

**SCIENCE**  
**PROBLEMS.UZ**

ISSN 2181-1342

Actual problems of social and humanitarian sciences  
Актуальные проблемы социальных и гуманитарных наук

**Ijtimoiy-gumanitar  
fanlarning dolzarb  
muammolari**

4-son (6-jild)

**2026**

**SCIENCEPROBLEMS.UZ**

**IJTIMOIIY-GUMANITAR FANLARNING  
DOLZARB MUAMMOLARI**

*№ 4 (6) – 2026*

**АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНО-  
ГУМАНИТАРНЫХ НАУК**

**ACTUAL PROBLEMS OF HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES**

**TOSHKENT-2026**

## **BOSH MUHARRIR:**

Isanova Feruza Tulqinovna

## **TAHRIR HAY'ATI:**

### *07.00.00- TARIX FANLARI:*

Yuldashev Anvar Ergashevich – tarix fanlari doktori, siyosiy fanlar nomzodi, professor;

Mavlanov Uktam Maxmasabirovich – tarix fanlari doktori, professor;

Xazratkulov Abror – tarix fanlari doktori, dotsent;

Tursunov Ravshan Normuratovich – tarix fanlari doktori;

Xolikulov Axmadjon Boymahmatovich – tarix fanlari doktori;

Gabrielyan Sofya Ivanovna – tarix fanlari doktori, dotsent;

Saidov Sarvar Atabullo o'g'li – katta ilmiy xodim, Imom Termiziy xalqaro ilmiy-tadqiqot markazi, ilmiy tadqiqotlar bo'limi.

### *08.00.00- IQTISODIYOT FANLARI:*

Karlibayeva Raya Xojabayevna – iqtisodiyot fanlari doktori, professor;

Nasirxodjayeva Dilafruz Sabitxanovna – iqtisodiyot fanlari doktori, professor;

Ostonokulov Azamat Abdukarimovich – iqtisodiyot fanlari doktori, professor;

Arabov Nurali Uralovich – iqtisodiyot fanlari doktori, professor;

Xudoyqulov Sadirdin Karimovich – iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent;

Azizov Sherzod O'ktamovich – iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent;

Xojayev Azizxon Saidaloxonovich – iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent

Xolov Aktam Xatamovich – iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent;

Shadiyeva Dildora Xamidovna – iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent v.b.;

Shakarov Qulmat Ashirovich – iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent.;

Jabborova Charos Aminovna - iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD).

### *09.00.00- FALSAFA FANLARI:*

Hakimov Nazar Hakimovich – falsafa fanlari doktori, professor;

Yaxshilikov Jo'raboy – falsafa fanlari doktori, professor;

G'aybullayev Otabek Muhammadiyevich – falsafa fanlari doktori, professor;

Saidova Kamola Uskanbayevna – falsafa fanlari doktori;

Hoshimxonov Mo'min – falsafa fanlari doktori, dotsent;

O'roqova Oysuluv Jamoliddinovna – falsafa fanlari doktori, dotsent;

Nosirxodjayeva Gulnora Abdulkaxxarovna – falsafa fanlari nomzodi, dotsent;

Turdiyev Bexruz Sobirovich – falsafa fanlari doktori (DSc), Professor.

### *10.00.00- FILOLOGIYA FANLARI:*

Axmedov Oybek Saporbayevich – filologiya fanlari doktori, professor;

Ko'chimov Shuxrat Norqizilovich – filologiya fanlari doktori, dotsent;

Hasanov Shavkat Ahadovich – filologiya fanlari doktori, professor;

Baxronova Dilrabo Keldiyorovna – filologiya fanlari doktori, professor;

Mirsanov G'aybullo Qulmurodovich – filologiya fanlari doktori, professor;

Salaxutdinova Musharraf Isamutdinovna – filologiya fanlari nomzodi, dotsent;

Kuchkarov Raxman Urmanovich – filologiya fanlari nomzodi, dotsent v/b;

Yunusov Mansur Abdullayevich – filologiya fanlari nomzodi;

Saidov Ulugbek Aripovich – filologiya fanlari nomzodi, dotsent;

Qodirova Muqaddas Tog'ayevna - filologiya fanlari nomzodi, dotsent.

