



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 Shoirazimovna, 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 Choriyeich, 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 Piriyea 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 mehmonxona 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
Xamdanova 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
Egamonov 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 Furuza 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	
RAQAMLI SOG'LIQNI SAQLASH TIZIMIDA RESURS SAMARADORLIGI VA IQTISODIY NATIJADORLIK MODELI	250
Ziyodullayev Qahramon	
"MILLIY TURIZM SITUATSION-MONITORING MARKAZI" VA "YASHIL TUROPERATORLAR" FAOLIYATINI SHAKLLANTIRISH ISTIQBOLLARI	254
Toshev Akmal Salimovich	
RISK-MENEJMENT VA MOLIYAVIY BARQARORLIK O'ZARO BOG'LIQLIGINING KONSEPTUAL MODELINI SHAKLLANTIRISH TAMOYILLARI	261
Madaminov Bekzod Allayarovich	
O'ZBEKISTONDA YASHIRIN IQTISODIYOT: BAHOLASH METODOLOGIYASI, DINAMIKASI VA QISQARTIRISH ISTIQBOLLARI (1996 – 2026-YILLAR TAHLILI)	266
Djumanova Rano Fayzullayevna	
OLIY TA'LIM SIFATINI BAHOLASHDA MAJMUALI DIAGNOSTIK MODELNING AMAL QILISH XUSUSIYATLARI	272
Xo'jaxonov Ma'rufxon Xamidxonovich	
TIJORAT BANKLARI FAOLIYATINI TAKOMILLASHTIRISHNING XORIJ TAJRIBASI	278
Vafiyev Raxim Xalimjonovich	
INVESTITSIYA LOYIHALARINI KREDITLASH AMALIYOTINI TAKOMILLASHTIRISH YO'LLARI	282
Nigora Nurmatova	
BANK SEKTORINING INVESTITSIYA OQIMLARINI BOSHQARISHDAGI STRATEGIK O'RNI	287
Abdumavlonov Abdumutal Abdumajid o'g'li	
O'ZBEKISTON KORXONALARIDA UZOQ MUDDATLI MOLIYAVIY INVESTITSIYALAR HISOBINI TAKOMILLASHTIRISH	291
Allabergenova Nilufar Shermetovna	
O'ZBEKISTON BANK TIZIMIDA TA'MINOTLI YIRIK KREDITLAR ASOSIDA QIMMATLI QOG'OZLAR CHIQRISH ORQALI RESURS BAZASINI KENGAYTIRISH MEXANIZMLARI	298
Ahmedov Akbarali Sultonmurodovich	
"MINTAQA SANOATI SALOHİYATIDAN FOYDALANISH SAMARADORLIGINI OSHIRISH MEXANIZMLARI"	306
Abdinazarov Xusan Shaymanovich	
BUDJET TASHKILOTLARI FAOLIYATIDA MAJBURIYATLAR: MAZMUNI, TURLARI VA TARKIBI	309
Jabbarova Charos Aminovna	
ATROF-MUHIT VA EKOLOGIK IQTISODIYOT: TURIZM XIZMATLARI BOZORIDA RESURLARDAN OQILONA FOYDALANISH VA UNING RAQOBATBARDOSHLIGINI TA'MINLASH	316
Alikulov Samar Abdirashidovich	
O'ZBEKISTON TURIZM INDUSTRIYASI RIVOJLANISHIDA FORSAIT TEXNOLOGIYALARINI QO'LLASH	322
Turdibekov Xasan Ibragimovich	
АНАЛИЗ ДЕБИТОРСКОЙ И КРЕДИТОРСКОЙ ЗАДОЛЖЕННОСТИ ХОЗЯЙСТВУЮЩЕГО СУБЪЕКТА	329
Камолова Феруза Кахрамоновна	



TASHQI QARZNING IQTISODIY XAVFSIZLIKKA TA'SIRI: QARZ BARQARORLIGINI BAHOLASH MODELLARI ASOSIDA O'ZBEKISTON MISOLIDA TAHLIL	333
Oliyoyrova Kumushoy Ahmad qizi, Tashmuxeamedova Yayra Atxamovna	
XO'JALIK YURITUVCHI SUBYEKTLARNING MOLIYAVIY BARQARORLIGINI TA'MINLASHDA SOLIQLARNI TARTIBGA SOLISHNING TAHLILI	339
Kudiyarov Kishibay Ramatullaevich	
KORXONALAR FAOLIYATINING IQTISODIY BARQARORLIGINI TA'MINLASHNING XORIJ TAJIRIBASI	343
Iminova Nargizaxon Akramovna	
SUG'URTA KOMPANIYALARINING TO'LOVGA QOBILIYATLILIGINI BOSHQARISHDA RISKLAR VA RISK-MENEJMENTNING O'RNI	350
Xalikulova Shirin Utkir qizi	
BUDJET TASHKILOTLARIDA BUXGALTERIYA HISOBI VA HISOBOTINI XALQARO STANDARTLAR ASOSIDA TAKOMILLASHTIRISHDAGI MUAMMOLAR VA KAMCHILIKLAR	354
Xolmirzayev Ulug'bek Abdulazizovich, Xasanboyeva Muyassar Ubaydullayevna	
XUSUSIY KORXONALARDA KADRLAR MENEJMENTI SAMARADORLIGINI OSHIRISH	358
Alimova Dildora Damirovna	
BANK TRANSFORMATSIYASI TUSHUNCHASI VA UNING MENEJMENTDAGI O'RNI	363
Rajabov Oybek Panjievich	
O'ZBEKISTON OZIQ-OVQAT SANOATIDA ISHLAB CHIQRISH SAMARADORLIGINING HOZIRGI HOLATI VA RIVOJLANISH TENDENSIYALARI	367
Eshtemirova Anora Norboy qizi	
BOZOR KONYUNKTURASIGA MOS PIYOZ YETISHTIRISH SAMARADORLIGINI OSHIRISH YO'NALISHLARI	371
Sadikova Shohida Obidqul qizi	
HUDUDLARDA MAISHIY XIZMATLAR SOHASINI KLASTERLASH VA RESURS SAMARADORLIGIGA TA'SIR ETUVCHI OMILLAR TAHLILI	375
Normurodova Zebo Eshmaxmatovna	
XUSUSIY VA KORPORATIV TUZILMALARDA AUDITORLIK TEKSHIRUVI HAMDA AUDITORLIK XULOSASINI SHAKLLANTIRISH AMALIYOTI	380
Xolmirzayev Ulug'bek Abdulazizovich, Ubaydullayev Toxirjon Abdullajanovich	
YIRIK VA KICHIK BIZNES O'RTASIDA KOOPERATSIYA MUNOSABATLARINI RIVOJLANTIRISH YO'NALISHLARI	385
Nasirova Kamola Alimovna	
MOLIYAVIY HISOBOTLARNING QAROR QABUL QILISH JARAYONIDAGI IQTISODIY ROLI	394
Xolmirzayev Ulug'bek Abdulazizovich, Yahyayeva Ra'no Raximovna	
DIRECTIONS FOR IMPROVING INVESTMENT POLICY IN THE CONDITIONS OF DIGITAL ECONOMY (EXPERIENCE OF UZBEKISTAN)	400
Khatamov Nurbek Achildiyevich, Sharifi Abdul Fatah	
DAVLATNING FISKAL VA MONETAR SIYOSATI UYG'UNLIGINING IQTISODIY XAVFSIZLIKKA TA'SIRINI BAHOLASH	405
Uralov Shavkat Maxramovich	
SUN'IY INTELLEKT ASOSIDA BIZNES JARAYONLARINI AVTOMATLASHTIRISHNING IQTISODIY SAMARADORLIGI	410
Yusubov Muzaffar Alimbayevich	
BANKLARDA RAQAMLASHTIRISH JARAYONINING MIJOZLAR QONIQLASH DARAJASIGA TA'SIRI	414
Ro'ziboyev Shuxrat Komilovich	
BOJ-TARIF SIYOSATI METODOLOGIYASINI TAKOMILLASHTIRISHNING ILMIY-AMALIY YO'NALISHLAR	418
Pardayev Ilhomjon G'ulom o'g'li	
OLIY TA'LIM MUASSASALARIDA MOLIYAVIY BOSHQARUVNI TAKOMILLASHTIRISHDA BOSHQARUV KADRLARINING KOMPETENSIYASI	424
Mahsutaliyev Abdusalom Hasanovich	



