



IQTISODIYOT&TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

No2



ISSN: 2992-8982

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

2026



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Bosh muharrir:

Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich

Elektron nashr. 2026-yil, fevral.

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 Shoiraz 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.
Utayev Uktam Choriyevich, O'z.Respub. Bosh prokuraturasi boshqarma boshlig'i o'rinbosari
Ochilov Farkhod, O'zbekiston Respublikasi Bosh prokuraturasi IJQKD 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.
Abdukurimova Dinara Rustamxanovna, bank-moliya akademiyasi professori, DSc., professor.
Ikrarov Murod Akramovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Nazarova Ra'no Rustamovna, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor



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 Kongirathbay 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 Bakhridinovich, 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 Shoiraz 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
Utayev Uktam Choriyevich, Deputy Head of Department, Prosecutor General's Office of Uzbekistan
Ochilov Farkhod, Head of DCEC, Prosecutor General's Office of Uzbekistan
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 Bekdavat 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 Bekdavat 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 Ilhomiddin, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Khakimov Ziyodulla Akhmadovich, Doctor of Economic Sciences, Associate Professor
Kamilova Iroda Xusniddinovna, Doctor of Philosophy (PhD) in Economics
Gafurov Doniyor Orifovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Pedagogy
Fayziyev Oybek Raximovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economics, Associate Professor
Tukhtabayev Jamshid Sharafetdinovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economics, Associate Professor
Khamidova Faridaxon 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 mehmoxona faoliyati

Muassis: "Ma'rifat-print-media" MChJ

Hamkorlarimiz: Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti, O'zR Tabiat resurslari vazirligi, O'zR Bosh prokuraturasi huzuridagi IJQK 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

TIJORAT BANKLARINING INVESTITSIYA LOYIHALARINI KREDITLASH MEKANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISH.....	40
Faxriddinov Temur Faxriddin o'g'li	
TEMIR YO'L YO'LLARINI TA'MIRLASH KORXONALARINING IQTISODIY SAMARADORLIGINI OSHIRISH OMILLARI.....	46
Allabergenov Sherzod Maksudbayevich	
BANKLARNI TRANSFORMATSIYALASH JARAYONIDA INVESTITSION KREDITLASHNING XORIJ TAJRIBASI.....	51
Tuxsanov Eldor Dilmurod o'g'li	
O'ZBEKISTONDA BUDJET OCHIQLIGINI TA'MINLASH BO'YICHA QONUNCHILIK BAZASINING EVOLYUTSIYASI VA RIVOJLANISH BOSQICHLARI.....	55
Mamanov Alisher Umbarovich	
ENERGETIKA TARMOG'I KORXONALARIDA INNOVATSION TEXNOLOGIYALARNI QO'LLASH YO'LLARI.....	60
Xamdamova Gavxar Absamatovna	
SMART UNIVERSITET MODELINING XALQARO TAJRIBASI VA UNI YANGI O'ZBEKISTON TA'LIM TIZIMIGA MOSLASHTIRISH MASALALARI.....	65
Saloxiddinova Sitora Baxodir qizi	
IJTIMOIIY OBYEKTlarda QURILISH XIZMATLARINI MOLiyALASHTIRISHNING NAZARIY – ASOSIY TAMOIYILLARI.....	68
Gapparov Azim Qayumovich	
QURILISH MATERIALLARI SANOATI KORXONALARINING ISHLAB CHIQRISH FAOLIYATIGA RAQAMLI TRANSFORMATSIYANI JORIY ETISH ORQALI RAQOBATBARDOSHLIKNI TA'MINLASH.....	72
Zaripov Shoxboz Alijon o'g'li	
O'ZBEKISTONDA MASOFAVIY BANK XIZMATLARINING IQTISODIY VA IJTIMOIIY BARQARORLIKKA TA'SIRI.....	75
Kolmatova Asila Menglimurod qizi	
РОЛЬ GREEN BONDS В МЕЖДУНАРОДНОЙ ФИНАНСОВОЙ СТРАТЕГИИ КОММЕРЧЕСКИХ БАНКОВ.....	81
Н.Т. Бекназарова	
BARQAROR RIVOJLANISH SHAROITIDA EKOLOGIK BOSHQARUV VA AUDIT.....	86
Shaymatova Nargiza Ashurovna	
NORASMIY IQTISODIYOTNING MAVJUDLIGINING NAZARIY MASALALARI VA UNI ANIQLASHNING USLUBIY YONDASHUVLARI.....	93
Alimardonov G'ayratjon Nuraliyevich	
DIGITAL TWIN-BASED DECISION SUPPORT FOR COST OPTIMIZATION AND RISK MANAGEMENT IN INFRASTRUCTURE SYSTEMS.....	99
Nelyufar Umarovna Dadabayeva	
PAXTA BO'LAKCHASINING OG'MA TO'RLI YUZA SIRTI BO'YLAB HAVO OQIMI TA'SIRIDAGI HARAKATINING MATEMATIK MODELI.....	108
Karimov Abdusamat	
АДАПТИВНОСТЬ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ К ВНЕШНИМ РИСКАМ И ГЕОЭКОНОМИЧЕСКИМ ТЕНДЕНЦИЯМ.....	115
Бабаджанов Шухрат Атахмович	
“TIBBIYOT BOZORINING UZLUKSIZ RIVOJLANISHI UCHUN MEKANIZMLARNI TAKOMILLASHTIRISH YONDASHUVLARI”.....	120
Abdumalikov Shoxjahon Jaloliddin o'g'li	
KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIKNING MEHNAT BOZORI RIVOJLANISHIDAGI ROLI VA BANDLIKKA TA'SIRI.....	124
Egamberdiyev Abdujabbor Xusanovich	