### *12.00.00- YURIDIK FANLAR:*

Axmedshayeva Mavlyuda Axatovna – yuridik fanlar doktori, professor;

Muxitdinova Firyuza Abdurashidovna – yuridik fanlar doktori, professor;

Esanova Zamira Normurotovna – yuridik fanlar doktori, professor, O'zbekiston Respublikasida xizmat ko'rsatgan yurist;

Hamroqulov Bahodir Mamasharifovich – yuridik fanlar doktori, professor v.b.,;

Zulfiqorov Sherzod Xurramovich – yuridik fanlar doktori, professor;

Xayitov Xushvaqt Saparbayevich – yuridik fanlar doktori, professor;

Asadov Shavkat G'aybullayevich – yuridik fanlar doktori, dotsent;

Ergashev Ikrom Abdurasulovich – yuridik fanlari doktori, professor;

Utemuratov Maxmut Ajimuratovich – yuridik fanlar nomzodi, professor;

Saydullayev Shaxzod Alixanovich – yuridik fanlar nomzodi, professor;

Hakimov Komil Baxtiyarovich – yuridik fanlar doktori, dotsent;

Yusupov Sardorbek Baxodirovich – yuridik fanlar doktori, professor;

Amirov Zafar Aktamovich – yuridik fanlar doktori (PhD);

Jo'rayev Sherzod Yuldashevich – yuridik fanlar nomzodi, dotsent;

Babadjanov Atabek Davronbekovich – yuridik fanlar nomzodi, professor;

Normatov Bekzod Akrom o'g'li — yuridik fanlar bo'yicha falsafa doktori;

Rahmatov Elyor Jumaboyevich — yuridik fanlar nomzodi;

### *13.00.00- PEDAGOGIKA FANLARI:*

Xashimova Dildarxon Urinboyevna – pedagogika fanlari doktori, professor;

Ibragimova Gulnora Xavazmatovna – pedagogika fanlari doktori, professor;

Zakirova Feruza Maxmudovna – pedagogika fanlari doktori;

Kayumova Nasiba Ashurovna – pedagogika fanlari doktori, professor;

Taylanova Shoxida Zayniyevna – pedagogika fanlari doktori, dotsent;

Jumaniyozova Muhayyo Tojiyevna – pedagogika fanlari doktori, dotsent;

Ibraximov Sanjar Urunbayevich – pedagogika fanlari doktori;

Javliyeva Shaxnoza Baxodirovna – pedagogika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD);

Bobomurotova Latofat Elmurodovna — pedagogika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD);

Sulaymanova Dildora Nazarovna – pedagogika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD).

### *19.00.00- PSIXOLOGIYA FANLARI:*

Karimova Vasila Mamanosirovna – psixologiya fanlari doktori, professor, Nizomiy nomidagi Toshkent davlat pedagogika universiteti;

Hayitov Oybek Eshboyevich – Jismoniy tarbiya va sport bo'yicha mutaxassislarni qayta tayyorlash va malakasini oshirish instituti, psixologiya fanlari doktori, professor

Umarova Navbahor Shokirovna– psixologiya fanlari doktori, dotsent, Nizomiy nomidagi Toshkent davlat pedagogika universiteti, Amaliy psixologiyasi kafedrasini mudiri;

Atabayeva Nargis Batirovna – psixologiya fanlari doktori, dotsent;

Shamshetova Anjim Karamaddinovna – psixologiya fanlari doktori, dotsent;

Qodirov Obid Safarovich – psixologiya fanlari doktori (PhD).

### *22.00.00- SOTSILOGIYA FANLARI:*

Latipova Nodira Muxtarjanovna – sotsiologiya fanlari doktori, professor, O'zbekiston milliy universiteti kafedra mudiri;

Seitov Azamat Po'latovich – sotsiologiya fanlari doktori, professor, O'zbekiston milliy universiteti;

Sodiqova Shohida Marxaboyevna – sotsiologiya fanlari doktori, professor, O'zbekiston xalqaro islom akademiyasi.