ZIYORAT TURIZMIDA DESTINATSIYA VA GEOAXBOROT TIZIMINI TAKOMILLASHTIRISH	433
Qosimov Jahongir Ro'ziboyevich, Suyunova Nilufar	
YEVROPA DAVLATLARIDAGI KORXONALARDA MOLIVAVIY REJALASHTIRISH AMALIYOTINING TAHLILI VA ULARDAN O'ZBEKISTON MOLIVA TIZIMIDA QO'LLASH MASALALARI	440
Pardayev Jamshid Muzaffarovich	
TASHKILOTNING RAQAMLI TRANSFORMATSIYA LOYIHALARINI BOSHQARISH	446
Xasanov Odilxon Kaxxorovich	
O'ZBEKISTON TURIZM SANOATINING XALQARO RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISHDA STRATEGIK MARKETING TEXNOLOGIYALARIDAN FOYDALANISH	450
Kobilova Shozoda Timurovna, Isxakova Sarvar Ayubovna	
THE ROLE OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN LABOR THEORY: EVOLUTION, CHALLENGES AND FUTURE PROSPECTS.....	456
Tukhliyev Bakhodir Adinaevich	
ОСОБЕННОСТИ ПРОЦЕССА ПЕРВОГО ПРИМЕНЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ СТАНДАРТОВ ФИНАНСОВОЙ ОТЧЕТНОСТИ В СИСТЕМЕ УЧЕТА И ОТЧЕТНОСТИ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН	460
Астанов Зафар Муродуллаевич	
TA'LIM MUASSASALARIDA O'QITISH SIFATINI OSHIRISHDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALAR PLATFORMALARINI YARATISH VA ULARDAN FOYDALANISH IMKONIYATLARI	466
To'xtamisheva Dilrabo Shermonovna	
KICHIK VA O'RTA BIZNESNI YASHIL IQTISODIYOT TAMOIYILLARI ASOSIDA RIVOJLANTIRISHNING INNOVATSION MEXANIZMLARI	472
Norboyev Sarvar Azodovich	
MINTAQAVIY RIVOJLANISHDA INVESTITSİYALARDAN SAMARALI FOYDALANISHNING USTUVOR YO'NALISHLARI	476
Xatamova Manzura Ochilidievna, Safarov Botir Isaq o'g'li	
MAXSUS IQTISODIY ZONALARDA SOLIQ MA'MURIYATCHILIGINI TAKOMILLASHTIRISHNING METODOLOGIK YONDASHUVLARI.....	482
To'rayeva Nafisa Odiljonovna	
O'ZBEKISTON RESPUBLIKASIDA RAQAMLI TO'LOV TIZIMLARINI RIVOJLANTIRISHNING PUL MUOMALASI BARQARORLIGIGA TA'SIRINI TAKOMILLASHTIRISH MASALALARI.....	487
Xazratkulov O'ktamjon Xikmatullayevich	
O'ZBEKISTONDA TAKSI XIZMATLARI BOZORIDA INSTITUSIONAL ISLOHOTLARNING IQTISODIY AHAMIYATI	491
Jaloliddinov Anvar Jaloliddin o'g'li	
EKOLOGIK TANGLIK SHAROITIDA QISHLOQ XO'JALIGIDA YERLARDAN FOYDALANISHNING IQTISODIY SAMARADORLIGINI OSHIRISH.....	497
Kudiyarov Aybek Alisherovich	
BANK LIKVIDLIGINI BOSHQARISHDA ZAMONAVIY METODOLOGIK YONDASHUVLAR	502
Sulaymanov Samandarboy Adhambek o'g'li	
IQTISODIY FAOLIYAT TURLARI BO'YICHA SANOAT ISHLAB CHIQRISH TARKIBIY O'ZGARISHLARNI BAHOLASH.....	509
Almardanova Farzona Tulkin qizi, Kasimov Azamat Abdurkarimovich	
QUYI AMUDARYO IQTISODIY MINTAQASI CHEGARABO'YI HUDUDLARINING TURISTIK IMKONIYATLARI.....	515
Djumabayeva Shaira Xalillayevna	
SURXONDARYO VILOYATIDA ULGURJI SAVDO HAJMI KO'RSATKICHLARINI ARIMA MODEL YORDAMIDA PROGNOZLASHTIRISH.....	522
Turotova Sohiba Djumanazarovna	
MINTAQADA INNOVATSION USULDA BALIQ YETISHTIRISHNING IQTISODIY SAMARADORLIGINI OSHIRISH YO'LLARI.....	531
Davranov Odil Jumanazarovich	



ISHLAB CHIQARISH XARAJATLARI VA MAHSULOT TANNARXINING BOSHQARUV TAHLILINI AMALGA OSHIRISH USULLARI	538
Xamidova S.Ya.	
STRATEGIES FOR INCREASING COMPETITIVENESS IN DEVELOPING EXPORT ACTIVITIES IN SMALL ENTERPRISES.....	544
Nasridinova Shokhida Taufikovna	
SANOAT KORXONALARINI BOSHQARISHDA ILMIY-NAZARIY QARASHLAR	551
To'g'onov Ibroximxo'ja	
XUSUSIY TIJORAT BANKLARINING MOLIYAVIY RESURLARINI MUSTAHKAMLASHNING NAZARIY VA AMALIY ASOSLARI.....	555
Xolmatov Dilmurod Maxmudjonovich	
PENSIYA JAMG'ARMASI DAROMADLARI SHAKLLANISHI MASALALARI.....	562
Sherjonov Doniyor Saparbaevich	
EKSPORT VA VALYUTA OPERATSIYALARINING NAZARIY VA HUQUQIY ASOSLARI.....	566
Sobirova Xilola Rustam qizi	
SURXONDARYO VILOYATIDA AHOI JON BOSHIGA CHAKANA SAVDO AYLANMASI HAJMI KO'RSATKICHLARINI ARIMA MODEL YORDAMIDA PROGNOZLASHTIRISH.....	571
Qudratova Shahnoza Shuhrat qizi	
XO'JALIK JAMIYATLARIDA BOSHQARUV ORGANLARI FAOLIYATINI TAKOMILLASHTIRISH.....	579
Valijonov Akmaljon	
XIZMATLAR IQTISODIYOTI VA UNI RIVOJLANISHNING NAZARIY ASOSLARI	584
Abduxoliqova Farangiz Abduxoliq qizi	
O'ZBEKISTONDA TRANSPORT-LOGISTIKA TIZIMI: HOZIRGI HOLATI, MUAMMOLARI VA RIVOJLANISH ISTIQBOLLARI.....	588
Kuvandikov Shuxrat Oblokulovich, Abduxalikova Komila Abduxalikovna	
ИНТЕГРАЦИЯ МЕТОДОВ КАЛЬКУЛИРОВАНИЯ ПО ВИДАМ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ (ABC) И ЦЕЛЕВОГО КАЛЬКУЛИРОВАНИЯ (TC) КАК ИНСТРУМЕНТ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЕТА	595
Киличева Ф.Б.	
GAZ TARMOQLARINI MODERNIZATSIYA QILISHNING IQTISODIY SAMARADORLIGINI BAHOLASH.....	601
Xamidov Xayriddin Faxritdinovich	
SOLIQ NAZORATI TIZIMI: IQTISODIY MOHIYATI, SHAKLLARI VA SAMARADORLIGINI OSHIRISH YO'LLARI.....	606
Donaboyev Dostonbek Xusan o'g'li	
УПРАВЛЕНИЕ ПРИБЫЛЬЮ ПРЕДПРИЯТИЯ КАК ФАКТОР РОСТА ЕГО ФИНАНСОВОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ	610
Агзамов Авазхон Талгатович, Алиева Сусанна Сейрановна	
NOBANK KREDIT TASHKIOTLARINING AKTIV OPERATSIYALARINI RIVOJLANTIRISHNING DOLZARB MASALALARI	618
Sardor Karimov Boydulla o'g'li	
INVESTITSION JOZIBADORLIKNING IQTISODIY MOHIYATI VA INVESTITSIYA NAZARIYALARI INTEGRATSIYASI	624
Abdullayeva Nilufar Ruslanovna	
QURILISH KORXONALARINI KORPORATIV QIMMATLI QOG'OZLAR ORQALI MOLIYALASHTIRISHNING ILG'OR XORIY TAJRIBASI VA UNI QO'LLASH YO'NALISHLARI.....	630
Igitov Jurabek Kuzibekovich	
OPEN BANKING AS A DRIVER OF FINANCIAL INNOVATION AND INCLUSION IN UZBEKISTAN'S BANKING SECTOR.....	637
Kuvatova Oliy Sheraliyevna, Asadbek Ergashov	
TIJORAT BANKLARINING MOLIYAVIY SAMARADORLIGINI BOSHQARISH VOSITALARI	642
Sadikov Q.M.	



