YASHIL

IQTISODIYOT&TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

2026-YIL / IYUN/6-SON, VI-QISM

ISSN: 2992-8982

https://yashil-iqtisodiyot-taraqqiyot.uz/

YASHIL

IQTISODIYOT&TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Elektron nashr. 2026-yil, iyun.
VI-qism

Bosh muharrir:
Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich

Bosh muharrir o‘rinbosari:
Karimov Norboy G‘aniyevich

Muharrir:
Qurbonov Sherzod Ismatillayevich

Tahrir hay’ati:
Salimov Oqil Umrzoqovich, O‘zbekiston Fanlar akademiyasi akademigi
Abduraxmanov Kalandar Xodjayevich, O‘zbekiston Fanlar akademiyasi akademigi
Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich, texnika fanlari doktori (DSc), professor
Rae Kvon Chung, Janubiy Koreya, TDIU faxriy professori, “Nobel” mukofoti laureati
Osman Mesten, Turkiya parlamenti a’zosi, Turkiya – O‘zbekiston do‘stlik jamiyati rahbari
Axmedov Durbek Kudratillayevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Axmedov Sayfullo Normatovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Abduraxmanova Gulnora Kalandarovna, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Kalonov Muxiddin Baxritdinovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Siddiqova Sadoqat G‘afforovna, pedagogika fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD)
Xudoyqulov Sadirdin Karimovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Maxmudov Nosir, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Yuldashev Mutallib Ibragimovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Samadov Asqarjon Nishonovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, professor
Slizovskiy Dimitriy Yegorovich, texnika fanlari doktori (DSc), professor
Mustafakulov Sherzod Igamberdiyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Axmedov Ikrom Akramovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Eshtayev Alisher Abdug‘aniyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Xajiyev Baxtiyor Dushaboyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Hakimov Nazar Hakimovich, falsafa fanlari doktori (DSc), professor
Musayeva Shoira Azimovna, iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD), professor
Ali Konak (Ali Ko‘nak), iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor (Turkiya)
Cham Tat Huei, falsafa fanlari doktori (PhD), professor (Malayziya)
Foziljonov Ibrohimjon Sotvoldixo‘ja o‘g‘li, iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD), dots.
Faxridinov Zafarjon Faxridin o‘g‘li, O‘zb. Res. Bosh prokuraturasi HIJQKD boshqarma boshlig‘i
Utayev Uktam Choriyevich, Anijon viloyati prokurorining o‘rinbosari
Ochilov Farkhod, O‘zb. Res. Bosh prokuraturasi IJQK Departamentining Namangan viloyati boshqarmasi boshlig‘i
Buzrukxonov Sarvarxon Munavvarxonovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent
Axmedov Javohir Jamolovich, iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD)
Toxirov Jaloliddin Ochil o‘g‘li, texnika fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD), katta o‘qituvchi
Bobobekov Ergash Abdumalikovich, iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD), v.b. dots.
Djudi Smetana, pedagogika fanlari nomzodi, dotsent (AQSH)
Krissi Lyuis, pedagogika fanlari nomzodi, dotsent (AQSH)
Glazova Marina Viktorovna, Iqtisodiyot fanlari doktori (Moskva)
Nosirova Nargiza Jamoliddin qizi, iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD), dotsent
Sevil Piriyeva Karaman, falsafa fanlari doktori (PhD) (Turkiya)
Mirzaliyev Sanjar Makhamatjon o‘g‘li, TDIU ITI departamenti rahbari
Ochilov Bobur Baxtiyor o‘g‘li, TDIU katta o‘qituvchisi
Golisheva Yelena Vyacheslavovna, Iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent.
Abdukarimova Dinara Rustamxanovna, bank-moliya akademiyasi professori, DSc., professor.
Ikramov Murod Akramovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Nazarova Ra’no Rustamovna, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor

YASHIL
IQTISODIYOT&TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Editorial board:

Salimov Okil Umrzokovich, Academician of the Academy of Sciences of Uzbekistan
Abdurakhmanov Kalandar Khodjayevich, Academician of the Academy of Sciences of Uzbekistan
Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich, Doctor of Technical Sciences (DSc), Professor
Rae Kwon Chung, South Korea, Honorary Professor at TSUE, Nobel Prize Laureate
Osman Mesten, Member of the Turkish Parliament, Head of the Turkey–Uzbekistan Friendship Society
Akhmedov Durbek Kudratillayevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Akhmedov Sayfullo Normatovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Abdurakhmanova Gulnora Kalandarovna, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Kalonov Mukhiddin Bakhriddinovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Siddikova Sadokat Gafforovna, Doctor of Philosophy (PhD) in Pedagogical Sciences
Khudoykulov Sadirdin Karimovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Makhmudov Nosir, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Yuldashev Mutallib Ibragimovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Samadov Askarjon Nishonovich, Candidate of Economic Sciences, Professor
Slizovskiy Dmitriy Yegorovich, Doctor of Technical Sciences (DSc), Professor
Mustafakulov Sherzod Igamberdiyevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Akhmedov Ikrom Akramovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Eshtayev Alisher Abduganiyevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Khajiyev Bakhtiyor Dushaboyevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Khakimov Nazar Khakimovich, Doctor of Philosophy (DSc), Professor
Musayeva Shoira Azimovna, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Professor
Ali Konak, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor (Turkey)
Cham Tat Huei, Doctor of Philosophy (PhD), Professor (Malaysia)
Foziljonov Ibrokhimjon Sotvoldikhoja ugli, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Associate Professor
Fakhridinov Zafarjon Fakhridin ogli, Head of the DCEC under the Prosecutor Genera's Office of the Rep. of Uzb.
Utayev Uktam Choriyevich, Deputy Prosecutor of Anijan Region
Ochilov Farkhod, Head of the Namangan Regional Department of the Department of Internal Affairs of Rep. of Uzb.
Buzrukkhonov Sarvarkhon Munavvarkhonovich, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Akhmedov Javokhir Jamolovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences
Tokhirov Jaloliddin Ochil ugli, Doctor of Philosophy (PhD) in Technical Sciences, Senior Lecturer
Bobobekov Ergash Abdumalikovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Acting Associate Professor
Judi Smetana, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor (USA)
Chrissy Lewis, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor (USA)
Glazova Marina Victorovna, Doctor of Sciences in Economics (Moscow))
Nosirova Nargiza Jamoliddin kizi, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Associate Professor
Sevil Piriyeva Karaman, Doctor of Philosophy (PhD) (Turkey)
Mirzaliyev Sanjar Makhamatjon ugli, Head of the Department of Scientific Research and Innovations, TSUE
Ochilov Bobur Bakhtiyor ugli, Senior lecturer at TSUI
Golisheva Yelena Vyacheslavovna, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor.
Abdukarimova Dinara Rustamkhanovna, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Ikramov Murod Akramovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Nazarova Ra'no Rustamovna, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor

Ekspertlar kengashi:
Berkinov Bazarbay, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Po'latov Baxtiyor Alimovich, texnika fanlari doktori (DSc), professor
Aliyev Bekdavlat Aliyevich, falsafa fanlari doktori (DSc), professor
Isakov Janabay Yakubbayevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Xalikov Suyun Ravshanovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent
Rustamov Ilhomiddin, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent
Hakimov Ziyodulla Ahmadovich, iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent
Kamilova Iroda Xusniddinovna, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
G'afurov Doniyor Orifovich, pedagogika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
Fayziyev Oybek Raximovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent
Tuxtabayev Jamshid Sharafetdinovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent
Xamidova Faridaxon Abdulkarim qizi, iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent
Yaxshiboyeva Laylo Abdisattorovna, katta o'qituvchi
Babayeva Zuhra Yuldashevna, mustaqil tadqiqotchi
Komilova Nilufar Karshiboyevna, Geografiya fanlari doktori, professori
Umirzoqov Ja'sur Artiqboy o'g'li, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), dotsent
Zebo Kuldasheva, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), dotsent

Board of Experts:
Berkinov Bazarbay, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Pulatov Bakhtiyor Alimovich, Doctor of Technical Sciences (DSc), Professor
Aliyev Bekdavlat Aliyevich, Doctor of Philosophy (DSc), Professor
Isakov Janabay Yakubbayevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Khalikov Suyun Ravshanovich, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Rustamov Ilkhomiddin, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Khakimov Ziyodulla Akhmadovich, Doctor of Economic Sciences, Associate Professor
Kamilova Iroda Khusniddinovna, Doctor of Philosophy (PhD) in Economics
Gafurov Doniyor Orifovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Pedagogy
Fayziyev Oybek Rakhimovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economics, Associate Professor
Tukhtabayev Jamshid Sharafetdinovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economics, Associate Professor
Khamidova Faridakhon Abdulkarimovna, Doctor of Economic Sciences, Associate Professor
Yakhshiboyeva Laylo Abdisattorovna, Senior Lecturer
Babayeva Zuhra Yuldashevna, Independent Researcher
Komilova Nilufar Karshiboyevna, Doctor of Geographical Sciences, Professor
Umirzokov Jasur Artiqboy ugli, Doctor of Economic Sciences (DSc), Associate Professor
Zebo Kuldasheva, Doctor of Economic Sciences (DSc), Associate Professor

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

Muassis: "Ma'rifat-print-media" MChJ
Hamkorlarimiz: Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti, O'zbekiston Respublikasi Bosh prokuraturasi huzuridagi Iqtisodiy jinoyatlarga qarshi kurashish departamenti

Jurnalning ilmiyligi:
""Yashil" iqtisodiyot va taraqqiyot" jurnali

O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi Oliy attestatsiya komissiyasi rayosatining 2023-yil 1-apreldagi 336/3-sonli qarori bilan ro'yxatdan o'tkazilgan.