### *23.00.00- SIYOSIY FANLAR*

Nazarov Nasriddin Ataqulovich –siyosiy fanlar doktori, falsafa fanlari doktori, professor, Toshkent arxitektura qurilish instituti;

Bo'tayev Usmonjon Xayrullayevich –siyosiy fanlar doktori, dotsent, O'zbekiston milliy universiteti kafedra mudiri.

---

## OAK Ro'yxati

Mazkur jurnal Vazirlar Mahkamasi huzuridagi Oliy attestatsiya komissiyasi Rayosatining 2022-yil 30-noyabrdagi 327/5-son qarori bilan tarix, iqtisodiyot, falsafa, filologiya, yuridik va pedagogika fanlari bo'yicha ilmiy darajalar yuzasidan dissertatsiyalar asosiy natijalarini chop etish tavsiya etilgan ilmiy nashrlar ro'yxatiga kiritilgan.

---

**“Ijtimoiy-gumanitar fanlarning dolzarb muammolari”** elektron jurnali 2020-yil 6-avgust kuni 1368-sonli guvohnoma bilan davlat ro'yxatiga olingan.

**Muassis:** “SCIENCEPROBLEMS TEAM” mas'uliyati cheklangan jamiyati

### **Tahririyat manzili:**

100070. Toshkent shahri, Yakkasaroy tumani, Kichik Beshyog'och ko'chasi, 70/10-uy. Elektron manzil: [scienceproblems.uz@gmail.com](mailto:scienceproblems.uz@gmail.com)

### **Bog'lanish uchun telefon:**

(99) 602-09-84 (telegram).

**07.00.00 – TARIX FANLARI**

<i>Махмудова Нигора Баротовна</i> ИСТОРИЧЕСКИЙ ОБЗОР ПЕНИТЕНЦИРНОГО ДЕЛА В КОЛОНИАЛЬНОМ ТУРКЕСТАНСКОМ КРАЕ, ПО ОТЧЁТАМ РЕВИЗИИ СЕНАТОРА К.К.ПАЛЕНА .....	10-15
<i>Esonov Ziyodbek Yuldashevich</i> RISHTON KULOLCHILIK MAKTABI VA UNING LOKAL XUSUSIYATLARI ETNOGRAFIK TAHLILI .....	16-20
<i>Абдиев Рузикул Буронович</i> ИСТОРИКО-ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ СОХРАНЕНИЯ АРХИТЕКТУРНОГО НАСЛЕДИЯ В УЗБЕКИСТАНЕ .....	21-27
<i>Абдужаббаров Шерзод</i> ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ, ФУНКЦИИ И ПРАВОВЫЕ ОСНОВЫ СУЩЕСТВОВАНИЯ И РАБОТЫ СОВЕТА ТУРКЕСТАНСКОГО ГЕНЕРАЛ-ГУБЕРНАТОРА .....	28-33
<i>Boymurodov Shuxrat Toshkentovich</i> MUSTAQILLIK YILLARIDA O'RTA MAXSUS TA'LIM, SOHASIDA MA'NAVIY YANGILANISH .....	34-38
<i>Жураева Нафиса Олимовна</i> ТОПОГРАФИЧЕСКОЕ ВЛИЯНИЕ КУЛЬТОВЫХ СООРУЖЕНИЯХ НА ФОРМИРОВАНИЕ ГУЗАРОВ ГОРОДА БУХАРЫ .....	39-45
<i>Safarov Akmal</i> SUV XO'JALIGI SOHASI UCHUN MALAKALI KADRLAR TAYYORLASHNING NAZARIY-HUQUQIY ASOSLARI VA ULARNI TAKOMILLASHTIRISH MASALALARI .....	46-52
<i>Tursunova Mahliyo Sarvar qizi</i> XORIJIIY INVESTITSIYALAR ISHTIROKIDAGI KORXONALAR FAOLIYATINING HUDUDIIY IJTIMOIIY-IQTISODIIY HAYOTGA TA'SIRI (JIZZAX VILOYATI MISOLIDA, 1991- 2026 -YILLAR).....	53-57
<i>Mardiyeva Guzal Karimovna</i> SAMARQAND VILOYATIDA SOVET DAVRINING DASTLABKI YILLARIDA XOTIN-QIZLARINING OLIY TA'LIMGA KIRISH IMKONIYATLARI VA CHEKLOVLAR .....	58-62
<i>Kenjayev Elyor Sattorovich</i> YANGI O'ZBEKISTONNI BARPO ETISHDA STRATEGIK ISLOHOTLAR: TARAQQIYOT VA MA'NAVIY YUKSALISH UYG'UNLIGI .....	63-70
<i>Polvonov Kozimbek Naimovich, Polvonov Anvar Naimovich</i> QASHQADARYODAGI YETAKCHI O'QUV DARGOHLARIDAN BIRI .....	71-79
<i>Mo'minova Gavxar Esanovna</i> O'ZBEKISTON SAVDO TARIXINI O'RGANISHDA DAVLAT ARXIVLARI HUJJATLARINING O'RNI .....	80-85
<i>Norboyev Sarvar Qahramon o'g'li</i> O'ZBEKISTON TARIXIIY SHAHARLARINING XALQARO MIQYOSDA TAN OLINISHI .....	86-90