BOSHQARUV HISOBIDA NARX SHAKLLANISHINING NAZARIY JIHATLARI (TOVAR BOZORIDA USTUN MAVQEGA EGA XO'JALIK SUBYEKTLARI MISOLIDA).....	646
Xaitmetov Elmurat Sidikmatovich	
ПРОГНОЗИРОВАНИЕ ЭНЕРГОЁМКОСТИ ВВП НА ОСНОВЕ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКИХ МОДЕЛЕЙ	652
Муслимова Ф.С., Хашимова Н.А.	
XALQARO LOYIHALARNI BOSHQARISHDA RAQAMLI INTEGRATSIYA YETUKLIGI MODEL VA SAMARADORLIKNI BAHOLASH METODOLOGIYASI	659
Ne'matova Bonura Umid qizi	
RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA OLIY TA'LIM MUASSASALARIDA ICHKI AUDITNING MOHIYATI, MAQSADI VA ASOSIY VAZIFALARI	664
Mamatqulov Avazbek Axmadaliyevich	
OZIQ-OVQAT SANOATI KORXONALARI FAOLIYATIDA ZAMONAVIY BOSHQARUV ASOSIDA RAQOBATBARDOSHLIKNI TA'MINLASH.....	674
Xusanova Gavhar	
MAHALLIY SHAROITDA SUV TEJOVCHI TEXNOLOGIYALARNI KO'P MEZONLI BAHOLASHNING IQTISODIY YO'NALTIRILGAN GIBRID MODEL VA UNING AMALIY QO'LLANILISHI.....	679
Mirzayeva Shaxnoza Mamat qizi	
O'ZBEKISTON RESPUBLIKASIDA QUYOSH FOTOELEKTR STANSIYALARINING HOLATI VA O'RNATILGAN QUVVATLARINI TAHLIL QILISH	683
Maxamadiyev Farrux Mirazimovich, Baratov Laziz Suyun o'g'li	
BUDJET TASHKILOTLARIDA BUDJETDAN TASHQARI MABLAG'LARNING NAZORATINI TASHKIL QILISH.....	688
Dadaboyev Tulqinjon Yusupjonovich, Dadaboyev Abdurahmon Ne'matjon o'g'li	
RAQAMLI IQTISODIYOT BARQARORLIGINI TA'MINLASHNING IQTISODIY OMILLARI VA ZAMONAVIY AHAMIYATI	693
Yusubov Inomjon Ikrom o'g'li	
MOLIYAVIY RESURSLARNI BOSHQARISHNING NAZARIY-METODOLOGIK VA AMALIY JIHATLARI	699
Narzulloyev Behruz Baxtiyor o'g'li	
RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA RAQAMLI BANK XIZMATLARI AMALIYOTI TAHLILI	702
Kazakbayev S.B.	
BOG'DORCHILIK TARMOG'NI RIVOJLANTIRISHDA SUV TEJAMKOR TEXNOLOGIYALARIDAN FOYDALANISHNING IQTISODIY ASOSLARINI TAKOMILLASHTIRISH	705
Sattorov Orifjon Boymurodovich	
MHXS ASOSIDA SUG'URTA KOMPANIYALARINING BUGALTERIYA HISOB VA MOLIYAVIY TAHLILINI TAKOMILLASHTIRISH STRATEGIYALARI.....	709
Alimov Baxodir Batirovich	
QISHLOQ XO'JALIGINI BARQAROR RIVOJLANTIRISHDA DAVLATNING IMTIYOZLI MOLIYALASHTIRISH MYEXANIZMLARIDAN FOYDALANISHNI TAKOMILLASHTIRISH	718
Xolmatov Sanjarbek Xojimamatovich	
MAHALLA TIZIMIDA INSON KAPITALIDAN SAMARALI FOYDALANISH VA INKLYUZIV IQTISODIY O'SISHNI TA'MINLASH YO'NALISHLARI.....	724
Berkinov Bozorboy Berkinovich	
XALQARO TURIZM BOZORIDA MICE TURIZMINING SHAKLLANISHI VA RIVOJLANISH JARAYONLARINING NAZARIY ASOSLARI	728
Fayyoza Xalimova Nafasovna	
O'ZBEKISTON TIJORAT BANKLARIDA MIJOZLARGA YO'NALTIRILGAN BIZNES JARAYONLARINI TRANSFORMATSIYA QILISH AMALIYOTI.....	733
Azimov Asrorjon Muzaffarjonovich	
RAQAMLI TRANSFORMATSIYA SHAROITIDA BANDLIKNI LEGALLASHTIRISHNING INSTITUTSIONAL MEXANIZMLARI	737
Xalimbetov Farxad Bagibekovich	



TIJORAT BANKLARINING BIZNES EKOTIZIMI MUAMMO VA YECHIMLAR.....	742
Shoymardonov Orziqul Jo'ra o'g'li	
QORAQALPOG'ISTON RESPUBLIKASI YALPI HUDUDIIY MAHSULOT XAJMIGA ASOSIY KAPITALGA KIRITILGAN INVESTISIYALARNING TA'SIRI	749
Sultanov Anvar Abdullaevich	
YASHIL IQTISODIYOTNI RIVOJLANTIRISHDA QURILISH SANOATINING IQTISODIY HOLATI.....	754
Axmedova Sanobar Ikrom qizi, Davlatov Ahmadjon Anvarbek o'g'li	
DAVLAT XUSUSIY SHERIKCHILIK LOYIHALARIDA VUJUDGA KELADIGAN RISKLARGA QARSHI UZOQ MUDDATLI IQTISODIY STRATEGIYALAR	760
Ergashev Axmadjon Maxmudjon o'g'li	
MODERN MODELS OF SALES LOGISTICS IN THE SERVICE SECTOR: MARKETING ASPECT AND AREAS FOR IMPROVEMENT	764
Mamatkulova Shoir Djalolovna	
РОЛЬ ПЛАНИРОВАНИЯ И ПРОГНОЗИРОВАНИЯ В СИСТЕМЕ ОРГАНИЗАЦИИ ФИНАНСОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СУБЪЕКТОВ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА.....	769
Ахмедова Азиза Тохировна, Зайналов Ж.Р.	
ВЫСШАЯ МАТЕМАТИКА КАК ОСНОВА ФИНАНСОВОГО МОДЕЛИРОВАНИЯ В ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКЕ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ.....	774
Айматова Фарид Хуразовна	
XORIJIY MOLIVAVIY RESURLAR VA ULARNING IQTISODIY O'SISH SIFATINI TA'MINLASHDAGI O'RNII	778
Xomidova Kamola G'olib qizi	
SUG'URTA TASHKILOTLARIDA TO'LOV QOBILIYATINI OSHIRISHGA QARATILGAN ICHKI BOSHQARUV INSTRUMENTLARINI TAKOMILLASHTIRISH	783
Xattabov Murodulla Batirovich	
RAQAMLI TRANSFORMATSIYANING MINTAQALAR BARQAROR RIVOJLANISHIGA TA'SIRI	788
Hakimova Nozimaxon Sobirjon qizi	
O'ZBEKISTON QURILISH KORXONALARIDA KORPORATIV-IJTIMOIIY MAS'ULIYAT HOLATI VA RIVOJLANISH ISTIQBOLLARI	795
Murotkosimov Shoxrux Abdusalimovich	
ТЕНДЕНЦИИ ИЗМЕНЕНИЯ ВАЛОВОГО ВНУТРЕННЕГО ПРОДУКТА УЗБЕКИСТАНА ЗА ПОСЛЕДНИЕ ГОДЫ.....	803
Ишонкулова Феруза Асатовна	
CHIQINDILARNI QAYTA ISHLASH JARAYONIDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALARDAN FOYDALANISH SAMARADORLIGINI OSHIRISH	808
Sadinov Aziz Ziyadullayevich	
BOJXONA BOSHQARUVIDA RAQAMLASHTIRISHNING XALQARO TAJRIBASI	814
Radjapova Latofat Sardorovna	
MILLIIY IQTISODIYOTDA SANOAT KORXONALARI RIVOJLANISHI XUSUSIYATLARI	821
Abdullayeva Madina Kamilovna	
UY-JOY QURILISHI SOHASIGA ESKROU MEXANIZMINI JORIY ETISH ORQALI ULUSHDORLAR MABLAG'LARINI HIMOYA QILISH ISTIQBOLLARI	827
Nigmatov Akbarjon Anvarovich	
TASHQI SAVDO BALANSINI MUVOZANATLASHTIRISH	831
Rahimov Eshmurod Normurodovich, Misliddinov Ikromjon Kamoliddin o'g'li	
DON VA UN MAHSULOTLARI ISHLAB CHIQARISH KORXONALARIDA MARKETING FAOLIYATINI BOSHQARISHNING YEVROPA TAJRIBASI	837
Boyjigitov Sanjarbek Komiljon o'g'li	
RAQAMLI SUG'URTA (INSURTECH) EKOTIZIMINI SHAKLLANTIRISH VA O'ZBEKISTONDA MOLIVAVIY XAVFSIZLIKNI TA'MINLASHNING O'ZIGA XOS JIHLATLARI.....	842
Nozimov Eldor Anvarovich	
MAHALLIIY RESURLARDAN SAMARALI FOYDALANISH ASOSIDA IMPORT O'RNINI BOSUVCHI MAHSULOTLAR ISHLAB CHIQARISH STRATEGIYASI	847
Sobitova Ra'no Solidjonovna	