XORAZM VILOYATIDA ETNOGRAFIK TURIZMNI BARQAROR RIVOJLANTIRISH MEXANIZMINING AHAMIYATI	129
Ro'zimatova Shaxlo Baltaboy qizi	
THE FEAR OF MISSING OUT (FOMO) EFFECT IN ADVERTISING AND ITS NEUROPSYCHOLOGICAL IMPACT ON IMPULSE BUYING	134
Negmatov Nodir Nozimovich	
O'ZBEKISTONDA TRANSPORT XIZMATINI TASHKIL ETISHNING ASOSIY IQTISODIY KO'RSATKICHLARI VA TENDENSIYALARI TAHLILI.....	139
Aytiyeva Sevara	
TO'QIMACHILIK SANOATIDA INVESTITSION LOYIHALARNI BOSHQARISH METODOLOGIYASINI TAKOMILLASHTIRISHDA INNOVATSION YONDASHUVLAR.....	144
Qurbonov Jasurbek Pozilovich	
YASHIL IQTISODIYOTNING MOHIYATI VA O'ZBEKISTON UCHUN AHAMIYATI.....	149
Abdullayeva Matluba Nematovna, Nuriddinov Kamoliddin Faxriddin o'g'li	
XIZMAT KO'RSATISH SOHASIDA KICHIK KORXONALAR RAQOBATBARDOSHLIGIGA TA'SIR ETUVCHI OMILLAR TAHLILI.....	155
Axmedov Sanjar Temur o'g'li	
POPULATION IMPACT ON CONSUMER CULTURE AND NATIONAL ECONOMIC GROWTH.....	160
Rustamov Sherov Oblokulovich	
AVTOTRANSPORT KORXONALARINING IQTISODIY KO'RSATKICHLARI TAHLILI VA ULARNI YAXSHILASHGA TA'SIR ETUVCHI OMILLAR.....	164
Laylo Akbarova, Komolov Adxam Dilshod o'g'li	
MODELING THE DIFFUSION OF DIGITAL BANKING ADOPTION IN UZBEKISTAN: EVIDENCE FROM TBC BANK USING THE BASS DIFFUSION MODEL AND A HYBRID REGRESSION APPROACH	169
Feruza Nabieva	
YASHIL IQTISODIYOT SHAROITIDA EKOLOGIK XARAJATLARNI BUXGALTERIYA HISOBIDA AKS ETTIRISH VA BAHOLASH	176
Rabbimov Elbek Abdulloyevich, G'afforov Ilhom Ilyosjonovich, Ergashev Olloyor Furqat o'g'li	
O'ZBEKISTONNING YANGI BOZORLARGA CHIQUISHIDA FAOL MARKETING VOSITALARIDAN FOYDALANISHNING INTEGRALLASHGAN MODELI.....	183
Baqoyev Sunnatillo Burxon o'g'li	
O'ZBEKISTONDA TADBIRKORLIK FAOLIYATIGA RAQAMLI TEXNOLOGIYALARNI JORIY ETISHNING ILMIY-KONSEPTUAL ASOSLANISHI.....	188
Salaydinov Shodiyor Nizom o'g'li	
TIJORAT BANKLARIDA KREDIT PORTFELI SIFATINI OSHIRISH VA KREDIT RISKINI BOSHQARISH MEXANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISH	194
Turg'unov Nodirbek Muminjanovich	
SANOAT KORXONALARI TUZILMASINI TAKOMILLASHTIRISH MEXANIZMI	198
Jabborov Elbek Erkin o'g'li	
SOLIQ STAVKALARINI TABAQALASHTIRISHNING TADBIRKORLIK FAOLIYATINI RIVOJLANISHGA TA'SIRI.....	202
Abduraimova Nigora Abdugapparovna	
MINTAQALAR IQTISODIY RIVOJLANISHIDAGI TAFOVUTLARNI KAMAYTIRISHNI TA'MINLASHDAGI XORIJ MAMLAKATLAR TAJRIBASI.....	208
Egamov Temur Muzaffarovich	
RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA SANOAT KORXONALARIDA INNOVATSION FAOLIYATNI MOLYAVIY RAG'BATLANTIRISH IMKONIYATLARI.....	213
Baxriddinov Nodirbek Zamirdinovich	
MINTAQA IQTISODIYOTINI BARQAROR RIVOJLANTIRISHDA XIZMATLAR SOHASINING O'RNI VA OBYEKTIV ZARURLIGI.....	217
Achilova Firuza Kurbanovna	
INVESTITSIYALARNI JALB ETISH ORQALI MAXSUS IQTISODIY ZONALARNING SAMARADORLIGINI OSHIRISH.....	222
Ergashev Olim	