MUNDARIJA

ISLOMIY BANK FAOLIYATI TO‘G‘RISIDAGI QONUNNI AMALIYOTGA TATBIQ ETISH: O‘ZBEKISTONDA MOLIYAVIY INKLYUZIVLIKNING KONTSEPTUAL, METODOLOGIK VA INSTITUTSIONAL ASOSLARI 12
Abdullayev Azamat Akbar o‘g‘li
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЁТА В ОРГАНИЗАЦИЯХ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ НА ОСНОВЕ ОЦЕНКИ ОПЕРАТИВНОСТИ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО ЦИКЛА 17
Джуманиязова Сабина Михайловна
PAXTA TOZALASH USKUNALARI DETALLARINING XIZMAT MUDDATINI OSHIRISH UCHUN GETEROKOMPOZIT POLIMER MATERIALLAR TARKIBINI ISHLAB CHIQISH 22
Bakirov Lutfillo Yuldoshaliyevich
O‘ZBEKISTONDA ERKIN IQTISODIY ZONALAR FAOLIYATI: TAHLIL VA NATIJALAR 29
Ubaydullayev Muxammadjon Abdusamad o‘g‘li
Akbarov Diyorbek Ashirali o‘g‘li
TRANSFORMING CORPORATE GOVERNANCE TO MEET THE CHALLENGES OF MODERN BUSINESS MODELS 32
F. Djalilov
O‘ZBEKISTONDA QURILISH SOHASIDAGI TADBIRKORLIK SUBYEKTLARI RIVOJLANISH TENDENSIYALARI VA ULARNI BAHOLASH 41
Abdullayev Axror Jaxbarovich
ЭКОНОМИКА ГОРОДСКОЙ МОБИЛЬНОСТИ: ПОТЕНЦИАЛ ЭЛЕКТРИФИКАЦИИ ОБЩЕСТВЕННОГО ТРАНСПОРТА В РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАН 47
Махкамова Надира Саидмуратовна
MINTAQA TUMANLARI O‘RTASIDAGI INVESTITSIYA VA BANDLIK NOMUTANOSIBLIKLARI HAMDA ULARNI KAMAYTIRISH MEXANIZMLARI (BUXORO VILOYATI MISOLIDA) 55
Ergashev Sherali Erali o‘g‘li
BUXORO VILOYATI IQTISODIYOTINING STRUKTURAVIY TRANSFORMATSIYASI: AGRAR MODELDAN DIVERSIFIKATSIYALASHGAN TUZILMAGA O‘TISH TENDENSIYALARI (2020–2024-YILLAR) 60
Ergashev Sherali Erali o‘g‘li
IQTISODIYOTNI ERKINLASHTIRISHNING HOZIRGI BOSQICHIDA BANK TIZIMINI RIVOJLANTIRISH VA UNDA BOSHQARUVNING ZAMONAVIY PRINSIPLARINI JORIY ETISH 65
Tashmatov Shuhrat Hamrayevich
MAMLAKAT IQTISODIYOTIDA XIZMATLAR KO‘RSATISH IMKONIYATI VA UNI RIVOJLANTIRISH YO‘LLARI 71
Xalimov Shaxboz Xalimovich
O‘ZBEKISTONDA AVLODLARARO TRANSFERTLARNING NAZARIY ASOSLARI VA IQTISODIY MAZMUNI 77
Mamadaliyeva Xafiza Xoldarovna
To‘rayev Mirzohid Hoshim o‘g‘li
SUN’IY INTELLEKTNING O‘ZBEKISTON SOLIQ TIZIMI SAMARADORLIGINI OSHIRISHDAGI AHAMIYATI 83
Hamidova Shahzoda Odiljanovna

MUNDARIJA СОДЕРЖАНИЕ CONTENTS

MUNDARIJA СОДЕРЖАНИЕ CONTENTS

IQTISODIYOTDA SHAFFOFLIK, ISHONCH VA SAMARADORLIKNI TA'MINLASHDA AUDITORLIK FAOLIYATINI TAKOMILLASHTIRISHNING AHAMIYATI VA ZARURLIGI 88
Sabirova Nodira Komil qizi

RAQAMLI VALYUTALARNING IQTISODIYOTDAGI O'RNI VA MOLIYAVIY BARQARORLIKKA TA'SIRI 95
Nabiyeva Zilola Saydulla qizi

XORAZM VILOYATIDA HUDUDIY IQTISODIY BARQARORLIKNI TA'MINLASH YO'LLARI 101
Avazbek Xalbekov

IMPLEMENTATION OF PARETO ANALYSIS, SENSITIVITY ANALYSIS AND CVP MODELING TOOLS AT SATURN METAL LLC 108
Musaeva Shoira Azimovna

YOG'-MOY KORXONALARINING TA'MINOT ZANJIRINI TAKOMILLASHTIRISHDA SCOR (SUPPLY CHAIN OPERATIONS REFERENCE) MODELIDAN FOYDALANISHNING AFZALLIKLARI 116
Yuldashev Abduxakim Abdukarimovich

ИНСТИТУЦИОНАЛЬНО-ПРАВОВЫЕ МЕХАНИЗМЫ ПРИЗНАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ НЕФОРМАЛЬНОГО И ИНФОРМАЛЬНОГО ОБУЧЕНИЯ В УЗБЕКИСТАНЕ 122
Анвар Аллабергенов

RAQAMLI MOLIYAVIY XIZMATLARNING YASHIL INNOVATSIYALARNI RIVOJLANTIRISHDAGI ROLI 128
Allanazarova B.K.

BIOIQTISODIYOT-BARQAROR RIVOJLANISHNING STRATEGIK YO'NALISHLARIDAN BIRI 135
Azimova Muxlisa Alisherbekovna

KICHIK BIZNES TIZIMINING SINERGETIKEKONOMETRIK MODELINI ISHLAB CHIQISH VA UNING PARAMETRLARINI BAHOLASH 139
Atamuratova Gulrux Muzafarovna

RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA SUG'URTA BOZORINING O'ZIGA XOS XUSUSIYATLARI 145
Xoltoyev Mirusmon Mirxamit o'g'li

KIMYO SANOATI KORXONALARINING DIVERSIFIKATSIYALASHUV DARAJASINI NORMALLASHTIRILGAN ENTROPIYA INDEKSI ASOSIDA BAHOLASH 149
Razikov Otabek Rustamovich

O'ZBEKISTONDA TURIZM INFRATUZILMASINI RIVOJLANTIRISH IMKONIYATLARI VA YO'NALISHLARI 157
Matkabulova Dilorom Xalilullayevna

MINTAQA RAQOBATBARDOSHLIGIGA TA'SIR ETUVCHI ASOSIY KO'RSATKICHLARNI TAHLIL QILISH VA BAHOLASH. (Xorazm viloyati misolida) 165
Bekjanov Dilmurod Yuldashevich
Narmetova Dilafruz Azamatovna

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ НЕФТЕГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН И ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ 170
Ахмедова Шахноза Козим кизи

KREDITLASH VA MIKROQARZ TIZIMINING RIVOJLANISH TENDENSIYALARI TAHLILI 175
Elbekov Jasur Ergash o'g'li

O'ZBEKISTONDA AHOLINING UZOQ MUDDATLI FOYDALANILADIGAN TOVARLAR BILAN TA'MINLANISH DARAJASINI MODELLASHTIRISH VA PROGNOZLASH 181
Sharipova Bibijon Baxtiyorovna