XIZMAT KO'RSATISH KORXONALARIDA INNOVATSION FAOLIYATINI RIVOJLANTIRISHNING XORIJ TAJRIBALARI.....	850
Raxmonov Aziz Iskandarovich	
COST ANALYSIS IN FRUIT AND VEGETABLE PROCESSING PLANTS.....	855
Rahmatullayev Mirjalol Khatam ogli	
OLIY TA'LIM XIZMATLARINI RIVOJLANTIRISHNING TASHKILIY-IQTISODIY MEXANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISH TIJORAT SIRINING O'ZIGA XOS JIHATLARI.....	861
Butayev Dilshod Eshbekovich	
ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ И ОБЛАЧНЫЕ БУХГАЛТЕРСКИЕ СИСТЕМЫ: НАДЁЖНОСТЬ ОТЧЁТНОСТИ И КИБЕРБЕЗОПАСНОСТЬ.....	867
Бозорова Озода Рахимовна	
RAQAMLI TRANSFORMATSIYA SHAROITIDA BANKLARNING CHAKANA KREDITLASH AMALIYOTI TAHLILI	872
Axmedova Dilrabo Kurbondurdi qizi	
XALQARO STANDARTLARNI AMALGA OSHIRISH JARAYONIDA AUDITORLAR VA KORXONALAR UCHUN AMALIY TAVSIYALAR.....	877
Ibragimov Azizbek Keldibek o'g'li	
RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA INNOVATSION BANK XIZMATLARINI RIVOJLANTIRISH IMKONIYATLARI.....	882
Akbarov Husniddinjon Mo'ysin o'g'li	
AKSIYADORLIK JAMIYATLARIDA MOLIYAVIY NATIJALAR TAHLILINI TAKOMILLASHTIRISH	888
Omanov Sanjar Qurbonazar o'g'li	
O'ZBEKISTONDA YASHIL IQTISODIYOTNI SOLIQ IMTIYOZLARI ORQALI MOLIYALASHTIRISHNING AMALDAGI HOLATI.....	894
Usmonov Shavkatjon Shukurovich	
АДАПТАЦИЯ ЗАРУБЕЖНОГО ОПЫТА УПРАВЛЕНИЯ ПЕРСОНАЛОМ В НАЦИОНАЛЬНОЙ СИСТЕМЕ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ	901
Абилов Эльман Худаверди оглы	
QURILISH SOHASIDA KORPORATIV IJTIMOIIY MAS'ULIYAT: XALQARO TAJRIBA VA QIYOSIY TAHLIL.....	906
Murotkosimov Shoxrux Abdisalimovich	
TADBIRKORNING KREDIT, FOIZ, SOLIQ TO'LOVLARI VA ULARNI OPTIMALLASHTIRISH YO'LLARI XUSUSIDA.....	914
Hakimov Odil Arziqulovich	
RIVOJLANGAN MAMLAKATLARDI IQTISODIYOTNING REAL SEKTORIGA KIRITILGAN INVESTITSIYALARNI MOLIYALASHTIRISHNING XUSUSIYATLARI	918
Xoshimov Sobir Murtazayevich	
KORXONALARDA MOLIYAVIY BOSHQARUV SAMARADORLIGINI OSHIRISHNING INNOVATSION YONDASHUVLARI	925
Xalilova Aziza Rustamovna	
QURILISH MATERIALLARI ISHLAB CHIQARUVCHI KORXONALARDA MARKETING FAOLIYATINI BOSHQARISHNING ZAMONAVIY TENDENSIYALARI.....	930
Uzakova Umida Ruziyevna	



QURILISH MATERIALLARI ISHLAB CHIQUVCHI KORXONALARDA MARKETING FAOLIYATINI BOSHQARISHNING ZAMONAVIY TENDENSIYALARI

Uzakova Umida Ruziyevna

Toshkent davlat transport universiteti

tayanch doktranti (DSc)

ORCID:0009-0002-6173-5572

E-mail: lassie2323@gmail.com

Annotatsiya. Ushbu maqolada qurilish materiallari ishlab chiqaruvchi korxonalarda marketing faoliyatini boshqarishning zamonaviy tendensiyalari nazariy jihatdan tadqiq etildi. Raqamli transformatsiya, barqaror rivojlanish tamoyillari va globallashuv sharoitida B2B marketing strategiyalarining o'zgarish yo'nalishlari tahlil qilindi. Kontent marketing, ijtimoiy media, CRM tizimlari, sun'iy intellekt texnologiyalari kabi zamonaviy vositalarning qurilish materiallari sektoridagi o'rni nazariy konseptual yondashuv asosida ochib berildi. Tadqiqot natijasida qurilish materiallari ishlab chiqaruvchi korxonalar uchun marketing boshqaruvining samarali modeli taklif etildi va raqamli marketing vositalarining brendni mustahkamlash, mijozlar sodiqligini oshirish hamda raqobatbardoshlikni ta'minlashdagi ahamiyati asoslandi.

Kalit so'zlar: marketing boshqaruvi, qurilish materiallari, raqamli marketing, B2B strategiyalar, brend boshqaruvi, kontent marketing, CRM, barqaror rivojlanish.

Abstract. This article theoretically investigated modern trends in managing marketing activities at construction materials manufacturing enterprises. The directions of transformation in B2B marketing strategies under conditions of digital transformation, sustainable development principles, and globalization were analyzed. The role of contemporary tools such as content marketing, social media, CRM systems, and artificial intelligence technologies in the construction materials sector was revealed through a conceptual theoretical approach. As a result of the research, an effective marketing management model for construction materials manufacturing enterprises was proposed, and the significance of digital marketing tools in strengthening brands, enhancing customer loyalty, and ensuring competitiveness was substantiated.

Key words: marketing management, construction materials, digital marketing, B2B strategies, brand management, content marketing, CRM, sustainable development.