KICHIK BIZNES INNOVATSION FAOLIYATINING RIVOJLANISHIDAGI ASOSIY TENDENSIYALAR	227
Amirov Zubaydulla Toir o'g'li	
KICHIK BIZNESNI RIVOJLANTIRISHDA YOSHLAR TADBIRKORLIGINING O'RNI VA AHAMIYATI	233
Isakjanova Saboxat Muhamedovna	
KORPORATIV BOSHQARUV TIZIMIDA AKSIYADORLAR HUQUQLARINI HIMOYA QILISH MEXANIZMLARINI XALQARO STANDARTLAR ASOSIDA TAKOMILLASHTIRISH	238
Xakimov Uchkun Xamitovich	
RAQAMLI TRANSFORMATSIYA SHAROITIDA MILLIY MAKROIQTISODIY SIYOSATNI TAKOMILLASHTIRISH YO'NALISHLARI	242
Mardanova Ra'no Isakovna	
XUSUSIY VA DAVLAT SHIFOXONALARI UCHUN RAQAMLI MARKETING STRATEGIYALARINI QIYOSIY TAHLIL	246
Yakubov Temur G'anibekovich	



XUSUSIY VA DAVLAT SHIFOXONALARI UCHUN RAQAMLI MARKETING STRATEGIYALARINI QIYOSIY TAHLIL

Yakubov Temur G'anibekovich

Abu Rayhon Beruniy nomidagi Urganch davlat universiteti
mustaqil izlanuvchi

E-mail: temuryakubov68@gmail.com

Orcid kod: 0009-0004-5435-5998

Annotatsiya. Mazkur maqolada O'zbekiston sharoitida xususiy va davlat shifoxonalari uchun raqamli marketing strategiyalarining qiyosiy tahlili amalga oshirilgan. Tadqiqotning asosiy maqsadi raqamli marketing vositalaridan foydalanish darajasi, strategik yondashuvlar va ularning samaradorligini solishtirish orqali har ikki turdagi tibbiyot muassasalari uchun ustuvor yo'nalishlarni aniqlashdan iborat. Tadqiqot metodologiyasi adabiyotlar tahlili, qiyosiy tahlil, so'rovnoma (150 respondent), intervyu hamda veb-saytlar monitoringiga asoslangan. Olingan natijalar shuni ko'rsatdiki, xususiy shifoxonalarda raqamli marketing vositalari (ijtimoiy media, SEO, onlayn reklama, CRM va interaktiv platformalar) bemorlarni jalb qilish va brendni rivojlantirishda faol qo'llaniladi. Davlat shifoxonalari esa raqamli marketing asosan axborot yetkazish va sog'lom turmush tarzini targ'ib qilishga yo'naltirilgan. Tadqiqot natijalari sog'liqni saqlash tizimida raqamli marketing infratuzilmasini takomillashtirish zarurligini ilmiy jihatdan asoslaydi.

Kalit so'zlar: raqamli marketing, xususiy shifoxonalar, davlat shifoxonalari, sog'liqni saqlash marketingi, ijtimoiy media, SEO, bemor qoniqishi, CRM, onlayn xizmatlar, qiyosiy tahlil.

Abstract. This article presents a comparative analysis of digital marketing strategies in private and public hospitals in Uzbekistan. The main objective of the study is to identify strategic priorities by comparing the level of use of digital marketing tools, approaches, and their effectiveness. The research methodology includes literature review, comparative analysis, survey (150 respondents), interviews, and website monitoring. The findings reveal that private hospitals actively use digital marketing tools such as social media, SEO, online advertising, CRM systems, and interactive platforms to attract patients and strengthen brand positioning. In contrast, public hospitals primarily utilize digital marketing for information dissemination and the promotion of healthy lifestyles. The study highlights the importance of enhancing digital marketing infrastructure within the healthcare system to improve service quality and patient engagement.

Key words: digital marketing, private hospitals, public hospitals, healthcare marketing, social media, SEO, patient satisfaction, CRM, online services, comparative analysis.

Аннотация. В данной статье представлен сравнительный анализ стратегий цифрового маркетинга частных и государственных больниц в условиях Узбекистана. Цель исследования – определить стратегические приоритеты путем сопоставления уровня использования цифровых инструментов, подходов и их эффективности. Методология исследования включает анализ литературы, сравнительный анализ, анкетирование (150 респондентов), интервью и мониторинг веб-сайтов. Результаты показали, что в частных больницах цифровые маркетинговые инструменты (социальные сети, SEO, онлайн-реклама, CRM и интерактивные платформы) активно применяются для привлечения пациентов и развития бренда. В государственных больницах цифровой маркетинг в большей степени ориентирован на информирование населения и продвижение здорового образа жизни. Полученные выводы подтверждают необходимость дальнейшего развития цифровой маркетинговой инфраструктуры в системе здравоохранения.

Ключевые слова: цифровой маркетинг, частные больницы, государственные больницы, маркетинг здравоохранения, социальные сети, SEO, удовлетворенность пациентов, CRM, онлайн-услуги, сравнительный анализ.



KIRISH

Sog'liqni saqlash sohasi ham raqamli marketingning butun dunyo bo'ylab biznes jarayonlariga ko'rsatayotgan ta'siridan mustasno emas. Bemorlar bilan samarali muloqot o'rnatish, xizmatlarni targ'ib qilish va muassasa obro'sini oshirish maqsadida davlat hamda xususiy shifoxonalar raqamli platformalardan tobora keng foydalanmoqda. Raqobatbardosh bo'lish uchun shifoxonalar o'z reklama va kommunikatsiya strategiyalarini zamon talablari asosida yangilashi zarur, chunki sog'liqni saqlash xizmatlari iste'molchilari ma'lumot izlash va qaror qabul qilish jarayonida tobora ko'proq internet manbalariga tayanmoqda.