## 08.00.00 – IQTISODIYOT FANLARI

<i>Tillabaeva Umida Makhsumovna, Talipova Nigora Tulkunovna</i> DIGITALIZATION AND EMPLOYABILITY: A BIBLIOMETRIC ANALYSIS OF RESEARCH TRENDS (2018–2025) .....	91-100
<i>Xudoyorov Lochinbek Bahromovich</i> O'ZBEKISTON SERVIS SOHASIDA XIZMATLAR SIFATI KO'RSATKICHLARINING DINAMIK TAHLILI .....	101-107
<i>Toxirov Akbarxon Toirxon o'g'li</i> INNOVATSION MARKETING INDEKSI ASOSIDA KORXONALARNING IQTISODIY XAVFSIZLIGI VA RAQOBATBARDOSHLIGINI BAHOLASH METODOLOGIYASI .....	108-113
<i>Ismoilov Bekzod Muxidinovich</i> GLOBALLASHUV SHAROITIDA TURIZM SOHASINI INNOVATSION RIVOJLANTIRISHNING KONSEPTUAL ASOSLARI .....	114-118
<i>Sadullayev Rasulbek Palvanbayevich</i> O'ZBEKISTONDA EKOLOGIK MUAMMOLARNING IJTIMOIIY-IQTISODIY OQIBATLARI KELIB CHIQISHI .....	119-135
<i>Nishonova Shaxnozaxon</i> ZAMONAVIY IQTISODIY TIZIM SHAROITIDA LOYIHALARNI BOSHQARISH YONDASHUVLARI .....	136-140
<i>Fayziyeva Aziza Azamat qizi</i> SURXONDARYO VILOYATIDA KICHIK TADBIRKORLIK FAOLIYATINING BANDLIK KO'RSATKICHLARIGA TA'SIRI: ARIMA MODEL ASOSIDA PROGNOZ VA TAHLIL .....	141-154

## 09.00.00 – FALSAFA FANLARI

<i>Ismoilov Maxamadixon Isroilovich</i> IQTISODIY RATSIONALIZM: TUSHUNCHA, EVOLYUTSIYA VA NAZARIY CHEGARALAR.....	155-165
<i>Beshimov Xamidjon Sayidovich</i> O'ZBEKISTONDA KASABA UYUSHMALARINING IJTIMOIIY ADOLATNI TA'MINLASHDAGI AHAMIYATI .....	166-175
<i>Obidov Asliddin Shavkatovich</i> SAID AD-DIN AL-FARG'ONIY TA'LIMOTIDA ONTOLOGIK VA GNOSEOLOGIK ASOSLAR .....	176-181
<i>Abduraxmov Xasan Ibroximovich</i> KOGNITIV-AXBOROT MUHITINING SUN'IY INTELLEKT SHAROITIDA YOSHLAR IJODKORLIGI VA TASHABBUSKORLIGIGA TA'SIRI.....	182-188
<i>Xolova Umida Umedovna</i> "O'RTA ASRLAR FALSAFIY TAFAKKURIDA MA'RIFAT KONSEPSIYASINING TARIXIY-FALSAFIY EVOLYUTSIYASI: TEOLOGIK VA MA'RIFIY BOSQICHLAR TAHLILI" .....	189-192
<i>Rajabova Rohila Zakirovna</i> AHMAD DONISH'S PHILOSOPHICAL VIEWS IN HIS WORK "NAVODIR UL-VAKOE" .....	193-197
<i>Kabulov Jahongir Bakhodirovich</i> SEPARATIZMNING ASIMMETRIK XUSUSIYATI.....	198-202
<i>Eshkuvvatov Jaloliddin</i> MADANIYATLARARO MULOQOTDA MILLIY VA UMUMINSONIY QADRIYATLAR SINTEZI..	203-210