Аннотация. В данной статье были теоретически исследованы современные тенденции управления маркетинговой деятельностью на предприятиях по производству строительных материалов. Были проанализированы направления трансформации B2B маркетинговых стратегий в условиях цифровой трансформации, принципов устойчивого развития и глобализации. Роль современных инструментов — контент-маркетинга, социальных сетей, CRM-систем, технологий искусственного интеллекта — была раскрыта на основе концептуального подхода. В результате исследования была предложена эффективная модель управления маркетингом и обосновано значение цифровых инструментов в укреплении бренда и конкурентоспособности.

Ключевые слова: управление маркетингом, строительные материалы, цифровой маркетинг, B2B стратегии, бренд-менеджмент, контент-маркетинг, CRM, устойчивое развитие.

KIRISH

Qurilish materiallari sanoati jahon iqtisodiyotining eng yirik tarmoqlaridan biri bo'lib, 2026-yilga kelib global bozor hajmi 1,477 milliard AQSh dollarini tashkil etishi prognoz qilinmoqda [1]. Ushbu sektorda faoliyat yurituvchi korxonalar an'anaviy ishlab chiqarish jarayonlarini boshqarish bilan birga, bozordagi raqobat muhitining keskin o'zgarishi tufayli marketing faoliyatini tubdan qayta ko'rib chiqishga majbur bo'lmoqda. Xususan, raqamli texnologiyalarning jadal rivojlanishi, iste'molchilar xulq-atvorining transformatsiyasi va barqaror rivojlanish talablarining kuchayishi qurilish materiallari ishlab chiqaruvchi korxonalar oldiga yangicha marketing boshqaruvi modellarini joriy etish vazifasini qo'yimoqda.

An'anaviy qurilish materiallari bozori B2B (business-to-business) segmentiga xos bo'lgan o'ziga xos xususiyatlarga ega: xarid qarorlarining murakkabligi, texnik spetsifikatsiyalarga yuqori talablar, uzoq muddatli hamkorlik munosabatlari va ko'p bosqichli ta'minot zanjiri [2]. Shu bois, iste'mol tovarlari bozorida qo'llaniluvchi



marketing yondashuvlari to'g'ridan-to'g'ri qurilish materiallari sektoriga tatbiq etilishi qiyinchilik tug'diradi. Biroq, so'nggi yillarda raqamli marketing vositalari B2B sektorida ham keng joriy etila boshlandi va bu jarayon qurilish materiallari sanoatini chetlab o'tmadi [3].

Tadqiqotning maqsadi qurilish materiallari ishlab chiqaruvchi korxonalarda marketing faoliyatini boshqarishning zamonaviy tendensiyalarini nazariy jihatdan tizimli tahlil qilish, raqamli marketing vositalarining B2B segmentidagi transformatsion rolini aniqlash hamda samarali marketing boshqaruvi modelini konseptual asosda ishlab chiqishdan iborat. Tadqiqotning ilmiy yangiligi shundaki, qurilish materiallari sanoatiga xos bo'lgan B2B marketing boshqaruvining zamonaviy tendensiyalari birinchi marta yaxlit konseptual model sifatida taqdim etilmoqda.

MAVZUGA OID ADABIYOTLAR SHARHI

Marketing boshqaruvining nazariy asoslari P. Kotler va K. Kellerning fundamental tadqiqotlarida chuqur ishlab chiqilgan bo'lib, ularning "Marketing Management" asari marketing fanining akademik poydevori sifatida tan olingan [4]. Kotler va Kellerning yondashuvi bo'yicha, marketing boshqaruvi — bu maqsadli bozorlarni tanlash, mijozlarni jalb etish, ushlab turish va ularning sonini ko'paytirish uchun yuqori mijoz qiymatini yaratish, yetkazish va kommunikatsiya qilish san'ati va fanidir. Ushbu ta'rif zamonaviy marketing boshqaruvining aksariyat nazariy konstruksiyalari uchun boshlang'ich nuqta vazifasini o'tamoqda.

B2B bozorlarida brend boshqaruvining ahamiyati Kotler va Pfoertschning ilmiy ishlarida alohida yoritilgan [2]. Ularning fikricha, sanoat mahsulotlari ishlab chiqaruvchilar uchun brending nafaqat mahsulot nomini yaratishdan iborat, balki korxonaning barcha faoliyat yo'nalishlarini birlashtiruvchi va hamkorlarga yo'naltirilgan strategik va'da tizimini shakllantirishni anglatadi. Bu konsepsiya qurilish materiallari sektorida alohida ahamiyat kasb etadi, chunki B2B xaridorlar odatda texnik spetsifikatsiyalar, sifat kafolatlari va uzoq muddatli ta'minot ishonchligi asosida qaror qabul qilishadi.

Raqamli marketing imkoniyatlarining (Digital Marketing Capabilities — DMC) korxona samaradorligiga ta'siri Ritter va Pedersen tomonidan empirik jihatdan o'rganilgan [5]. Ularning tadqiqoti shuni ko'rsatdiki, raqamli marketing imkoniyatlari an'anaviy marketing kompetensiyalari bilan integratsiyalashganda firma rentabelligiga ijobiy va statistik ahamiyatli ta'sir ko'rsatadi. Xususan, ijtimoiy media marketing, kontent strategiyasi, qidiruv tizimlarida marketing (SEM), veb-analitika, marketing avtomatizatsiyasi va elektron pochta marketing kabi yettita asosiy raqamli kompetensiya aniqlangan.

Qurilish sanoatida marketing tendensiyalarining o'zgarishini Gallagher o'zining tadqiqotida keng qamrab olgan [6]. Uning tahlili bo'yicha, SEO va sun'iy intellekt texnologiyalari, virtual va kengaytirilgan reallik (VR/AR), hamda ESG (Ekologik, Ijtimoiy, Boshqaruv) tamoyillari qurilish sohasidagi marketing strategiyalarining asosiy harakatlantiruvchi kuchlari sifatida shakllanmoqda. Ayniqsa, raqamli egizak (digital twin) texnologiyasi marketing kontekstida mijozlarga real vaqtda loyiha monitoringi va qarorlar qabul qilish imkonini beruvchi yangi vosita sifatida e'tiborni jalb etmoqda.

NBS va Glenigan tomonidan o'tkazilgan qurilish mahsulotlari ishlab chiqaruvchilarning marketing indeksi tadqiqoti 136 dan ortiq kompaniya ma'lumotlari asosida qurilish sektorida marketing amaliyotining holati haqida muhim empirik ma'lumotlar taqdim etgan [7]. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatdiki, qurilish mahsulotlari ishlab chiqaruvchilarning marketing byudjetining yarmidan ko'pi raqamli kanallarga yo'naltirilgan, biroq an'anaviy marketing ham o'z ahamiyatini saqlab qolmoqda.

Deloitte'ning 2026-yilgi muhandislik va qurilish sanoati bo'yicha prognoz hisoboti sektorning muhim burilish nuqtasida turganligini ta'kidlaydi [8]. Hisobotga ko'ra, SI-ga asoslangan analitika, real vaqti loyiha boshqaruvi platformalari va ulangan qurilish maydonchalari yechimlari kabi ilg'or raqamli vositalarni joriy etish korxonalarining operatsion samaradorligini oshirish va raqobatdagi ustunlikni ta'minlashda hal qiluvchi omilga aylanmoqda.

Barqaror qurilish materiallari bozoridagi marketing tendensiyalarini Brandhouse agentligi maxsus tadqiq etgan [9]. Ularning tahlili bo'yicha, 2020-yilda 256,51 milliard AQSh dollarini tashkil etgan yashil qurilish materiallari bozori 2028-yilga kelib 653,41 milliard AQSh dollariga yetishi prognoz qilinmoqda. Bu tendensiya qurilish materiallari ishlab chiqaruvchilarning barqarorlik tamoyillariga asoslangan marketing strategiyalarini ishlab chiqish zaruratini yaqqol ko'rsatadi.