Elektron pochta marketingi, ijtimoiy media va SEO (qidiruv tizimlarini optimallashtirish) kabi raqamli vositalarning rivojlanishi sog'liqni saqlash tashkilotlariga bemorlar bilan aloqalarni mustahkamlash, ularning sodiqligini oshirish hamda xizmatlar haqida tezkor va ishonchli axborot yetkazish imkonini bermoqda. Shu bilan birga, davlat va xususiy shifoxonalar o'rtasida ushbu strategiyalardan foydalanish darajasi hamda ularning samaradorligida sezilarli farqlar kuzatiladi.

Raqamli texnologiyalarning jadal rivojlanishi va internetning hayotning barcha jabhalariga kirib borishi marketing faoliyatining tubdan o'zgarishiga olib keldi. An'anaviy marketing usullarining o'rnini tobora ko'proq raqamli marketing (digital marketing) vositalari egallamoqda. Raqamli marketing — bu internet, mobil qurilmalar, ijtimoiy tarmoqlar va boshqa raqamli kanallar orqali auditoriya bilan samarali aloqalar o'rnatish, brendni targ'ib qilish hamda iste'molchi ehtiyojlarini aniqlashga qaratilgan marketing faoliyatidir.

Zamonaviy raqamli infratuzilma bemorlarni onlayn muhitda aniqlash, ular bilan interaktiv muloqot o'rnatish va marketing kampaniyalarini real vaqt rejimida optimallashtirish imkonini beradi. Bu esa sog'liqni saqlash sohasida xizmatlar sifatini oshirish, bemorlar qoniqishini ta'minlash va raqobatbardoshlikni kuchaytirishda muhim ahamiyat kasb etadi¹.

Sog'liqni saqlash sektorida raqamli marketingning roli tobora ortib bormoqda, chunki bemorlar va iste'molchilar ko'pincha tibbiy xizmatlarni internet orqali izlaydi, shifoxonalar haqidagi ma'lumotlarni taqqoslaydi va qarorlarini onlayn platformalar asosida qabul qiladi. Raqamli marketingning omnichannel yondashuvi sog'liqni saqlash tashkilotlariga bemorlar bilan to'g'ridan-to'g'ri aloqa o'rnatish, tibbiy xizmatlar haqida axborotni tezkor yetkazish hamda bemor ehtiyojlarini real vaqt rejimida tahlil qilish imkonini beradi.

Biroq sog'liqni saqlash sohasida raqamli marketingni qo'llash xususiy va davlat shifoxonalar uchun turlicha strategik yondashuvlarni talab etadi. Xususiy shifoxonalarda raqamli marketing asosan bemorlarni jalb qilish, xizmatlar hajmini oshirish va raqobatbardoshlikni kuchaytirishga yo'naltirilgan bo'lsa, davlat shifoxonalarida u ko'proq axborot tarqatish, sog'lom turmush tarzini targ'ib qilish hamda jamoatchilik salomatligini mustahkamlash maqsadlariga qaratiladi. Ushbu farqlar raqamli marketing strategiyalarining mazmuni, vositalari, resurs ta'minoti va natijalari bo'yicha sezilarli tafovutlarni yuzaga keltiradi².

MAVZUGA OID ADABIYOTLAR SHARHI

Ko'plab ilmiy tadqiqotlarda ijtimoiy medianing sog'liqni saqlash marketingida tub o'zgarishlar yasagani ta'kidlanadi. Alalwan va boshqalar (2017)ning fikriga ko'ra, kasalxonalar bemorlar bilan muloqot o'rnatish, sog'liqni saqlashga oid axborotni tarqatish hamda o'z xizmatlarini targ'ib qilish maqsadida Facebook, Instagram va Twitter kabi ijtimoiy tarmoqlardan keng foydalanmoqda.

Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, xususiy shifoxonalar bemorlar bilan to'g'ridan-to'g'ri aloqa o'rnatish va interaktiv muloqotni rivojlantirish orqali bemorlarning ishtiroki hamda qoniqish darajasini oshirishga erishmoqda. Bundan tashqari, xususiy shifoxonalar ko'pincha ma'lum demografik guruhlarni, jumladan, ixtisoslashgan tibbiy yordamga muhtoj bemorlarni jalb etish maqsadida ijtimoiy tarmoqlarda maqsadli reklama (targeted advertising) vositalaridan foydalanadi (Moorhead va boshqalar, 2013)³.