ВНЕДРЕНИЕ ЦВЕТОВОЙ СИСТЕМЫ ПАКЕТОВ ДЛЯ РАЗДЕЛЬНОГО СБОРА ТВЁРДЫХ БЫТОВЫХ ОТХОДОВ В Г. ТАШКЕНТЕ: АДАПТАЦИЯ КОРЕЙСКОЙ МОДЕЛИ НА УРОВНЕ ДОМОХОЗЯЙСТВ 189
Джусупов Кубанычбек
ATMOSFERA HAVOSINI MUHOFAZA QILISHNING HUQUQIY MEXANIZMLARI: ZAMONAVIY YONDASHUV VA INNOVATSION YECHIMLAR 196
Shamuratov Shahzod Janibek o‘g‘li
SHAHARSOZLIKDA BARQAROR RIVOJLANISH KONSEPSIYASINI JORIY ETISH 200
Eshov Sherko‘zi Asatulloyevich
THE ROLE OF TAXES IN THE FORMATION OF LOCAL BUDGET REVENUES 205
Kimsanbaeva Maftuna Bakhodirovna
DETERMINANTS OF STAKEHOLDER SATISFACTION WITH CUSTOMS CLEARANCE IN UZBEKISTAN: AN EMPIRICAL ANALYSIS 209
Khanifakhon Solikhova
BANDLIKNI TA’MINLASHNING INNOVATSION YO‘NALISHLARI (Xorazm viloyati misolida) 213
Z. Sh. Matniyozova
JIZZAX VILOYATI QURILISH MATERIALLARI SANOATIDA IQTISODIY SAMARADORLIKKA TA’SIR ETUVCHI OMILLARNI BAHOLASH VA ISHLAB CHIQARISH HAJMINI PROGNOZLASH 218
Umirova Gulmira Shodiboy qizi
ИННОВАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ НИЗКОУГЛЕРОДНОЙ ЭНЕРГЕТИКИ В ЭКОНОМИКЕ УЗБЕКИСТАНА 224
Расулкулов Жамшидбек Акрамкулович
KORPORATIV BARQARORLIKNI RIVOJLANTIRISHDA EKOLOGIK JAVOBGARLIKNING O‘RNI VA AHAMIYATI 233
Komilova Guli Bagandik qizi
THE ROLE OF DIGITAL INFRASTRUCTURE IN PROMOTING GREEN ECONOMIC GROWTH: EVIDENCE FROM CENTRAL ASIAN ECONOMIES 238
Eshboyev Mirjalol Baxrom o‘g‘li
Ozatbekova Ozodaxon Nodirbek qizi
ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОЕ ИНТЕРВАЛЬНОЕ ОЦЕНИВАНИЕ СРЕДНЕГО ЗНАЧЕНИЯ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ, ПРИТЯГИВАЮЩЕГОСЯ К УСТОЙЧИВОМУ РАСПРЕДЕЛЕНИЮ 250
Турсунов Гафур Таирович
TIJORAT BANKLARI MOLIYAVIY HISOBOTI MUSTAQIL AUDITINING MOHIYATI VA O‘ZIGA XOS XUSUSIYATLARI: BANK FAOLIYATIGA XOS RISK OMILLARINI TASNIFLASH 259
Ibragimov Nodirbek Baxodir o‘g‘li
DEMOKRATIK TANLOV VA PROGRESSIV SOLIQQA TORTISHNING BARQARORLIGI 266
Malika Sharipova Maxmudjon qizi
O‘ZBEKISTON SHAROITIDA YASHIL ENERGETIKA MANBALARINI UTILIZATSIYA QILISHNING HUQUQIY ASOSLARI 273
Ibadov Shoxrux Axmatilloyevich
EKONOMETRIK MODELLASHTIRISH ASOSIDA TEMIR YO‘L TRANSPORTI IQTISODIY FAOLIYATINI PROGNOZLASH: 2030-YILGACHA SSENARIY TAHLILI 277
Fayzullayev Javlonbek Sultonovich
TO‘QIMACHILIK MAHSULOTLARI KORXONALARINING EKSPORT SALOHIYATINI OSHIRISHDA MARKETING DASTURINING O‘RNI 283
Musayeva Shoira Azimovna
O‘ZBEKISTONDA ISH BERUVCHINING FUQAROLIK JAVOBGARLIGINI MAJBURIY SUG‘URTA QILISH AMALIYOTINI TAKOMILLASHTIRISH 289
Karimberdiyeva Dilrabo Rasulovna

MUNDARIJA СОДЕРЖАНИЕ CONTENTS

MUNDARIJA СОДЕРЖАНИЕ CONTENTS

BANK TAVAKKALCHILIKLARINI BOSHQARISHDA SUG‘URTA INSTRUMENTLARINI QO‘LLASH AMALIYOTI VA UNI TAKOMILLASHTIRISH YO‘NALISHLARI 296
Matkarimova Ayman Jengisbaevna

O‘ZBEKISTONDA AGROSUG‘URTA BOZORINI RIVOJLANTIRISHNING IQTISODIY VA HUQUQIY OMILLARI 303
Jo‘rayeva Sarvinoz Baxtiyor qizi

BOSHQARISHDA SUG‘URTA INSTRUMENTLARINI QO‘LLASH AMALIYOTI VA UNI TAKOMILLASHTIRISH YO‘NALISHLARI 309
Mustafayeva Sevara Rustamovna

O‘ZBEKISTONDA SHAXSIY SUG‘URTA XIZMATLARI BOZORINI RAQAMLI TRANSFORMATSIYA QILISHNING USTUVOR YO‘NALISHLARI 314
Qodirova Farangiz Komilovna

COMPARATIVE ANALYSIS OF TOURISTS’ HOTEL SELECTION PREFERENCES IN THE MAJOR TOURISM REGIONS OF UZBEKISTAN 320
Sardor Kuvandikov

QORAQALPOG‘ISTON RESPUBLIKASINI BARQAROR RIVOJLANTIRISH METODOLOGIYASINING USTUVOR YO‘NALISHLARI 329
Madenova Elmira Nizamatdinovna

BOSHQARUV SIFATINI OSHIRISHDA XORIJIY TAJRIBALARDAN FOYDALANISH SAMARADORLIGI 334
Shoyev Davronbek Axmadjonovich

O‘ZBEKISTONDA UY-JOY QURILISHI KLASTERLARINI SHAKLLANTIRISH VA TARMOQNI 2032-YILGACHA RIVOJLANTIRISHNI PROGNOZLASH 340
Usmonov Mirumar Abdulla o‘g‘li

YANGI O‘ZBEKISTONDA TURIZM RIVOJINING DRAYVERI SIFATIDA DAVLAT TOMONIDAN QO‘LLAB-QUVVATLASH 349
Jannazarova Gauxar Kaipnazarovna
Raxmatova Sevinch Sobir qizi

O‘ZBEKISTONDA IFRSGA O‘TISH JARAYONIDA MOLIYAVIY HISOBOTLARNING BOSHQARUV QARORLARIGA TA’SIRI: UZAUTO MOTORS MISOLIDA 353
Samaroxonov Asqarxon Jamolxon o‘g‘li
Jo‘rayeva Zahro Toshpo‘latovna

SUG‘URTA KOMPANIYALARINING MOLIYAVIY XAVFSIZLIGINI TA’MINLASHDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALARNING O‘RNI 358
Pyotr Kim

TOSHKENT VILOYATI BO‘STONLIQ TUMANIDA TURISTIK ZONALARNI RIVOJLANTIRISHDA LOYIHAVIY BOSHQARUVNING TASHKILIYIQTISODIY AHAMIYATI (DAVLAT-XUSUSIY SHERIKLIK ASOSIDA) 364
Tolibboyev Zafarbek Axror o‘g‘li

TURIZM SANOATINI RIVOJLANTIRISHDA LOYIHAVIY BOSHQARUV MEXANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISH 372
Qarshiboyev Lochinbek Xusan o‘g‘li

OLIY TA’LIM MUASSASALARIDA ASOSIY VOSITALARDAN FOYDALANISH SAMARADORLIGI TAHLILINI MOLIYAVIY HISOBOTNING XALQARO STANDARTLARI ASOSIDA TAKOMILLASHTIRISH 379
Muxidinov Ayubbek Nuritdinovich

QASHQADARYODA NODAVLAT UNIVERSITETLARINING TASHKILIY RIVOJLANISHI: TALABALAR VA XODIMLAR POTENSIALINI TARKIBIY VA DEMOGRAFIK TAHLIL 382
Rahimov Sardor Uralovich