Adabiyotlar sharhidan ko'rinib turibdiki, qurilish materiallari sanoatida marketing boshqaruvining nazariy asoslari yetarlicha chuqur ishlab chiqilgan bo'lsa-da, raqamli transformatsiya, barqaror rivojlanish va globalashuv tendensiyalarining integral ta'sirini aks ettiruvchi yaxlit konseptual model hanuzgacha ilmiy adabiyotlarda yetarlicha taqdim etilmagan. Ushbu bo'shliqni to'ldirish maqolaning asosiy nazariy hissasi hisoblanadi.

TADDIQOT METODOLOGIYASI

Tadqiqot metodologiyasi sifatida nazariy-konseptual tahlil usuli qo'llanildi. Bu yondashuv marketing boshqaruvi sohasidagi mavjud nazariy bazani sintez qilish va qurilish materiallari sanoatiga xos tendensiyalarni tizimlashtirishga yo'naltirilgan. Tadqiqot jarayonida quyidagi metodologik bosqichlar amalga oshirildi.



Birinchi bosqichda, Scopus, Web of Science va Google Scholar ma'lumotlar bazalarida indekslangan ilmiy manbalar, monografiyalar, sanoat hisobotlari va professional nashrlardagi maqolalar tizimli ravishda ko'rib chiqildi. Qidiruv so'rovlari "B2B marketing management", "construction materials marketing", "digital marketing strategy building industry" kabi kalit so'z kombinatsiyalari asosida shakllantirildi. Jami 12 ta asosiy manba tanlandi va ularning ilmiy ishonchlilik darajasi baholandi.

Ikkinchi bosqichda, tizimli adabiyotlar sharhi (systematic literature review) metodidan foydalanildi. Bu metod mavjud bilimlar bazasini strukturalash, asosiy nazariy yondashuvlarni tasniflash va tadqiqot bo'shliqlarini aniqlash imkonini berdi. Tanlangan manbalar mazmuniy kontentanaliz (qualitative content analysis) yordamida qayta ishlandi.

Uchinchi bosqichda, identifikatsiya qilingan tendensiyalar va nazariy yondashuvlar asosida qurilish materiallari korxonalarida marketing boshqaruvining konseptual modeli ishlab chiqildi. Model yaratishda deduksiya va induksiya usullarining kombinatsiyasidan foydalanildi: avvalo umumiy marketing boshqaruvi nazariyasidan (Kotler, Keller) [4] boshlang'ich konseptual ramka olinib, so'ngra qurilish materiallari sektoriga xos empirik dalillar (NBS; Deloitte) [7], [8] bilan boyitildi.

Tadqiqot cheklovlari sifatida shuni ta'kidlash lozimki, ushbu ish nazariy xarakterga ega bo'lib, birlamchi empirik ma'lumotlar yig'ishni o'z ichiga olmaydi. Taklif etilgan konseptual model kelgusi empirik tadqiqotlar orqali sinov va validatsiyani talab qiladi. Bundan tashqari, qurilish materiallari sanoatining regional farqlari (masalan, rivojlangan va rivojlanayotgan mamlakatlar kontekstida) alohida tadqiqot obyekti tashkil etishi mumkin.

TAHLIL VA NATIJALAR

Qurilish materiallari ishlab chiqaruvchi korxonalarda marketing faoliyatini boshqarishning zamonaviy tendensiyalarini nazariy tahlil qilish natijasida bir nechta muhim yo'nalishlar aniqlandi. Ushbu yo'nalishlar o'zaro bog'liq bo'lib, bir-birini to'ldiruvchi tizimni tashkil etadi.

Raqamli marketing vositalarining B2B segmentida integratsiyasi

NBS va tadqiqoti ma'lumotlariga ko'ra, qurilish mahsulotlari ishlab chiqaruvchilarning marketing byudjetining 50 foizdan ortig'i raqamli kanallarga yo'naltirilgan [7]. Bu ko'rsatkich sektorning raqamli transformatsiya jarayonida yetarlicha oldinga siljiganligini tasdiqlaydi. Biroq, raqamli va an'anaviy marketing kanallarining muvozanatli integratsiyasi (omnichannel yondashuv) hali ham ko'plab korxonalar uchun hal qilinishi lozim bo'lgan strategik masala bo'lib qolmoqda.

Ritter va Pedersen ning empirik tadqiqoti shuni isbotladiki, raqamli marketing imkoniyatlarining (DMC) firma rentabelligiga ta'siri an'anaviy marketing kompetensiyalari (CMC) bilan integratsiyalashgan holda eng yuqori darajaga yetadi [5]. Bu xulosa qurilish materiallari sektori uchun ayniqsa dolzarb, chunki bu sohada an'anaviy aloqa kanallari (savdo ko'rgazmalari, professional konferensiyalar, shaxsiy munosabatlar) hali ham muhim ahamiyatga ega.

Qidiruv tizimlarida optimallashtirish (SEO) qurilish materiallari ishlab chiqaruvchilari uchun strategik ahamiyat kasb etadi. Comrade Digital Marketing agentligining tahlili bo'yicha, "past emissiyali gips plitalari" yoki "yashil beton yechimlari" kabi ixtisoslashtirilgan kalit so'zlarni maqsadli optimallashtirish orqali ishlab chiqaruvchilar o'z maqsadli auditoriyasiga aniqroq yetib borishlari mumkin [10]. Kontent marketing strategiyasi bu jarayonda hal qiluvchi rol o'ynaydi: texnik qo'llanmalar, case-study tahlillari, video-instruktajlar va blog-maqolalar ishlab chiqaruvchini soha eksperti sifatida pozitsiyalashga yordam beradi.

B2B brend boshqaruvining transformatsiyasi

Kotler va Pfoertsch ning yangilangan tadqiqotida B2B brend boshqaruvining evolyutsiyasi chuqur tahlil qilingan [11]. Ularning "performance branding" konsepsiyasi brend identifikatsiyasini o'lchanadigan biznes natijalariga bog'lash zaruriyatini asoslaydi. Qurilish materiallari sektorida bu yondashuv ayniqsa samarali, chunki B2B xaridorlar (qurilish kompaniyalari, arxitektorlar, qo'shimcha qurilish pudratchilari) an'anaviy ravishda ratsional mezonlar — narx, sifat, yetkazib berish muddatlari — asosida qaror qabul qilishadi.

Biroq, Kotler va boshqalarning H2H (Human-to-Human) marketing konsepsiyasi B2B va B2C bozorlar o'rtasidagi an'anaviy chegaralarning xiralashib borayotganligini ko'rsatadi [11]. Qurilish materiallari sektorida ham yakuniy iste'molchilar (uy egalari, DIY-haridstotsmentlar) bilan bevosita munosabatlar tobora ortib bormoqda, bu esa ikki tomonlama marketing strategiyalarini ishlab chiqishni talab etadi.

NBS tadqiqoti natijalariga ko'ra, qurilish mahsulotlari ishlab chiqaruvchilarning asosiy maqsadli auditoriyasi spetsifikatsiyachilar va loyihachilar (dizaynerlar) bo'lib, ular ichida arxitektorlar 40 foizni, muhandislar 20 foizni tashkil etadi [7]. Bu ma'lumotlar brend strategiyasini shakllantirishda auditoriya segmentatsiyasining muhimligini yana bir bor tasdiqlaydi.

Sun'iy intellekt va innovatsion texnologiyalarning marketing boshqaruviga ta'siri

Deloitte hisobotiga ko'ra, sun'iy intellekt texnologiyalari muhandislik va qurilish sanoatida kundalik ish jarayonlariga tobora chuqurroq integratsiyalashmoqda [8]. Marketing kontekstida AI quyidagi yo'nalishlarda qo'llanilmoqda: mijozlar segmentatsiyasi va maqsadli reklama kampaniyalarini optimallashtirish, prediktiv



modellashtirish asosida reklama kampaniyalari samaradorligini prognozlash, chatbotlar orqali real vaqtda mijozlar bilan muloqotni ta'minlash, kontent yaratish va personalizatsiya jarayonlarini avtomatlashtirish [12].