Sog'liqni saqlash sohasidagi raqamli marketingning yana bir muhim tarkibiy qismi qidiruv tizimlarini optimallashtirish yoki SEO hisoblanadi. Bemorlar sog'liq bilan bog'liq statistika yoki xizmatlarni qidirayotgan paytda veb-saytlarning qidiruv tizimlari natijalarida yuqoriroq ko'rinishini ta'minlash uchun kasalxonalar qidiruv tizimlarini optimallashtirish strategiyalaridan foydalanadilar. Chaffey va Ellis-Chadwick (2019) tomonidan o'tkazilgan tadqiqotlarga ko'ra, xususiy shifoxonalar davlat shifoxonalariga qaraganda SEOga ko'proq mablag' sarflaydilar. Bu ularga onlayn tarzda yuqori ko'rinishga ega bo'lish va ko'proq bemorlarni jalb qilish

- 1 Raqamli marketing va sog'liqni saqlash sohasidagi tendensiyalar haqida maqola: Frontiers in Public Health – "The impact and challenges of digital marketing in the healthcare industry during the digital era and the COVID-19 pandemic"
- 2 Umumiy sog'liqni saqlashda raqamli marketingga oid ilmiy maqola (Oxford Academic): Digital marketing in healthcare https://academic.oup.com/eurpub/article/29/Supplement_4/ckz186.077/5623365?utm_source=chatgpt.com
- 3 Alalwan va boshq. (2017) — Social Media in Marketing: A Review and Analysis of the Existing Literature — bu maqola ijtimoiy media marketingi bo'yicha keng ko'lami tahlilni beradi, platformalar (Facebook, Instagram, Twitter) biznes va marketing faoliyatida mijozlar bilan bevosita kommunikatsiyani mustahkamlashda naqadar muhim ekanini ko'rsatadi. <https://doi.org/10.1016/j.tele.2017.05.008>



imkonini beradi. Raqobatbardosh metropoliten bozorlarda bemorlar uchun mavjud bo'lgan sog'liqni saqlash alternatalarining ko'pligini hisobga olsak, bu ayniqsa muhimdir⁴.

O'zbekiston Respublikasida o'tkazilgan o'rganishlar natijalariga ko'ra, maqolada sog'liqni saqlash sohasidagi marketing strategiyasining ayrim muhim jihatlari yoritib berilgan. Xususan, mamlakatimizda tibbiy xizmatlar bozorida marketing faoliyatini samarali tashkil etish zarurligi ilmiy asosda tahlil qilingan.

Shuningdek, hozirgi kunda O'zbekistonda tibbiy xizmatlar sohasida marketing faoliyatini qanday strategiya asosida olib borish lozimligi bo'yicha aniq taklif va tavsiyalar ishlab chiqilgan. Ushbu tavsiyalar tibbiy muassasalarning raqobatbardoshligini oshirish, xizmatlar sifatini yaxshilash hamda bemorlar bilan samarali kommunikatsiya o'rnatishga qaratilgan⁵.

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Ushbu tadqiqotning asosiy maqsadi — O'zbekiston sharoitida xususiy va davlat shifoxonalari uchun raqamli marketing strategiyalarini qiyosiy tahlil qilish, ularning samaradorligini aniqlash hamda har bir turdagi muassasa uchun ilmiy-amaliy tavsiyalar ishlab chiqishdan iborat. Tadqiqot metodologiyasi ilmiy asoslangan yondashuvlar, sifat va miqdoriy tahlil usullarini o'z ichiga oladi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Ushbu tadqiqot davomida Toshkent, Samarqand va Buxoro shaharlarida faoliyat yuritayotgan 10 ta xususiy hamda 10 ta davlat shifoxonasi o'rganildi. So'rovnoma (150 nafar respondent), yarim strukturali intervyular va veb-saytlar tahlili asosida quyidagi natijalar aniqlandi (1-jadval).