*Jomuradov Ikrom Ilxom o'g'li*  
IMMANUIL KANT VA ZAMONAVIY FALSAFADA NOUMENAL ERKINLIK MUAMMOSI:  
FENOMENAL DETERMINIZM BILAN BOG'LIQ ANTINOMIK ZIDDIYATNING DOLZARB  
TALQINLARI..... 211-215

*Rustamova Madina*  
OMMAVIY MANIPULYATSIIYANING DESTRUKTIV XUSUSIYATI:  
TAHDIDLAR VA OQIBATLAR..... 216-220

*Yodgorov Alisher Nurmuhammadovich*  
AXBOROTLASHGAN JAMIYATDA IJTIMOIIY MUNOSABATLARNING  
TRANSFORMATSIIYASI..... 221-225

#### **10.00.00 - FILOLOGIYA FANLARI**

*Isanova Feruza Tulqinovna*  
O'ZBEK VA INGLIZ TILLARIDA XALQARO HUQUQ TERMINOLOGIIYASINING  
GIBRID TABIATI: SHAKLLANISH MANBALARI, STRUKTUR-SEMANTIK  
XUSUSIYATLARI VA FUNKSIONAL TAHLILI ..... 226-232

*Rahmatov Laziz, Baxronova Dilrabo*  
ABYA YALA (LOTIN AMERIKASI) DAVLATLARI NOMLARINING  
LINGVOPOLITIK DISKURSI: ETIMOLOGIK VA GEOSIIYOSIIY TAHLIL ..... 233-241

*Quvvatova Shaxlo Choriyevna*  
XOLID HUSAYNIYNING "MING QUYOSH SHU'LASI" ASARI TAHLILI..... 242-246

*Elmuratova Zamira Xodjamuratovna*  
NAQLLAR VA MAQOLLARNING FOLKLOR JANRIDAGI ROLI..... 247-251

#### **12.00.00 - YURIDIK FANLAR**

*Shayzakov Shodiyor Ibragimovich*  
QONUNIIY KUCHGA KIRMAGAN SUD HUJJATLARI USTIDAN APELLIYATSIYA  
TARTIBIDA SHIKOYAT QILISHNING PROTSESSUAL-HUQUQIIY ASOSLARI..... 252-261

*Umarova Xolisxon Nomoz qizi*  
O'ZBEKISTONDA RAQOBATGA QARSHI KELISHUVLAR HAQIDA XABAR BERGANLIK  
UCHUN JAVOBGARLIKDAN OZOD QILISH VA JARIMALARNI KAMAYTIRISH TIZIMINI  
TAKOMILLASHTIRISH MASALALARI..... 262-269

*Аминова Наргиза*  
OT SEKYAPPIZMA K POSTSEKYAPPIPHOCTИ:  
MOДЕЛИ BЗАИМОДЕЙСТBИЯ PЕЛИГИOЗНОГО И CBEТCКОГО  
B COBPEMЕHHOM OБЩЕCTBE ..... 270-277

*Amirov Agzamxon Aktamovich*  
QURILISHDA ULUSHLI ISHTIROK ETISH TUSHUNCHASINING TAHLILI..... 278-283

*Mamatmurodov Farrux Farxod o'g'li*  
SUKUKNING NAZARIY POYDEVORI HAMDA TARIXIIY RIVOJLANISH BOSQIHLARI:  
ZAMONAVIY KAPITAL BOZORIDAGI O'RNI..... 284-294