O‘ZBEKISTONDA SANOAT KORXONALARINING JOYLASHUVINING HOZIRGI HOLATI 388
Kudratov Muhammad Rustamovich
RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA STATISTIK MA’LUMOTLARNI SUN’IY INTELLEKT ASOSIDA TAHLIL QILISH IMKONIYATLARI 393
Umarov Abbos Nuriddin o‘g‘li
ТРАНСФОРМАЦИЯ ТОРГОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ИНТЕГРАЦИИ УЗБЕКИСТАНА И РОССИИ: ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫЕ ОГРАНИЧЕНИЯ, СТРУКТУРНАЯ ВЗАИМОЗАВИСИМОСТЬ И СЦЕНАРИИ РАЗВИТИЯ 400
Муниса Турдибаева
TURIZM SOHASIDA SIRKULYAR IQTISODIYOTNI RIVOJLANTIRISHNING TASHKILIY-IQTISODIY MEXANIZMLARI 410
Yuldosheva Laylo Isroilovna
MINTAQAVIY IQTISODIY O‘SISHNI TA’MINLASHDA SANOAT TARMOQLARINI RIVOJLANTIRISHNING USTUVOR YO‘NALISHLARI 416
Oramov Jahongir Jo‘rayevich
DAVLAT-XUSUSIY SHERIKLIK MUNOSABATLARIDA RISKLARNI BOSHQARISH 421
Ollokulova Feruza Mansurovna
O‘ZBEKISTON SANOAT KORXONALARIDA YUQORI TEXNOLOGIK USKUNALARNI XARID QILISH SAMARADORLIGINI OSHIRISHDA UMUMIY EGALIK QIYMATI (TCO) KONSEPSIYASINING AHAMIYATI 428
Dadamuxamedov Abduvaxob Abduvaxidovich
MOLIYAVIY HISOBOTNING XALQARO STANDARTLARI ASOSIDA HISOBOTNI TUZISH VA TAQDIM ETISH HAMDA AUDITINI TAKOMILLASHTIRISH 433
Xalilov Bahromjon Bahodirovich
O‘ZBEKISTON QISHLOQ XO‘JALIGINING SAMARADORLIGINI TA’MINLASHDA ZAMONAVIY SUG‘URTA MEXANIZMLARINI JORIY ETISH 441
Kalenov K.T.
TIJORAT BANKLARIDA IPOTEKA KREDITLARI SAMARADORLIGINI OSHIRISH YO‘LLARI 445
Sobirov Sayfiddin Baxrom o‘g‘li
ADIR EKOTIZIMLARINI BOSHQARISH SAMARADORLIGI KO‘RSATKICHLARI TAHLILI 455
Qodirov Hamidullo Madaminjonovich
AQSH VA XITOY O‘RTASIDAGI SAVDO URUSHINING JAHON IQTISODIYOTIGA TA’SIRI 466
Maxmudillayev Bahromjon Shavkatjon o‘g‘li
O‘ZBEKISTON FERMERLARINING XALQARO BOZORLARGA KIRISHINI KENGAYTIRISHDA EKSPORT KOOPERATSIYALARIDA ISHTIROK ETISHGA TA’SIR ETUVCHI OMILLARNI MARJINAL BAHOLASH 472
Tursunqulov G‘olibjon Shavkat o‘g‘li
TECHNOLOGY AND MODERN TOURISM: PAVING THE WAY FOR A SUSTAINABLE ENVIRONMENT 482
Freshta Qayoumi
SUG‘URTA KOMPANIYALARIDA INVESTITSIYA PORTFELINI BOSHQARISH SAMARADORLIGINI OSHIRISH MEXANIZMLARI 488
Ergashev Olim Kenjayevich
RAQAMLI TRANSFORMATSIYA SHAROITIDA SUG‘URTA SEKTORIDA INVESTITSIYA FAOLIYATINI RIVOJLANTIRISHNING USTUVOR YO‘NALISHLARI 496
Ergashev Olim Kenjayevich
ВЛИЯНИЕ ЦИРКУЛЯРНОЙ ЭКОНОМИКИ НА ПОВЫШЕНИИ РЕСУРСНОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЭКОНОМИКИ 503
Т.В. Ким

MUNDARIJA СОДЕРЖАНИЕ CONTENTS

MUNDARIJA СОДЕРЖАНИЕ CONTENTS

TIJORAT BANKLARI MOLIYAVIY HISOBOTI AUDITIGA KOMPYUTERLASHTIRILGAN AUDIT USULLARI (CAATS) VA TAHLILIY AMALLARNI JORIY ETISH 509
Ibragimov Nodirbek Baxodir o'g'li

JAMIYAT EVOLYUSIYASIDA BARQAROR IQTISODIY RIVOJLANISHNING AHAMIYATIGA DOIR NAZARIY TALQINLAR 516
Aripov Oybek Abdullayevich
Rustamov Dilshodjon Shaydullo o'g'li

SUG'URTA FAOLIYATINI BOSHQARISHDA INNOVATSION TEXNOLOGIYALARDAN FOYDALANISH SAMARADORLIGI 523
Umarova Aziza Hamidovna

O'ZBEKISTON MAJBURIY SUG'URTA BOZORIDA TARIF SIYOSATINI SHAKLLANTIRISH MASALALARI 529
Qo'ziyeva Nozima G'ayrat qizi

O'ZBEKISTONDA XORIJIY INVESTITSIYALARNI FAOL JALB QILISH XUSUSIDA 535
Artikbayev Dilshod Mumindjanovich

O'ZBEKISTONDA DUKKAKLI EKINLAR BOZORIDA NARX O'ZGARUVCHANLIGI VA FERMERLARNING DAROMAD BARQARORLIGI 541
Islamova Malika Ilyos qizi

ISLOM MOLIYASI VA YASHIL IQTISODIYOT SHAROITIDA KICHIK BIZNES MOLIYAVIY XAVFSIZLIGINI TA'MINLASH 547
Jo'raqulova Muhlisa Jahongir qizi

СОВРЕМЕННЫЕ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ УГРОЗЫ ФИНАНСОВОЙ БЕЗОПАСНОСТИ СТРАХОВЫХ КОМПАНИЙ И ПРИЧИНЫ ИХ ВОЗНИКНОВЕНИЯ 553
Петр Ким

BAA VA O'ZBEKISTONDA ISLOMIY BANKCHILIK TO'G'RISIDAGI QONUNLARNING QIYOSIY-HUQUQIY TAHLILI 559
Bektemirov Muhiddin Shomirza o'g'li

QURILISH KORXONALARIDA SUN'IY INTELLEKT ASOSIDAGI BOSHQARUV TIZIMLARINI TAKOMILLASHTIRISHNING STRATEGIK YO'NALISHLARI 564
Arifdjanova Zilola Dilshodovna

YENGIL SANOAT KORXONALARI FAOLIYATIDA MARKETING KOMMUNIKATSIYALARIDAN FOYDALANISHNI TAKOMILLASHTIRISH (Buxoro viloyati to'qimachilik korxonalari misolida) 570
Muxsinov Bekzod Toxirovich

YENGIL SANOAT KORXONALARI FAOLIYATIDA MARKETING KOMMUNIKATSIYALARIDAN FOYDALANISHNI TAKOMILLASHTIRISH (Buxoro viloyati to‘qimachilik korxonalari misolida)

Muxsinov Bekzod Toxirovich
Buxoro innovatsiyalar universiteti
“Iqtisodiyot va moliyaviy texnologiyalar” kafedrasi mudiri
Iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD), dotsent
ORCID: 0000-0003-4189-4146
Scopus Author ID: 57216543862

Annotatsiya: Maqolada yengil sanoat (to‘qimachilik) korxonalari faoliyatida marketing kommunikatsiyalaridan foydalanishni takomillashtirish masalalari Buxoro viloyati misolida tahlil etilgan. Tahliliy davr 2025-yilgacha yangilanib, viloyat yengil sanoati ishlab chiqarish dinamikasi, korxonalarning moliyaviy ko‘rsatkichlari hamda marketing xarajatlari va sof tushum o‘rtasidagi bog‘liqlik baholangan. Marketing xarajatlarining sof tushumga ta’sirini aniqlovchi yangilangan regressiya modeli (R^2 = 0,935) ishlab chiqilgan hamda tarmoq mahsulotlari sotuvining 2026–2030-yillarga prognozi asoslangan.

Kalit so‘zlar: marketing kommunikatsiyalari, integratsiyalashgan marketing kommunikatsiyasi, yengil sanoat, to‘qimachilik, reklama, kommunikatsiya samaradorligi, regressiya, prognoz.

Аннотация: В статье на примере Бухарской области исследованы вопросы совершенствования использования маркетинговых коммуникаций в деятельности предприятий лёгкой (текстильной) промышленности. Аналитический период обновлён до 2025 года; оценены динамика производства, финансовые показатели предприятий и связь между маркетинговыми затратами и чистой выручкой. Построена обновлённая регрессионная модель (R^2 = 0,935) и обоснован прогноз объёма продаж отрасли на 2026–2030 годы.

Ключевые слова: маркетинговые коммуникации, интегрированные маркетинговые коммуникации, лёгкая промышленность, текстиль, реклама, эффективность коммуникаций, регрессия, прогноз.

Abstract: The article examines the improvement of marketing communications in light (textile) industry enterprises, using the Bukhara region as a case. The analytical period is updated to 2025; the study assesses the dynamics of regional light-industry output, the financial indicators of enterprises, and the relationship between marketing expenditure and net revenue. An updated regression model (R^2 = 0.935) is developed, and a forecast of the sector‘s sales volume for 2026–2030 is substantiated.

Keywords: marketing communications, integrated marketing communications, light industry, textile, advertising, communication effectiveness, regression, forecasting.

