foydalanish darajasi 76,6 foizdan 94,2 foizga yetgan.

2025-yil yanvar–sentabrda kichik biznesning YalMdagi ulushi 51,5 foizni tashkil etgan.

Raqamli marketing, CRM, marketing analitikasi va raqamli kompetensiyalarni uyg'un rivojlantirish korxona o'sish salohiyatini oshiradi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Tadqiqot natijalari kichik va o'rta biznes subyektlarining o'sish sur'atlarini ta'minlashda raqamli marketing salohiyati va boshqaruv kompetensiyalari o'zaro bog'liq omillar ekanini ko'rsatdi. Raqamli texnologiyalar yangi mijozlarni jalb qilish, bozorni kengaytirish, iste'molchilar ehtiyojlarini aniqlash va marketing samaradorligini oshirish imkonini bermoqda.

O'zbekistonda elektron tijorat hajmining o'sishi va internetdan foydalanish darajasining yuqoriligi kichik biznes uchun raqamli marketing imkoniyatlarini kengaytirmoqda. Ushbu imkoniyatlardan samarali foydalanish rahbar va xodimlarning raqamli, analitik, strategik hamda innovatsion kompetensiyalariga bog'liq.

Shuningdek, raqamli marketingni elektron tijorat, CRM, marketing analitikasi, mijozlar ma'lumotlar bazasi va raqamli kommunikatsiyalar bilan yagona boshqaruv tizimida uyg'unlashtirish korxonalarining raqobatbardoshligini oshirishga xizmat qiladi.

Tadqiqot natijalari asosida quyidagi takliflar ishlab chiqildi:

Raqamli marketing strategiyasini joriy etish — maqsadli auditoriya, marketing kanallari, byudjet va kutilayotgan natijalarni aniq belgilash.

Boshqaruv xodimlarining raqamli kompetensiyalarini rivojlantirish — raqamli marketing, elektron tijorat, CRM va marketing analitikasi bo'yicha amaliy treninglarni tashkil etish.

Marketing analitikasidan keng foydalanish — qarorlarni savdo dinamikasi, konversiya va boshqa KPI ko'rsatkichlari asosida qabul qilish.

CRM tizimlarini joriy etish — mijozlar ma'lumotlarini tizimli boshqarish, sodiqlik va qayta xaridlarni oshirish.

Raqamli marketing samaradorligini baholash — reklama xarajatlarning savdo va daromadga ta'sirini muntazam tahlil qilish.

Elektron tijorat kanallarini rivojlantirish — mahsulotlarni elektron platformalar, ijtimoiy tarmoqlar va korporativ onlayn kanallar orqali sotishni kengaytirish.

Umuman olganda, kichik va o'rta biznesning barqaror o'sishi uchun "raqamli texnologiya + raqamli marketing + boshqaruv kompetensiyasi + ma'lumotlarga asoslangan qaror" tamoyilini qo'llash maqsadga muvofiq. Mazkur yondashuv raqamli transformatsiyadan samarali foydalanish va uzoq muddatli raqobat ustunligini shakllantirishga xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Kotler P., Kartajaya H., Setiawan I. Marketing 5.0: Technology for Humanity. — Hoboken: John Wiley & Sons, 2021.
2. Chaffey D., Ellis-Chadwick F. Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice. 7th ed. — Harlow: Pearson, 2019.
3. Teece D.J. Explicating dynamic capabilities: The nature and microfoundations of sustainable enterprise performance // Strategic Management Journal. — 2007. — Vol. 28, No. 13. — P. 1319–1350. — DOI: <https://doi.org/10.1002/smj.640>.
4. Wu C.-W., Botella-Carrubi D., Blanco-González-Tejero C. The empirical study of digital marketing strategy and performance in small and medium-sized enterprises (SMEs) // Technological Forecasting and Social Change. — 2024. — Vol. 200. — Article 123142. — DOI: <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.123142>.
5. Kim J., Jin W. Impact of digital capabilities on entrepreneurial performance in SMEs // Journal of Innovation & Knowledge. — 2024. — Vol. 9, No. 4. — Article 100609. — DOI: <https://doi.org/10.1016/j.jik.2024.100609>.
6. O'zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo'mitasi. Elektron tijorat savdo hajmi (yillik) // SIAT ochiq statistik ma'lumotlar bazasi. — URL: <https://siat.stat.uz/data/2833/> — murojaat sanasi: 09.10.2026.
7. Elkhoudary A., Yadav J.K., Alam M.M.D. Digital marketing capabilities as drivers of SME innovation and performance: A systematic literature review and research agenda for emerging economies // Humanities and Social Sciences



- Communications. — 2026. — Vol. 13. — Article 605. — DOI: <https://doi.org/10.1057/s41599-026-07126-x>.
8. Hazzam J., Dobson P., Singh B., Ibrahim B., Aljarah A. Digital marketing capabilities and SME performance: The influence of market orientation and the complementarity effect on customer relationship management capabilities // *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*. — 2026. — Vol. 28, No. 1–2. — P. 1–21. — DOI: <https://doi.org/10.1108/JRME-02-2025-0029>.
 9. Hidayati H.A., Astuti E.S., Kusumawati A., Iqbal M. The nexus between entrepreneurial and market orientation on digital marketing capabilities and marketing performance of SMEs in emerging markets // *Cogent Business & Management*. — 2025. — Vol. 12, No. 1. — Article 2526150. — DOI: <https://doi.org/10.1080/23311975.2025.2526150>.
 10. Buaprommee N., Cuijten N., Inmor S., Suwannahong R., Wongpun S. Factors influencing technical competencies in digital marketing of MSMEs in wholesale and retail sectors: The mediating role of core competencies // *Business: Theory and Practice*. — 2025. — Vol. 26, No. 1. — P. 141–152. — DOI: <https://doi.org/10.3846/btp.2025.21233>.
 11. Setiawan B., Pamungkas B., Mekaniwati A., Kusuma P.M. The strategic role of digital transformation, dynamic and agile capabilities for the performance of micro, small, and medium enterprises (MSMEs) // *The Bottom Line*. — 2025. — Vol. 38, No. 2. — P. 130–153. — DOI: <https://doi.org/10.1108/BL-08-2024-0120>.
 12. Öztürk A. The impact of digital marketing and information technology capabilities on the marketing performance of SMEs in Türkiye // *Journal of Information Systems Engineering and Management*. — 2025. — Vol. 10, No. 9s. — P. 82–92. — DOI: <https://doi.org/10.52783/jisem.v10i9s.1169>.
 13. Ngo Giang Thy. Digital marketing and moderating effect of digital skills on SMEs' success in an emerging market (Vietnam) // *International Journal of Innovation Studies*. — 2026. — Vol. 10, No. 4. — Article 100196. — DOI: <https://doi.org/10.1016/j.ijis.2026.100196>.
 14. Amin M., Gohar M., Ali I. Impact of digital transformation on SME's marketing performance: Role of social media and market turbulence // *Discover Sustainability*. — 2025. — Vol. 6. — Article 378. — DOI: <https://doi.org/10.1007/s43621-025-01228-3>.

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. № 10

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

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

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





+998 93 718 40 07



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



t.me/yait_2100