*Kabilov Sardor Asrolovich*  
JINOIIY JAVOBGARLIKDAN OZOD QILISH TURLARI VA UNING HUQUQIIY ASOSLARI .... 295-300

<i>Nosirov Bekzod O'ktam o'g'li</i> ETIL SPIRTI, ALKOGOL VA TAMAKI MAHSULOTLARINI VOJXONA CHEGARASIDAN NOQONUNIY OLIB O'TISH .....	301-304
<i>Sabirova Kuvanchay Babamuratovna</i> ГЕНДЕРНОЕ НАСИЛИЕ, УСИЛЕННОЕ ИСКУССТВЕННЫМ ИНТЕЛЛЕКТОМ: ВЫЗОВЫ МЕЖДУНАРОДНОМУ ГУМАНИТАРНОМУ ПРАВУ И ПРОБЕЛЫ В ПРАВОВОМ РЕГУЛИРОВАНИИ .....	305-310
<i>Urinboyeva Muxlisa Ma'rufovna</i> MEDIATSIYA INSTITUTIDA SUN'IY INTELEKT IMKONIYATLARIDAN FOYDALANISH MASALALARI .....	311-318
<i>Majidov Islomjon Dilshod o'g'li</i> YAQIN QARINDOSHLAR BILAN BOG'LIQ HOLATLARDA TRANSPORT VOSITALARI HARAKATI YOKI ULARDAN FOYDALANISH XAVFSIZLIGI QOIDALARINI BUZISH JINOYATLARINI KVALIFIKATSIYA QILISHDA INSONPARVARLIK PRINSIPINI QO'LLASH MASALALARI .....	319-325
<i>Habibullayev Muhammadrajab Obidjon o'g'li</i> HUQUQ VA IMKONIYATLAR MUVOZANATI: O'ZBEKISTONDA GENDER ADOLAT SARI YO'L.....	326-331
<b>13.00.00 – PEDAGOGIKA FANLARI</b>	
<i>Qurbonova Dilafroz Toshturdiyevna</i> TEMURIY MALIKALAR MA'NAVIY MEROSINING TARIXIY, ILMIY-ADABIY MANBALARDAGI TALQININI TALABA-QIZLARGA O'RGATISH .....	332-337
<i>Tursunaliyev Shaxzod Sherali o'g'li</i> SUMMATIVE ASSESSMENT AS A CONTEXT FOR DEVELOPING STUDENTS' CRITICAL THINKING COMPETENCE: THE PROBLEM DIMENSION .....	338-344
<i>Abdullayeva Surayyo Ashrafxonovna</i> AUTISTIK SPEKTR BUZILISHLARIGA EGA BOLALAR TA'LIMI VA TARBIYASINING TARIXIY SHAKLLANISHI HAMDA IJTIMOYIY ASOSLARI .....	345-354
<i>G'affarova Dilfuza Shavkat qizi</i> TALABALARNING KASBIY KOMPETENTLIGINI RIVOJLANTIRISHDA INNOVATSION TA'LIM TEXNOLOGIYALARINING DIDAKTIK IMKONIYATLARI.....	355-360
<i>Turdimuratov Dilmurad Yuldashevich</i> THE IMPACT OF VOLITIONAL QUALITIES OF PRIMARY SCHOOL STUDENTS ON THE DEVELOPMENT OF BEHAVIORAL RESPONSES ENSURING EFFECTIVE SPORTS PERFORMANCE.....	361-367

**Received:** 16 March 2026

**Accepted:** 01 April 2026

**Published:** 15 April 2026

*Article / Original Paper*

## **METHODOLOGY FOR ASSESSING THE ECONOMIC SECURITY AND COMPETITIVENESS OF ENTERPRISES BASED ON THE INNOVATION MARKETING INDEX**

**Toxirov Akbarxon Toirxon o'gli**

Tashkent Chemical-Technological Institute (TCTI), Department of Management

Independent Researcher

Tashkent Institute of Chemical Technology

E-mail: [phdakbar90@gmail.com](mailto:phdakbar90@gmail.com)

<http://www.orcid.org/0000-0003-0577-0277>

**Abstract.** This article studies the role of the innovative marketing factor in ensuring the economic security and increasing the competitiveness of enterprises. As part of the research, an integrated indicator for assessing innovative marketing activities at enterprises, the innovative marketing index (IMI), was developed. The results of the study showed that the economic stability and competitiveness of enterprises increase as the level of use of innovative marketing tools increases.