KIRISH

Jahon iqtisodiyotida kuzatilayotgan raqamli transformatsiya va integratsiyalashuv jarayonlari korxonalarning iste’molchilar bilan o‘zaro munosabatlarini tubdan o‘zgartirmoqda. Iste’mol tovarlari bozorida yetakchi tarmoqlardan biri hisoblangan yengil sanoatda mijozlar bilan muntazam, ikki tomonlama va shaxsiylashtirilgan kommunikatsiya kanallariga ega bo‘lish raqobat ustunligini ta’minlovchi muhim omilga

aylangan. Manbalarga koʻra, jahonda yengil sanoat mahsulotlari eksporti soʻnggi yillarda barqaror oʻsib, 600 mlrd. AQSH dollaridan oshgan; Osiyo mamlakatlarining toʻqimachilik mahsulotlari boʻyicha ulushi 60 foizdan, kiyim mahsulotlari boʻyicha esa 68 foizdan yuqorini tashkil etgan.

Oʻzbekistonda “2022–2026-yillarga moʻljallangan Yangi Oʻzbekistonning taraqqiyot strategiyasi” doirasida paxta tolasini chuqur qayta ishlash orqali yuqori qoʻshilgan qiymatli tayyor mahsulotlar va toʻqimachilik mahsulotlari ishlab chiqarish hajmini 2,1 baravar, eksport koʻrsatkichini esa 2,6 baravar oshirish vazifalari belgilangan[1]. Toʻqimachilik va tikuv-trikotaj sanoatini jadal rivojlantirish hamda eksport salohiyatini oshirish boʻyicha sohaviy chora-tadbirlar ham belgilab berilgan[2]. Mazkur vazifalarning ijrosi korxonalarda moslashuvchan marketing kommunikatsiyasi siyosatini ishlab chiqish va raqamli kommunikatsiya vositalaridan keng foydalanishni taqozo etadi.

Tadqiqotning obyekti — Buxoro viloyatidagi yengil sanoat korxonalarining marketing kommunikatsiyasi faoliyati; predmeti — mazkur korxonalar faoliyatida marketing kommunikatsiyalaridan foydalanishni takomillashtirish bilan bogʻliq iqtisodiy jarayonlar. Tadqiqotning maqsadi yengil sanoat korxonalari faoliyatida marketing kommunikatsiyalaridan foydalanishni takomillashtirish boʻyicha ilmiy-amaliy takliflar ishlab chiqishdan iborat.

MAVZUGA OID ADABIYOTLAR SHARHI

“Kommunikatsiya” (lot. communicatio — umumiy qilaman, bogʻlayman, muloqot qilaman) tushunchasining ilk taʼriflaridan biri Aristotelning “Ritorika” asarida uchraydi: nutq soʻzlovchi, mavzu va tinglovchidan iborat. Hozirgi vaqtda ushbu tushunchaning 100 dan ortiq talqini mavjud. G.Lassuell ommaviy kommunikatsiya jarayonini tavsiflashda “beshta savol” modelini (kim? — nima deydi? — qaysi kanal orqali? — kimga? — qanday natija bilan?) taklif etgan.

Marketing kommunikatsiyalari nazariyasiga F.Kotler[3], J.J.Lamben[4], D.Shults, S.Tannenbaum, J.Bernet va S.Moriarti[5], P.Smit[6] hamda G.L.Bagiyev[7] kabi olimlar salmoqli hissa qoʻshgan. Turli mualliflarning “marketing kommunikatsiyalari” atamasiga bergan taʼriflari 1-jadvalda umumlashtirilgan (1-jadval).

1-jadval

“Marketing kommunikatsiyalari” atamasining olimlar tomonidan talqini[8]

Muallif	“Marketing kommunikatsiyalari” taʼrifining mazmuni
F.Kotler	Firma oʻz mahsuloti va brendlari haqida isteʼmolchilarni bevosita yoki bilvosita xabardor qilish, ishontirish va eslatishga harakat qiladigan vosita.
J.J.Lamben	Firmadan turli auditoriyalarga (mijozlar, yetkazib beruvchilar, aksiyadorlar, xodimlar) yoʻnaltirilgan signallar toʻplami.
G.L.Bagiyev	Marketing tizimi subyektlarining oʻzaro taʼsir qilish, muvofiqlashtirish hamda strategik va taktik qarorlar qabul qilish jarayoni.
P.Smit, K.Berri, A.Pulford	Biznes va bozor oʻrtasidagi tizimli munosabatlar; bozor holati toʻgʻrisidagi maʼlumotlar asosida maqsadli auditoriyaga gʻoyani yetkazish.
A.A.Romanov, A.V.Panko	Rasmiy (reklama, sotishni ragʻbatlantirish, PR) va norasmiy vositalar yordamida aloqa auditoriyalari bilan oʻrnatiladigan aloqalar.

Marketing kommunikatsiyalarining shakllanishi tarixiy jihatdan besh bosqichdan oʻtgan. XX asrning 90-yillarida shakllangan integratsiyalashgan marketing kommunikatsiyasi (IMK) konsepsiyasi barcha kommunikatsiya elementlarini yagona, izchil tizimga birlashtirib, sinergik samara yaratishga qaratilgan. 1989-

1 Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi PF-60-sonli “2022–2026-yillarga moʻljallangan Yangi Oʻzbekistonning taraqqiyot strategiyasi toʻgʻrisida”gi Farmoni. — https://lex.uz/docs/5841063
2 Oʻzbekiston Respublikasi Prezidentining 2017-yil 14-dekabrdagi PF-5285-sonli “Toʻqimachilik va tikuv-trikotaj sanoatini jadal rivojlantirish chora-tadbirlari toʻgʻrisida”gi hamda 2023-yil 10-yanvardagi PF-2-sonli Farmonlari. — https://lex.uz
3 Kotler F., Keller K.L. Marketing menejment. — SPb.: Piter, 2018. — 800 b.
4 Lamben J.J. Menedjment, oriyentirovannыy na rыnok. — SPb.: Piter, 2017. — 720 s.
5 Bernet J., Moriarti S. Marketingovыe kommunikatsii: integrirovannыy podxod. — SPb.: Piter, 2016. — 864 s.
6 Smit P., Berri K., Pulford A. Kommunikatsii strategicheskogo marketinga. — M.: YUNITI-DANA, 2017. — 415 s.
7 Bagiyev G.L., Tarasevich V.M. Marketing: uchebnik. — SPb.: Piter, 2018. — 556 s.
8 Manba: muallif ishlanmasi.

yilda Amerika reklama agentliklari assotsiatsiyasi IMKning ilk ta'rifini bergan, D. Shults esa uni reklama, to'g'ridan to'g'ri marketing, sotishni rag'batlantirish va jamoatchilik bilan aloqalarning strategik rollarini baholab, ularni birlashtiruvchi rejalashtirish jarayoni sifatida izohlaydi (1-rasm, 2-jadval)[9].

1-rasm. Marketing kommunikatsiyalarining rivojlanish bosqichlari[10]

2-jadval
Marketing kommunikatsiyalari evolyutsiyasining bosqichlari[11]

Vaqt davri	Bosqich	Bosqichning qisqacha tavsifi
1942–1960	Intuitiv bosqich	Real qismda logistika, virtual qismda aholi ongiga singdirish paydo bo'ladi; doimiy talabni ta'minlash asosiy o'rinda turadi.
1960–1970	Shakllanish bosqichi	Ommaviy kommunikatsiyalar doirasida marketing kommunikatsiyalari ajrala boshlaydi va savdo faoliyatida o'rin egallaydi.
1970–1990	Rivojlanish bosqichi	"Marketing kommunikatsiyalari" atamasi paydo bo'ladi; korxonalar undan ongli ravishda foydalanadi, reklama yetakchi tur bo'ladi.
1990–2006	Integratsiya bosqichi	Turli kommunikatsiya turlari va vositalarining o'zaro ta'siriga asoslangan IMKga o'tish talab etiladi.
2006–hozir	Ixtisoslashuv bosqichi	Vositalardan murakkab o'zaro ta'sirda, ijodiy yondashuv asosida samaradorlikni oshirishga qaratilgan foydalanish.

Mahalliy olimlardan Sh.J. Ergashxo'jayeva va boshqalarning ishlarida marketing kommunikatsiyalarining ilmiy-amaliy jihatlari yoritilgan[12]. Biroq, yuqorida qayd etilgan ishlarda yengil sanoat korxonalarida, xususan, mintaqaviy darajada IMK vositalaridan foydalanishni takomillashtirish va uning samaradorligini miqdoriy baholash masalalari yetarlicha o'rganilmagan. Bu esa tadqiqot mavzusining dolzarbligini belgilaydi.