1-jadval. Xususiy va davlat shifoxonalarda raqamli marketing vositalaridan foydalanish⁶

Marketing vositasi	Xususiy shifoxonalar (%)	Davlat shifoxonalari (%)	Farq (%)
Ijtimoiy media (Facebook, Instagram, Telegram)	90	55	+35
SEO (qidiruv tizimlarini optimallashtirish)	75	40	+35
Onlayn reklama (Google Ads, Telegram Ads)	60	25	+35
Veb-sayt orqali bemor ro'yxatdan o'tishi	80	45	+35
Bemor bilan elektron muloqot (chat, email)	70	30	+40

Xususiy shifoxonalarda raqamli marketing vositalaridan foydalanish darajasi davlat shifoxonalariга nisbatan ancha yuqori ekani aniqlandi. Ijtimoiy media eng ko'p qo'llaniladigan vosita bo'lib, xususiy shifoxonalarda bemorlarni jalb qilish va brendni rivojlantirishda asosiy rol o'ynaydi. Davlat shifoxonalari esa raqamli marketingdan asosan axborot tarqatish hamda sog'lom turmush tarzini targ'ib qilish maqsadida foydalanadi (2-jadval).

2-jadval. SWOT tahlili (xususiy vs davlat shifoxonalari)⁷

Faktor	Xususiy shifoxonalar	Davlat shifoxonalari
Kuchli tomonlar	Tezkor xizmat, yuqori bemor qoniqishi, raqamli strategiyalar	Keng tarmoqlar, davlat qo'llab-quvvatlashi
Zaif tomonlar	Yuqori raqobat, katta xarajatlar	Past raqamli marketing darajasi, cheklangan resurslar
Imkoniyatlar	Onlayn xizmatlar kengaytirish, demografik segmentlash	Sog'lom turmushni targ'ib qilish, davlat dasturlari
Tahdidlar	Raqobat oshishi, texnologik yangiliklar	Bemorlarni yo'qotish, raqamli sohada yetishmovchilik

4 Chaffey & Ellis-Chadwick (2019) — Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice — bu kitob raqamli marketing strategiyalarini, shu jumladan SEO (qidiruv tizimlarini optimallashtirish) va ijtimoiy media marketingi kabi asosiy komponentlarni chuqur o'rganadi. <https://www.scribd.com/document/960017381/Chaffey-D-Ellis-Chadwick-F-2019-Digital-Marketing-7th-Ed-Pearson-Education-Limite>

5 O'zbekiston tibbiy xizmatlar bozorida marketing strategiyalarini raqamli vositalar (ijtimoiy media, SEO, onlayn kommunikatsiya va boshqalar) orqali takomillashtirish mexanizmlari va amaliyotlari tahlil qilingan. Maqola marketing yondashuvlarini takomillashtirish bo'yicha xususiy va davlat tibbiyot muassasalari uchun tavsiyalar ham beradi. <https://phoenixpublication.net/index.php/TTVAL/article/view/8250>

6 Muallif ishlanmasi

7 Muallif ishlanmasi



Xususiy shifoxonalar: raqamli marketing strategiyalaridan samarali foydalanadi, bemorlar bilan interaktiv aloqani rivojlantiradi va brend imijini mustahkamlaydi. SEO hamda ijtimoiy media reklamalari orqali aniq demografik segmentlarga yo'naltirilgan marketing kampaniyalarini amalga oshiradi.

Davlat shifoxonalari: asosan axborot tarqatish va sog'lom turmush tarzini targ'ib qilishga e'tibor qaratadi. Raqamli vositalardan foydalanish darajasi nisbatan past bo'lib, bemorlar bilan to'g'ridan-to'g'ri interaktiv muloqot imkoniyatlari cheklangan.