**Keywords:** innovative marketing, economic security, competitiveness, IMI, digital marketing, CRM, SMM, artificial intelligence, enterprise management.

## **INNOVATSION MARKETING INDEKSI ASOSIDA KORXONALARNING IQTISODIY XAVFSIZLIGI VA RAQOBATBARDOSHLIGINI BAHOLASH METODOLOGIYASI**

**Toxirov Akbarxon Toirxon o'g'li**

TKTI, Menejmenti kafedrası

mustaqil izlanuvchisi,

Toshkent kimyo-texnologiya insituti

**Annotatsiya.** Mazkur maqolada korxonalarining iqtisodiy xavfsizligini ta'minlash va raqobatbardoshligini oshirishda innovatsion marketing omilining roli o'rganilgan. Tadqiqot doirasida korxonalarda innovatsion marketing faoliyatini baholash uchun integrallashgan ko'rsatkich — innovatsion marketing indeksi (IMI) ishlab chiqildi. Tadqiqot natijalari innovatsion marketing vositalaridan foydalanish darajasi oshgan sari korxonalarining iqtisodiy barqarorligi va raqobatbardoshligi ortishini ko'rsatdi.

**Kalit so'zlar:** innovatsion marketing, iqtisodiy xavfsizlik, raqobatbardoshlik, IMI, digital marketing, CRM, SMM, sun'iy intellekt, korxonalar boshqaruvi.

DOI: <https://doi.org/10.47390/SPR1342V6I4Y2026N16>

**Kirish.** Biznes modellar va texnologiyalarning tez sur'atlarda o'zgarishi, shuningdek mahsulotlarning hayotiylik davri qisqarishi korxonalar raqobatbardoshligini innovatsiyalarsiz oshirishning imkoni yo'qligini tasdiqlovchi obyektiv haqiqatdir. Korxonalar raqobatbardoshligi uning o'z sohasida o'xshash mahsulot ishlab chiqaruvchi raqiblariga nisbatan ustunlik darajasini ifodalaydi.

Korxonalar iqtisodiy xavfsizligini ta'minlash hamda raqobatbardoshligini oshirishning muhim yo'llaridan biri innovatsion g'oyalarni ishlab chiqish va ularni amaliyotga joriy etish hisoblanadi. Shu bilan birga, raqobat muhitining doimiy o'zgarishi marketing sohasida innovatsion yondashuvlardan foydalanish zaruratini kuchaytirmoqda.

Inqirozli sharoitlarda iste'molchilar talabiga mos mahsulot ishlab chiqarish korxonaning bozordagi raqobatbardoshligini oshiradi va uni samarali faoliyat yuritishga undaydi. Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, texnologik innovatsiyalarni joriy etishda moliyaviy resurslar yetishmovchiligi yuzaga kelgan holatlarda innovatsion marketing korxonaning raqobat kurashidagi asosiy vositaga aylanadi. Korxonaning bozor muhitidagi muvaffaqiyati uning mijozlari tomonidan belgilanadi. Agar mijozlar mahsulot va xizmatlarni ularni ishlab chiqarishga sarflangan xarajatlardan yuqori baholasa, biznes rivojlanadi; aks holda esa u tashqi qo'llab-quvvatlashga muhtoj bo'ladi yoki inqirozga uchrashi mumkin.

**Adabiyotlar tahlili va metodologiya.** Innovatsion marketing indeksi iqtisodiy xavfsizlikni ta'minlashdagi o'rni va ahamiyati bo'yicha ilmiy manbalar o'rganildi. O'zbekiston va xalqaro ilmiy-adabiyotlar, ilmiy maqolalar va monografiyalardan foydalanib, innovatsion marketing iqtisodiy xavfsizlikka bo'lgan ta'siri haqida nazariy asoslar shakllantirildi. Shuningdek, iqtisodiy xavfsizlik bo'yicha turli yondashuvlar va konsepsiyalar ko'rib chiqildi.