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Tadqiqotda ilmiy abstraksiya, qiyosiy va statistik tahlil, guruhlash, korrelyatsion-regression tahlil, dispersion tahlil, so'rov hamda trend ekstrapolyatsiyasi usullaridan foydalanilgan. Korrelyatsion-regression tahlil yordamida marketing xarajatlari bilan sof tushum o'rtasidagi bog'liqlik, trend ekstrapolyatsiyasi orqali esa tarmoq mahsulotlari sotuvining istiqboldagi prognozi asoslab berilgan. Tadqiqot konsepsiyasi muallifning dissertatsiya ishi natijalariga tayanadi[13]. Empirik tahlil obyekti sifatida Buxoro viloyatida faoliyat yurituvchi "O'zto'qimachiliksanoat" uyushmasi tarkibidagi korxonalar, jumladan "Delux Fabric", "Buxoro komfort tekstil",

9 Shults D., Tannenbaum S., Lauterborn R. Novaya paradigma marketinga: integriruyemыe marketingovыe kommunikatsii. — M.: INFRA-M, 2016. — 233 s.
10 Manba: muallif ishlanmasi.
11 Manba: muallif ishlanmasi.
12 Ergashxo'jayeva Sh.J. Marketing kommunikatsiyalari: o'quv qo'llanma. — Toshkent: TDIU, 2021. — 248 b.
13 Muxsinov B.T. Korxonalar faoliyatida marketing kommunikatsiyalaridan foydalanishni takomillashtirish: iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi. — Toshkent: TDIU, 2023. — 155 b.

“Imidj-Tekstil” va “Rushan teks” mas’uliyati cheklangan jamiyatlari tanlab olingan. Ma’lumotlar bazasini O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi statistika agentligi[14], “O‘zto‘qimachiliksanoat” uyushmasi[15] va Buxoro viloyati statistika boshqarmasi[16] ma’lumotlari tashkil etadi. 2019–2021-yillar ko‘rsatkichlari rasmiy statistikaga, 2022–2025-yillar qiymatlari esa muallif tomonidan o‘rnatilgan o‘sish trendlari asosida baholashga tayanadi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Tadqiqot doirasida “kommunikatsiya” tushunchasi asosida “marketing kommunikatsiyalari” atamasi mijozlar, hamkorlar, yetkazib beruvchilar va xodimlarni o‘z ichiga olgan maqsadli aloqa auditoriyasiga korxona tomonidan axborot uzatish va o‘zaro munosabatlar o‘rnatish tizimi sifatida takomillashtirilgan. IMK kompleksining samaradorligi uch o‘lchovda — kommunikativ, iqtisodiy va ijtimoiy samaradorlikda namoyon bo‘ladi. Kommunikativ samaradorlik axborotni maqsadli auditoriyaga minimal yo‘qotish bilan yetkazish va brend xabardorligini oshirishni; iqtisodiy samaradorlik foyda, sotuv va sof daromadning o‘sishini; ijtimoiy samaradorlik esa maqsadli auditoriya bilan barqaror muloqot va mijozlar sodiqligini ifodalaydi (2-rasm)[17].

2-rasm. Integratsiyalashgan marketing kommunikatsiyasi samaradorligining uch o‘lchovli modeli[18]

Vositalardan birgalikda, muvofiqlashtirilgan foydalanish natijasida yuzaga keladigan sinergik samara alohida vositalar ta’sirining oddiy yig‘indisidan yuqori bo‘ladi. Real va virtual muhitda IMK vositalarining kesishish maydoni qanchalik katta bo‘lsa, sinergik samara shunchalik yuqori bo‘ladi.

Buxoro viloyati yengil sanoatida so‘nggi yillarda barqaror o‘sish kuzatilmoqda. Yengil sanoat mahsuloti ishlab chiqarish hajmi 2019-yildagi 2 961,4 mlrd. so‘mdan 2025-yilga kelib 11 380 mlrd. so‘mga, ya’ni qariyb 3,8 barobarga oshgani baholanmoqda. Mazkur jarayon viloyat sanoati va yalpi hududiy mahsulotining umumiy o‘sishi bilan uyg‘unlashgan hamda yengil sanoatning viloyat sanoatidagi ulushi 27 foizga yaqinlashgan (3-rasm, 3-jadval).

14 O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi statistika agentligi rasmiy veb-sayti. — https://stat.uz
15 “O‘zto‘qimachiliksanoat” uyushmasi rasmiy ma’lumotlari. — https://uzto.uz
16 Buxoro viloyati statistika boshqarmasi. Buxoro viloyatining ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishi: statistik to‘plam. — Buxoro, 2025.
17 Lee D.H., Park C.W. Conceptualization and Measurement of Multidimensionality of Integrated Marketing Communications // Journal of Advertising Research. — 2007. — P. 222–236.
18 Manba: muallif ishlanmasi.

3-rasm. Buxoro viloyatida yengil sanoat mahsulotlari ishlab chiqarish hajmining 2019–2025-yillardagi dinamikasi[19]

3-jadval

Buxoro viloyati yengil sanoatining asosiy makrokoʻrsatkichlari, 2019–2025-yillar[20]

Koʻrsatkich	Oʻlch. bir.	2019	2021	2023	2024	2025
Yalpi hududiy mahsulot	mlrd. soʻm	28 143	38 742	55 800	65 200	75 600
Sanoat mahsuloti, jami	mlrd. soʻm	14 798	20 827	30 200	35 800	42 100
Yengil sanoat mahsuloti	mlrd. soʻm	2 961	5 084	7 850	9 520	11 380
Yengil sanoat ulushi	%	20,0	24,4	26,0	26,6	27,0
Viloyat eksporti	mln. doll.	142,0	135,1	197,0	224,0	251,0

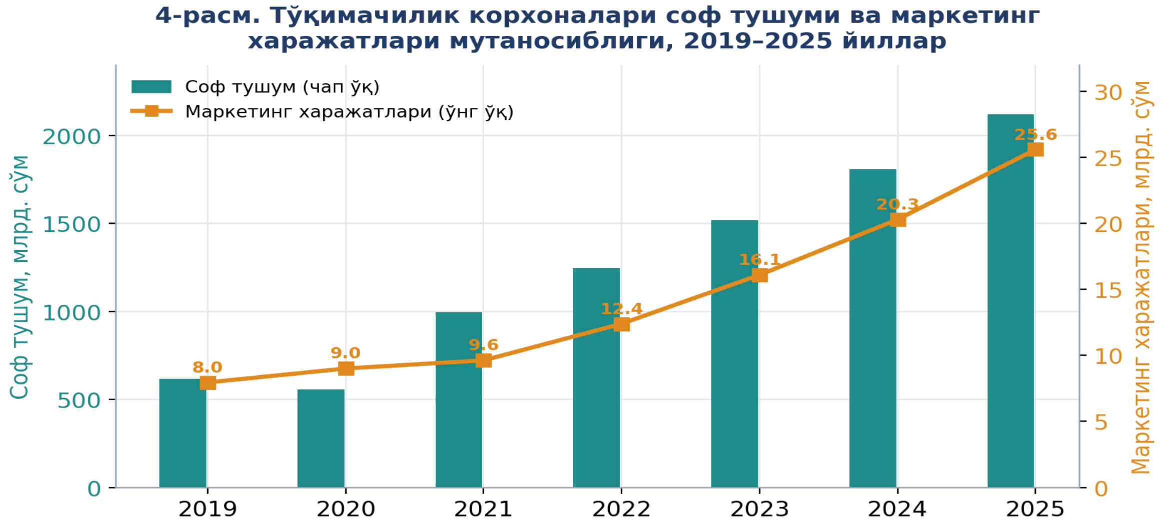
“Oʻztoʻqimachiliksanoat” uyushmasi tarkibidagi viloyat korxonalarining sof tushumi 2019–2025-yillarda barqaror oʻsib, 2,1 trln. soʻmga yetgani baholanmoqda. Marketing xarajatlarining mutlaq hajmi va ulushi ham izchil ortib bormoqda. Bu korxonalar tomonidan kommunikatsiya faoliyatiga eʼtibor kuchayayotganini koʻrsatadi. Marketing xarajatlarining koʻpayishi korxonaning bozordagi oʻrnini mustahkamlashni, bozor ulushining va mahsulot sotish hajmining ortishini taʼminlaydi (4-jadval, 4-rasm).