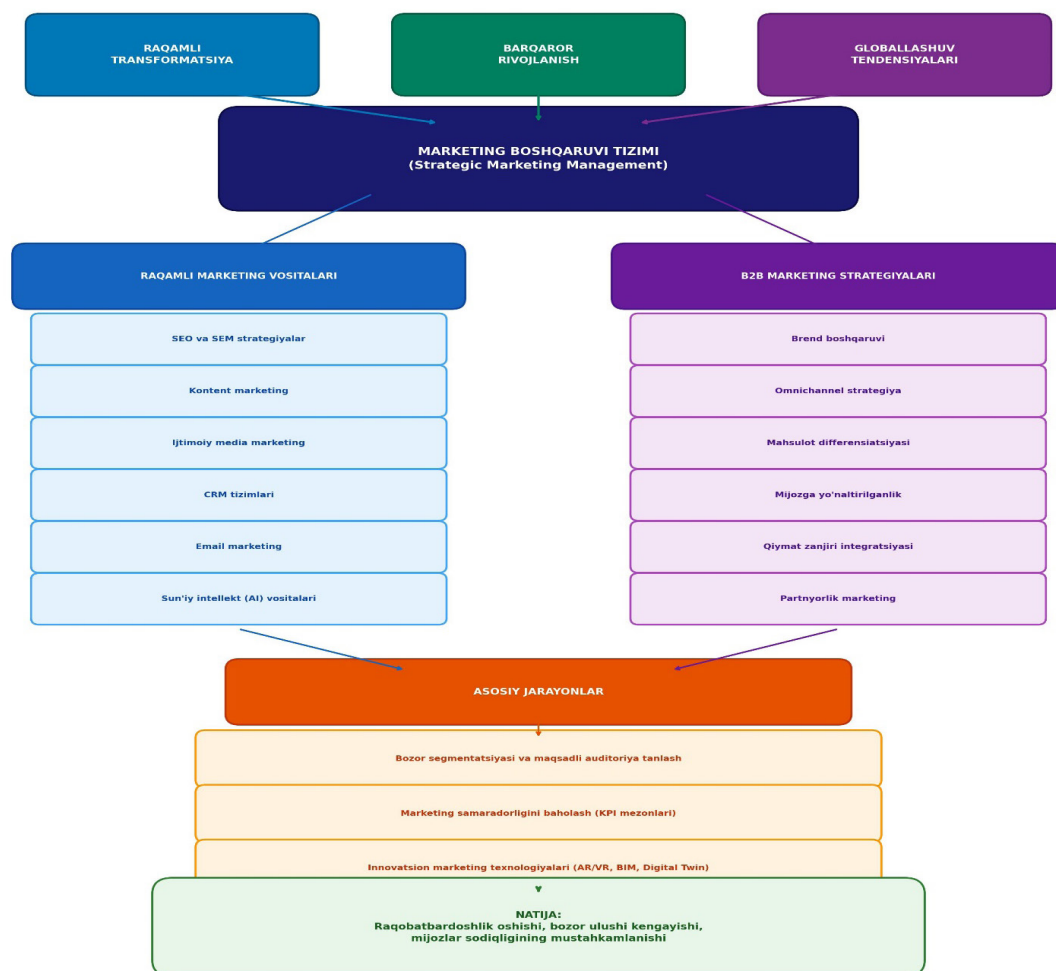
Gallagher ning tahlili bo'yicha, raqamli egizak (digital twin) texnologiyasi qurilish sektori marketingida yangi strategik vositaga aylanmoqda [6]. Bu texnologiya mijozlarga loyihani real vaqtda kuzatish, turli ssenariylarni (energiya iste'moli, ekologik ta'sir, operatsion samaradorlik) simulyatsiya qilish imkonini beradi va shu tariqa qaror qabul qilish jarayonini soddalashtiradi.

Kengaytirilgan reallik (AR) texnologiyalari qurilish materiallari sektorida mahsulotni vizualizatsiya qilish va mijozlar tajribasini boyitishning samarali vositasiga aylanmoqda. Digital Success tahlili bo'yicha, quruvchilarga material ehtiyojlarini hisoblash imkonini beruvchi interaktiv kalkulyatorlar, AR vositalari va loyihalarda materialni vizualizatsiya qilish dasturlari brendni qimmatli resurs sifatida pozitsiyalashga yordam beradi [12].

Barqaror rivojlanish tamoyillarining marketing strategiyalariga integratsiyasi

Fortune Business Insights prognozlariga ko'ra, global qurilish materiallari bozori 2026-yildan 2034-yilgacha yillik o'rtacha 3,90 foiz o'sish sur'atida (CAGR) rivojlanishi kutilmoqda [1]. Ushbu o'sishning asosiy harakatlantiruvchi kuchlaridan biri — aqlli texnologiyalar va barqaror materiallarni joriy etish tendensiyasidir. Aqlli qurilish materiallari atrof-muhit sharoitlariga moslashuvchi xususiyatlarga ega bo'lib, ularni marketing qilishda innovatsion yondashuvlar talab etiladi.

Brandhouse tadqiqotiga ko'ra, yashil qurilish materiallari bozori 2020-yildagi 256,51 milliard AQSh dollaridan 2028-yilga kelib 653,41 milliard AQSh dollariga yetishi prognoz qilinmoqda [9]. Bu keskin o'sish qurilish materiallari ishlab chiqaruvchilari uchun marketing strategiyalarini barqarorlik tamoyillari asosida qayta ko'rib chiqish zaruriyatini ko'rsatadi. Yashil qurilish materiallari ishlab chiqarmaydigan korxonalar uchun ham kompaniyaning barqarorlikka bo'lgan munosabatini boshqa yo'llar orqali — ishlab chiqarish jarayonlari, qadoqlash dizayni, alternativ energiya manbalari yoki xom ashyo yetkazib beruvchilar bilan hamkorlik — namoyish etish imkoniyatlari mavjud (1-rasm).



1-rasm. Qurilish materiallari korxonalarida marketing boshqaruvining zamonaviy tendensiyalari konseptual modeli¹

1 Manba: Kotler, Keller (2021), Deloitte (2025) va NBS (2022) asosida mualliflar tomonidan ishlab chiqilgan

1-jadval. Qurilish materiallari korxonalarida raqamli marketing vositalarining qo'llanilishi²

T/r	Marketing vositasi	Asosiy funktsiya	Qurilish materiallari sektoridagi ahamiyati
1	SEO va SEM	Qidiruv tizimlarida ko'rinuvchanlik	Ixtisoslashgan kalit so'zlar orqali maqsadli auditoriyaga yetish [10]
2	Kontent marketing	Ekspert pozitsiyasini shakllantirish	Texnik qo'llanmalar, case-study tahlillari orqali ishonchni mustahkamlash [3]
3	Ijtimoiy media	Brendni vizualizatsiya va interaktsiya	Mahsulot namoyishi va professional jamoat bilan muloqot [7]
4	CRM tizimlari	Mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish	B2B xaridorlarning uzoq muddatli sodiqligini ta'minlash [5]
5	E-mail marketing	Personalizatsiyalangan kommunikatsiya	Segmentlangan auditoriyaga maqsadli xabarlar yuborish [9]
6	AI va chatbotlar	Avtomatlashtirilgan mijoz xizmati	Real vaqtda texnik maslahat va mahsulot tanlashda yordam [8]
7	AR/VR texnologiyalar	Mahsulotni vizualizatsiya	Loyihalarda materialni ko'rish va tajriba qilish imkoniyati [12]

Marketing samaradorligini baholash mezonlarining evolyutsiyasi

Zamonaviy marketing boshqaruvi paradigmasida natijalarni o'lchash va baholash masalasi markaziy o'rin egallaydi. Gallagher ning ta'kidlashicha, ma'lumotlarga asoslangan qaror qabul qilish (data-driven decision making) bugungi raqobat muhitida hal qiluvchi ahamiyatga ega [6]. Turli marketing kanallaridan olingan metrikalarni tahlil qilish orqali korxonalar o'z strategiyalarini ROI (investitsiyalarning qaytimi) ni maksimallashtirish yo'nalishida optimallashtirishi mumkin.