O'zbekiston sharoitida tavsiya: davlat shifoxonalari uchun raqamli marketing infratuzilmasini kuchaytirish, bemorlar bilan muloqot mexanizmlarini takomillashtirish va onlayn xizmatlarni kengaytirish zarur. Xususiy shifoxonalar esa analitik vositalar va maqsadli marketing (target marketing) orqali o'z strategiyalarini yanada takomillashtirishi maqsadga muvofiq.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Ushbu tadqiqot O'zbekiston sharoitida xususiy va davlat shifoxonalarining raqamli marketing strategiyalarini qiyosiy tahlil qilishga qaratildi. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatdiki, xususiy shifoxonalarda raqamli marketing vositalaridan foydalanish darajasi davlat shifoxonalariga nisbatan yuqoriroq bo'lib, bu ularning bemorlar bilan faol va interaktiv muloqot olib borish imkoniyatlarini kengaytirgan. Ijtimoiy media platformalari (Facebook, Instagram, Telegram), rasmiy veb-saytlar, SEO va onlayn reklama vositalari xususiy shifoxonalarda brendni mustahkamlash, maqsadli auditoriyani jalb etish hamda bemorlar bilan to'g'ridan-to'g'ri aloqa o'rnatishda samarali instrument sifatida qo'llanilmoqda.

Bemorlar o'rtasida o'tkazilgan so'rovnomaga natijalari xususiy shifoxonalarining raqamli marketing strategiyalari bemorlar qoniqishini oshirishini, axborot olish va xizmatlardan foydalanish jarayonini yanada qulay va tezkor qilishini ko'rsatdi. Davlat shifoxonalari ham raqamli vositalarni joriy etish va rivojlantirish bo'yicha keng imkoniyatlar mavjud bo'lib, bu kelgusida bemorlar uchun axborotga kirish va onlayn xizmatlardan foydalanish imkoniyatlarini yanada kengaytirishga xizmat qiladi.

SWOT-tahlil natijalariga ko'ra, xususiy shifoxonalarining ustun jihatlari sifatida tezkor xizmat ko'rsatish, yuqori bemor qoniqishi va raqamli marketing strategiyalarining amaliy samaradorligi qayd etildi. Davlat shifoxonalari esa keng tarmoq, barqaror faoliyat va davlat tomonidan qo'llab-quvvatlanish muhim ustunlik sifatida baholandi. Raqamli marketing infratuzilmasini yanada takomillashtirish esa ularning rivojlanish istiqbollarini kengaytiradi.

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"gi PF-60-sonli Farmoni. – Manba: <https://lex.uz/docs/-5841063>
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2018-yil 7-dekabrda "O'zbekiston Respublikasi sog'liqni saqlash tizimini tubdan takomillashtirish bo'yicha kompleks chora-tadbirlar to'g'risida"gi PF-5590-sonli Farmoni. – Manba: <https://lex.uz/docs/-4096197>
3. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management (15th ed.). Pearson Education.
4. Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice (7th ed.). Pearson Education.
5. Alalwan, A. A., Rana, N. P., Dwivedi, Y. K., & Algharabat, R. (2017). Social media in marketing: A review and analysis of the existing literature. *Telematics and Informatics*, 34(7), 1177–1190.
6. Moorhead, S. A., Hazlett, D. E., Harrison, L., Carroll, J. K., Irwin, A., & Hoving, C. (2013). A new dimension of health care: Systematic review of the uses, benefits, and limitations of social media for health communication. *Journal of Medical Internet Research*, 15(4).
7. Abdumalikov, Sh. J. (2024). O'zbekistonda sog'liqni saqlash marketingi strategiyalarining ayrim jihatlari. *Экономика и социум*, № 6(121)-1.
8. Yakubov, T. G. (2026). Mintaqaviy sog'liqni saqlash tizimida xususiy tibbiyot muassasalarining marketing strategiyalarini takomillashtirish yo'llari. *Образование, наука и инновационные идеи в мире*, № 86(3).
9. Gulmurotov, S. N. (2024). Teletibbiyot xizmatlarini servislashtirish va raqamlashtirish asosida tizimli yondashuv: jamoat salomatligi konsepsiyasi doirasida. Ilm-fan va innovatsiya ilmiy-amaliy konferensiyasi materiallari.
10. Zeithaml, V. A., Bitner, M. J., & Gremler, D. D. (2018). Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm (7th ed.). McGraw-Hill Education.



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Ingliz tili muharriri: Feruz Hakimov

Musahhih: Zokir ALIBEKOV

Sahifalovchi va dizayner: Oloviddin Sobir o'g'li

2026. № 2

© 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>