4-jadval

Viloyat toʻqimachilik korxonalarining moliyaviy koʻrsatkichlari dinamikasi, 2019–2025-yillar[21]

Koʻrsatkich	Oʻlch. bir.	2019	2021	2023	2024	2025
Ishlovchilar soni	kishi	5 101	4 637	6 120	6 840	7 520
Mahsulot sotishdan sof tushum	mln. soʻm	618 539	994 370	1 520 000	1 810 000	2 120 000
Marketing xarajatlari	mln. soʻm	7 955	9 629	16 100	20 300	25 600
Marketing xaraj. ulushi	%	1,29	0,97	1,06	1,12	1,21
Hisoblangan ish haqi fondi	mln. soʻm	58 567	61 740	98 400	121 800	148 600

19 Manba: muallif ishlanmasi.
20 Manba: muallif ishlanmasi.
21 Manba: muallif ishlanmasi.



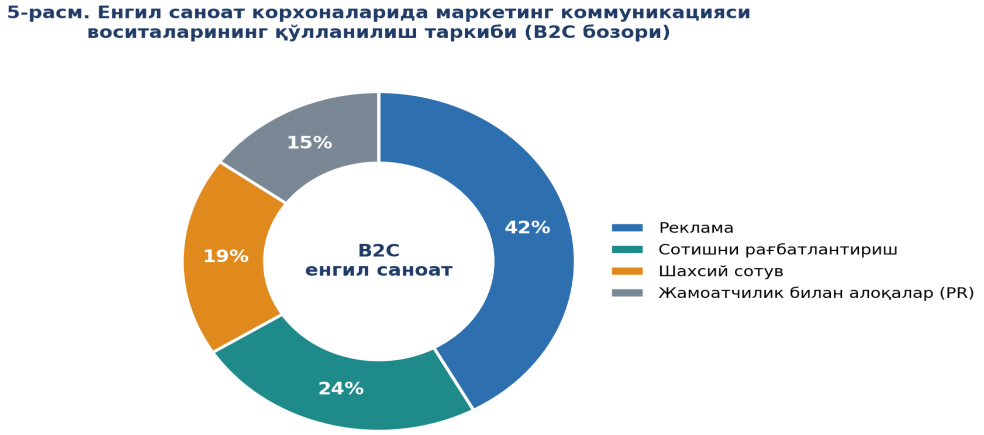
4-rasm. To'qimachilik korxonalarida sof tushum va marketing xarajatlari o'rtasidagi mutanosiblikning 2019–2025-yillardagi dinamikasi[22]

Marketing xarajatlari (X) bilan sof tushum (Y) oʻrtasidagi bogʻliqlikni baholash maqsadida 2019–2025-yillar maʼlumotlari asosida chiziqli regressiya modeli qurildi:

$Y = 18\,185{,}16 + 86{,}518 \cdot X$, $R^2 = 0{,}935$

Determinatsiya koeffitsiyenti **R^2 = 0,935** sof tushum oʻzgaruvchanligining **93,5 foizi** marketing xarajatlari bilan izohlanishini, oʻrtacha qiymatlardagi elastiklik (≈ 0,99) esa marketing xarajatlari **1 foizga** oshganda sof tushumning qariyb **0,99 foizga** ortishini koʻrsatadi. Bu marketing xarajatlarini xarajat emas, balki investitsiya sifatida koʻrib chiqish zarurligini tasdiqlaydi.

Yengil sanoat (B2C) bozorida marketing kommunikatsiyasi vositalarining ahamiyati reklama, sotishni ragʻbatlantirish, shaxsiy sotuv va jamoatchilik bilan aloqalar (PR) tartibida kamayib boradi. Tahlillar toʻqimachilik korxonalari kommunikatsiya budjetining asosiy qismi reklamaga (≈42%) hamda sotishni ragʻbatlantirishga (≈24%) yoʻnaltirilishini koʻrsatadi (5-rasm).



5-rasm. Yengil sanoat korxonalarida marketing kommunikatsiyasi vositalaridan foydalanish tarkibi (B2C bozori)[23]

Yengil sanoat korxonalarida reklamaning samaradorligini oshirishda uning beshta tarkibiy elementidan ("5M" modeli) tizimli foydalanish taklif etiladi. Shaxsiy sotuvning samaradorligi esa sotuvchining beshta omiliga bogʻliq: qabul qilingan bilim va tajriba, ishonchlilik, isteʼmolchini bilish va tushunish, moslashuvchanlik hamda ishontirish strategiyasidan foydalanish (5-jadval).

22 Manba: muallif ishlanmasi.
23 Manba: muallif ishlanmasi.

5-jadval

Yengil sanoat korxonalarida reklamaning “5 M” elementlari[24]

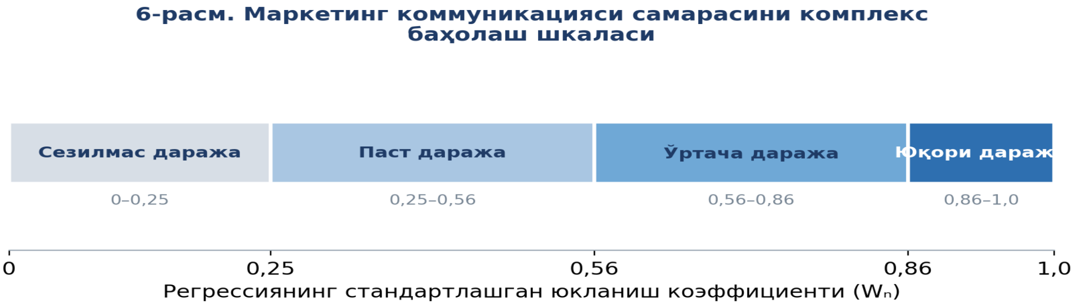
Element	Mazmuni va vazifasi
Mission (Maqsad)	Reklama kampaniyasining aniq maqsadini belgilash — xabardor qilish, ishontirish yoki eslatish.
Money (Byudjet)	Reklamaga ajratiladigan moliyaviy resurslar hajmini optimal aniqlash.
Message (Xabar)	Maqsadli auditoriyaga mos, esda qoladigan va ishontiruvchi axborot xabarini ishlab chiqish.
Media (Vositalar)	Xabarni yetkazish uchun eng samarali kanal va vositalar kombinatsiyasini tanlash.
Measurement (Baholash)	Reklama natijalarini oʻlchash va kelgusi kampaniyalarni shu asosda rejalashtirish.

Marketing kommunikatsiyasi vositalaridan foydalanish samaradorligini baholashda mahsulot sotishdan tushgan sof tushum oʻzgarishiga kommunikatsiya vositalari (reklama, PR, sotishni ragʻbatlantirish va shaxsiy sotuv) ta’sirini regressiyaning standartlashgan yuklanish koeffitsiyenti (W_n) asosida oʻlchash tavsiya etiladi. Buning uchun toʻrt darajali kompleks baholash shkalasi ishlab chiqilgan. Koeffitsiyentning yuqori darajasi kommunikatsiyaga qilingan xarajatlar korxona faoliyatiga kuchli ijobiy ta’sir etganini bildiradi (6-jadval; 6-rasm).

6-jadval

Marketing kommunikatsiyasi samarasini kompleks baholash shkalasi[25]

Kommunikatsiya samarasi darajasi	W_n koeffitsiyenti oraligʻi	Talqini
Sezilmas daraja	0 – 0,25	Xarajatlarning ta’siri sezilmaydi
Past daraja	0,25 – 0,56	Cheklangan ijobiy ta’sir
Oʻrtacha daraja	0,56 – 0,86	Barqaror ijobiy ta’sir
Yuqori daraja	0,86 – 1,00	Kuchli ijobiy ta’sir



6-rasm. Marketing kommunikatsiyasi samaradorligini kompleks baholash shkalasi[26]

Viloyat toʻqimachilik korxonalarining kommunikatsiya salohiyatini kuchaytirish maqsadida “Oʻztoʻqimachiliksanoat” uyushmasi negizida media, marketing, brending va PR xizmatlarini koʻrsatuvchi «Textile Makon» mediamarkazini yoʻlga qoʻyish taklif etiladi. Mazkur mediamakon korxonalarning sanoat tadbirlarida axborotdan foydalanish va kommunikatsiya darajalarini, modernizatsiya jarayonining barqarorligini oshirish orqali raqobatbardoshlikni ta’minlash imkonini beradi. Shuningdek, mijozlarga motivatsion yondashuv va qiymat yaratishga asoslangan integratsiyalashgan marketing kommunikatsiyasi modeli ishlab chiqilgan boʻlib, undagi vositalar, kanallar va kommunikatsiyalar mijozlar bilan munosabatlar samaradorligini oshirish uchun shart-sharoit yaratadi.