Phocas Software tahlili bo'yicha, qurilish materiallari va qurilish kompaniyalari tobora ko'proq Business Intelligence (BI) va Financial Planning & Analysis (FP&A) vositalaridan foydalanmoqda [3]. Bu vositalar loyihalarni boshqarish, mehnat resurslaridan foydalanish, ilg'or materiallardan foydalanish va emissiyalarning real vaqtdagi ko'rsatkichlarini ko'rsatish imkonini beradi, bu esa marketing va operatsion qarorlarning integratsiyasiga xizmat qiladi.

Improve and Grow kompaniyasining tadqiqoti shuni ko'rsatdiki, inbound lead generation strategiyasi qurilish sanoatidagi eng muhim marketing tendensiyalaridan biriga aylangan [3]. Buning sababi shundaki, inbound strategiyalar zamonaviy mijozlarning qurilish loyihalari bo'yicha qaror qabul qilish uslubiga to'liq mos keladi: mijozlar mustaqil ravishda internet orqali tadqiqot olib borishadi va foydali kontent orqali korxonani topishadi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Qurilish materiallari ishlab chiqaruvchi korxonalarda marketing faoliyatini boshqarishning zamonaviy tendensiyalarini nazariy tahlil qilish natijasida quyidagi asosiy xulosalarga kelindi.

Birinchidan, qurilish materiallari sektori marketing boshqaruvida fundamental transformatsiya jarayonini boshdan kechirmoqda. Bu transformatsiya uchta asosiy harakatlantiruvchi kuch — raqamli texnologiyalar, barqaror rivojlanish tamoyillari va globallashtirish tendensiyalarining yagona ta'sir tizimi sifatida namoyon bo'lmoqda (1-rasm). An'anaviy B2B marketing yondashuvlaridan raqamli integratsiyalashgan marketing boshqaruvi modeliga o'tish sektorning raqobat muhitini tubdan o'zgartirmoqda [4], [6], [8].

Ikkinchidan, raqamli marketing vositalari (SEO, kontent marketing, ijtimoiy media, CRM, email marketing, AI) an'anaviy marketing kanallari bilan integratsiyalashgan holda eng yuqori samaradorlik ko'rsatadi [5], [7]. NBS ma'lumotlariga ko'ra, marketing byudjetining 50 foizdan ortig'ining raqamli kanallarga yo'naltirilishi sektorning raqamli yetuklik darajasining ortib borayotganligini tasdiqlaydi, biroq omnichannel yondashuvning to'liq joriy etilishi hali ham strategik masala bo'lib qolmoqda.

Uchinchidan, B2B brend boshqaruvi qurilish materiallari sektorida yangi bosqichga o'tmoqda. Kotler va Pfoertsch tomonidan taklif etilgan "performance branding" konsepsiyasi brend qiymatini o'lchanadigan biznes natijalariga bog'lash zaruriyatini asoslaydi [11]. Qurilish materiallari ishlab chiqaruvchilari uchun bu brend va'dasining texnik sifat, yetkazib berish ishonchligi va uzoq muddatli hamkorlik kafolatlarida ifodalanishini anglatadi.

To'rtinchidan, sun'iy intellekt, raqamli egizak (digital twin), kengaytirilgan reallik (AR/VR) kabi innovatsion texnologiyalar qurilish materiallari sektorida marketing boshqaruvining yangi imkoniyatlarini ochmoqda [6, 8,

² Manba: [1–12] manbalar asosida mualliflar tomonidan tuzilgan.



12]. Bu texnologiyalar mijozlar tajribasini boyitish, qaror qabul qilish jarayonini soddalashtirish va marketing kommunikatsiyalarining personalizatsiya darajasini oshirish imkonini bermoqda.

Beshinchidan, barqaror rivojlanish tamoyillari marketing strategiyalarining ajralmas tarkibiy qismiga aylandi. Yashil qurilish materiallari bozorining 2028-yilga kelib 653,41 milliard AQSh dollariga yetishi prognozi [9] bu tendensiyaning iqtisodiy salmoqliligini yaqqol ko'rsatadi va ishlab chiqaruvchilarni barqarorlikka yo'naltirilgan marketing kommunikatsiyalarini kuchaytishga undaydi.

Yuqoridagi xulosalar asosida quyidagi ilmiy-amaliy takliflar ishlab chiqildi:

Birinci taklif: qurilish materiallari ishlab chiqaruvchi korxonalar integratsiyalashgan raqamli marketing strategiyasini joriy etishlari maqsadga muvofiq. Bu strategiya SEO, kontent marketing, ijtimoiy media va email marketing kanallarini yagona boshqaruv tizimiga birlashtirishi va CRM platformasi orqali markazlashtirilgan boshqarilishi lozim.

Ikkinchi taklif: korxonalar "performance branding" yondashuvini qabul qilib, brend strategiyasini aniq o'lchanadigan KPI ko'rsatkichlari (mijozlar sodiqlik indeksi, brend tanilish darajasi, online konversiya koeffitsiyenti) bilan bog'lashlari zarur.

Uchinchi taklif: sun'iy intellekt texnologiyalarini marketing jarayonlariga bosqichma-bosqich joriy etish orqali mijozlar segmentatsiyasini aniqlashtirish, marketing kampaniyalarini personallashtirish va mijozlar bilan real vaqtdagi muloqotni ta'minlash tavsiya etiladi.

To'rtinchi taklif: barqaror rivojlanish tamoyillarini marketing strategiyasining markaziy elementiga aylantirish va yashil marketing kommunikatsiyalari orqali korxona imijini mustahkamlash zarur. Bu yondashuv nafaqat ekologik mas'uliyatni aks ettiradi, balki tobora ortib borayotgan yashil qurilish materiallari bozorida raqobatbardoshlik ustunligini ta'minlaydi.

Kelgusi tadqiqotlar uchun taklif etilgan konseptual modelni turli mamlakatlardagi qurilish materiallari korxonalari misolida empirik sinov va validatsiya qilish istiqbolli yo'nalish hisoblanadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Fortune Business Insights. (2024). Construction Materials Market Size, Share & COVID-19 Impact Analysis. <https://www.fortunebusinessinsights.com/construction-materials-market-107415>
2. Kotler, P., Pfoertsch, W. (2006). B2B Brand Management. Springer-Verlag Berlin Heidelberg. <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-540-44729-0>
3. Phocas Software. (2025). Trends for the Construction Industry & Building Materials Suppliers. <https://www.phocassoftware.com/resources/blog/5-trends-in-the-building-and-industrial-materials-industry>
4. Kotler, P., Keller, K.L. (2021). Marketing Management. 16th Edition. Pearson Education. <https://www.pearson.com/en-us/subject-catalog/p/marketing-management/P200000005765>
5. Ritter, T., Pedersen, C.L. (2022). The value relevance of digital marketing capabilities to firm performance. International Journal of Research in Marketing. <https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC9019537/>
6. Gallagher, B. (2024). Key Marketing Trends Shaping the Construction Industry in 2025. Construction Executive. <https://constructionexec.com/article/key-marketing-trends-shaping-the-construction-industry-in-2025/>
7. NBS & Glenigan. (2022). Construction Manufacturers' Marketing Report 2022. <https://reports.thenbs.com/construction-manufacturers-marketing-report-2022/>
8. Deloitte. (2025). 2026 Engineering and Construction Industry Outlook. Deloitte Insights. <https://www.deloitte.com/us/en/insights/industry/engineering-and-construction/engineering-and-construction-industry-outlook.html>
9. Brandhouse. (2022). Building Materials Marketing Trends for the Second Half of 2022. <https://brandhouse.com/building-materials-marketing-trends-2022/>
10. Comrade Digital Marketing Agency. (2025). Proven Marketing Strategies for Building Product Manufacturers. <https://comradeweb.com/blog/building-materials-marketing-strategies/>
11. Kotler, P., Pfoertsch, W. (2025). B2B Brand Management: Incorporating Performance Branding, Transformative Marketing and Artificial Intelligence. 2nd Edition. Springer Nature. <https://link.springer.com/book/10.1007/978-3-031-94665-3>
12. Digital Success. (2024). Digital Marketing for Building Material Suppliers — Key Trends to Follow in 2025. <https://www.digitalsuccess.us/blog/digital-marketing-for-building-material-suppliers-key-trends-to-follow-in-2025.html>



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>