2025-yilni bazaviy yil sifatida olgan holda, Buxoro viloyati yengil sanoat mahsulotlari sotuvi hajmining 2026–2030-yillarga prognozi ishlab chiqildi. Tikuv-trikotaj kiyimlari sotuvi dinamikasi $y = 60{,}764 \cdot e^{0\cdot1898x}$

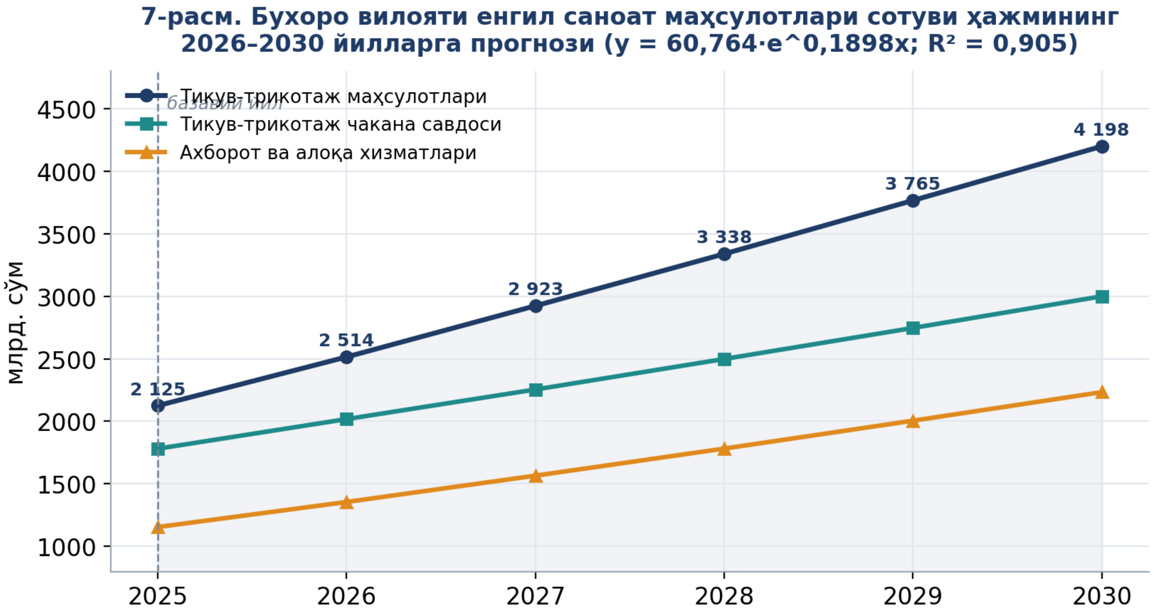
24 Manba: muallif ishlanmasi.
25 Manba: muallif ishlanmasi.
26 Manba: muallif ishlanmasi.

eksponensial model bilan ifodalanib, ishonchlilik koeffitsiyenti R^2 = 0,905 ni tashkil etdi. Prognozga ko'ra, 2030-yilga kelib tikuv-trikotaj mahsulotlari sotuvi 4 198 mlrd. so'mga, axborot va aloqa sohasidagi xizmatlar hajmi esa 2 233 mlrd. so'mga yetishi kutilmoqda (7-jadval, 7-rasm).

7-jadval

Buxoro viloyati yengil sanoat mahsulotlari sotuvi hajmining 2026–2030-yillarga prognozi, mlrd. so'm[27]

Yillar	Tikuv-trikotaj mahsulotlari	Chakana savdo	Axborot va aloqa xizmatlari	Kommunikatsiyalar
2025 (baza)	2 125,3	1 781,0	1 154,9	977,7
2026	2 514,3	2 017,6	1 355,3	1 099,5
2027	2 922,8	2 254,1	1 565,6	1 221,3
2028	3 337,8	2 498,0	1 782,0	1 343,1
2029	3 765,0	2 746,0	2 005,0	1 464,9
2030	4 198,0	2 999,0	2 233,0	1 586,7



7-rasm. Buxoro viloyatida yengil sanoat mahsulotlari sotuvi hajmining 2026–2030-yillarga prognozi[28]

XULOSA VA TAKLIFLAR

O'tkazilgan tadqiqot asosida quyidagi xulosa va takliflar shakllantirildi:

"Kommunikatsiya" tushunchasi asosida "marketing kommunikatsiyalari" atamasi mijozlar, hamkorlar, yetkazib beruvchilar va xodimlarni o'z ichiga olgan maqsadli aloqa auditoriyasiga axborot uzatish va o'zaro munosabatlar o'rnatish tizimi sifatida takomillashtirildi.

Buxoro viloyati yengil sanoati 2019–2025-yillarda barqaror o'sib, yengil sanoat mahsuloti hajmi qariyb 3,8 barobarga oshgan va uning viloyat sanoatidagi ulushi 27 foizga yaqinlashgan.

Yangilangan regressiya modeli (R^2 = 0,935; elastiklik ≈ 0,99) marketing xarajatlari bilan sof tushum o'rtasida kuchli bog'liqlikni tasdiqladi. Shu sababli korxonalarda marketing xarajatlarini investitsiya sifatida rejalashtirish va ularning ulushini bosqichma-bosqich oshirib borish maqsadga muvofiq.

Kommunikatsiya samaradorligini regressiyaning standartlashgan yuklanish koeffitsiyenti (W_n) asosida to'rt darajali shkala bo'yicha kompleks baholash korxonalarga har bir vositaning real ta'sirini miqdoriy o'lchash imkonini beradi.

27 Manba: muallif ishlanmasi.
28 Manba: muallif ishlanmasi.

"O'zto'qimachiliksanoat" uyushmasi negizida «Textile Makon» mediamarkazini yo'lga qo'yish, reklamaning "5M" elementlaridan tizimli foydalanish va integratsiyalashgan marketing kommunikatsiyasi modelini joriy etish tavsiya etiladi.

Ishlab chiqilgan prognoz ko'rsatkichlari (2026–2030-yillar) viloyat yengil sanoat korxonalarining uzoq muddatli marketing strategiyasini va kommunikatsiya budjetini asoslashda amaliy yo'riqnoma bo'lib xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2022 йил 28 январдаги ПФ-60-сонли «2022–2026 йилларга мўлжалланган Янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегияси тўғрисида»ги Фармони. — https://lex.uz/docs/5841063
2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2017 йил 14 декабрдаги ПФ-5285-сонли «Тўқимачилик ва тикув-трикотаж саноатини жадал ривожлантириш чора-тадбирлари тўғрисида»ги ҳамда 2023 йил 10 январдаги ПФ-2-сонли Фармонлари. — https://lex.uz
3. Котлер Ф., Келлер К.Л. Маркетинг менежмент. — СПб.: Питер, 2018. — 800 б.
4. Ламбен Ж.Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок. — СПб.: Питер, 2017. — 720 с.
5. Бернет Ж., Мориарти С. Маркетинговые коммуникации: интегрированный подход. — СПб.: Питер, 2016. — 864 с.
6. Смит П., Берри К., Пулфорд А. Коммуникации стратегического маркетинга. — М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2017. — 415 с.
7. Багиев Г.Л., Тарасевич В.М. Маркетинг: учебник. — СПб.: Питер, 2018. — 556 с.
8. Шультс Д., Таннэнбаум С., Лаутерборн Р. Новая парадигма маркетинга: интегрируемые маркетинговые коммуникации. — М.: ИНФРА-М, 2016. — 233 с.
9. Эргашхўжаева Ш.Ж. Маркетинг коммуникациялари: ўқув қўлланма. — Тошкент: ТДИУ, 2021. — 248 б.
10. Lee D.H., Park C.W. Conceptualization and Measurement of Multidimensionality of Integrated Marketing Communications // Journal of Advertising Research. — 2007. — P. 222–236.
11. Мухсинов Б.Т. Корхоналар фаолиятида маркетинг коммуникацияларидан фойдаланишни такомиллаштириш: иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD) диссертацияси. — Тошкент: ТДИУ, 2023. — 155 б.
12. Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги статистика агентлиги расмий веб-сайти. — https://stat.uz
13. Бухоро вилояти статистика бошқармаси. Бухоро вилоятининг ижтимоий-иқтисодий ривожланиши: статистик тўплам. — Бухоро, 2025.
14. «Ўзтўқимачиликсаноат» уюшмаси расмий маълумотлари. — https://uzto.uz

YASHIL

IQTISODIYOT&TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Ingliz tili muharriri: Feruz HAKIMOV

Musahhih: Zokir ALIBEKOV

Sahifalovchi va dizayner: Hasan MAQSUDOV

2026. № 6/6

© Materiallar ko‘chirib bosilganda ““Yashil” iqtisodiyot va taraqqiyot” 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.

Mazkur jurnalda maqolalar chop etish uchun quyidagi havolalarga
maqola, reklama, hikoya va boshqa ijodiy materiallar yuborishingiz mumkin.
Materiallar va reklamalar pullik asosda chop etiladi.
El.Pochta: sq143235@gmail.com
Bot: @iqtisodiyot_77
Tel.: 93 718 40 07

Jurnalga istalgan payt quyidagi rekvizitlar orqali obuna bo‘lishingiz mumkin. Obuna bo‘lgach, @iqtisodiyot_77 telegram sahifamizga to‘lov haqidagi ma’lumotni skrinshot yoki foto shaklida jo‘natishingizni so‘raymiz. Shu asosda har oygi jurnal yangi sonini manzilingizga jo‘natamiz.

““Yashil” iqtisodiyot va taraqqiyot” jurnali 03.11.2022-yildan
O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Adminstratsiyasi huzuridagi
Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan
№566955 reyestr raqami tartibi bo‘yicha ro‘yxatdan o‘tkazilgan.
Litsenziya raqami: №046523. PNFL: 30407832680027

Manzilimiz: Toshkent shahar, Mirzo Ulug‘bek tumani
Kumushkon ko‘chasi, 26-uy.

Jurnal sayti: https://yashil-iqtisodiyot-taraqqiyot.uz