Adrian Payne – “CRM and Customer Value” tadqiqot ishida CRM tizimlari orqali mijozlar qiymatini oshirish va sodiqlikni shakllantirish mexanizmlari yoritilgan. IMI indeksidagi CRM komponenti uchun asosiy manba ekanligi isbotlangan [1; B.7.].

Akbarxon Toxirov – “Sanoat korxonalarida iqtisodiy xavfsizlikni ekonometrik modellashtirish” maqolasida sanoat korxonalarining iqtisodiy xavfsizligini ta'minlashda ekonometrik modellashtirishning ahamiyati va dolzarbligi muhokama qilinadi [2; B.61-69.].

Dave Chaffey – “Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice” asarida raqamli marketing strategiyalari va ularni amaliyotga joriy etish mexanizmlari ko'rib chiqiladi. IMI indeksidagi Digital Marketing (DM) komponentini asoslash uchun muhim manba ekanligi ta'kidlanadi [3; B.7.].

Davenport Thomas et al. – “Artificial Intelligence in Marketing” ishida AI asosidagi marketing vositalari (predictive analytics, targeting) va ularning biznes samaradorligiga ta'siri yoritilgan. IMI indeksidagi AI komponenti uchun asosiy manba bo'lib xizmat qilishi asoslangan [4; B. 24–42.].

Kaplan Andreas & Michael Haenlein – “Users of the World, Unite!” ishida ijtimoiy tarmoqlarning marketingdagi roli va korxonalar strategiyasiga ta'siri tahlil qilingan. IMI indeksidagi SMM komponenti uchun asosiy nazariy jihatdan isbotlangan [5; B59–68.].

Robert Kaplan & David Norton – “Balanced Scorecard” ilmiy tadqiqotida korxonalar faoliyatini kompleks baholash tizimi ishlab chiqilgan. IMI indeksini KPI sifatida qo'llash uchun metodologik asoslangan va amaliy ahamiyati ochib berilgan [6; B.7.].

Philip Kotler – “Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital” asarida marketingning an'anaviy shakllardan raqamli va interaktiv shakllarga o'tishi yoritiladi. Muallif innovatsion marketing vositalari (SMM, digital platformalar, customer engagement) orqali korxonalar samaradorligini oshirish mexanizmlarini tushuntiradi [7; B.7.].

Philip Kotler & Kevin Lane Keller – “Marketing Management” ishida marketing boshqaruvi, branding, mijozlar bilan munosabatlar va raqamli marketing strategiyalari batafsil

tahlil qilingan. Innovatsion marketing komponentlarini (CRM, branding) tushuntirish uchun asosiy manba hisoblanadi [8; B.7.].

Hult Tomas M. et al. – “Market Orientation and Performance” ishida bozorga yo'naltirilganlik va marketing innovatsiyasi korxonalar natijalariga qanday ta'sir qilishi tahlil qilingan. Bu IMI va iqtisodiy xavfsizlik o'rtasidagi bog'liqlikni asoslashda samarali ahamiyatga ega [9; B. 117–132.].

Michael Porter – “Competitive Advantage” ishida korxonaning raqobat ustunligini shakllantirish mexanizmlari ko'rib chiqilgan. Marketing strategiyalari orqali xavfsizlik va barqarorlikni ta'minlash g'oyalari ilmiy isbotlangan [10; B.7.].

Vesna Zabkar et al. – “The Impact of Innovation on Firm Performance” ishida innovatsiyalar (jumladan marketing innovatsiyalari) korxonalar samaradorligi va raqobatbardoshligiga ijobiy ta'sir ko'rsatishi empirik jihatdan isbotlangan [11; B. 589–597.].

**Muhokama.** Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, innovatsion marketing yangi mahsulotlar, uskunalar, xizmatlar va texnologiyalarni ishlab chiqish hamda ularni bozorda samarali sotish uchun zamonaviy marketing yondashuvlaridan foydalanish bilan bog'liqdir. Korxonalar faoliyatini tahlil qilish marketing sohasida innovatsiyalarni qo'llash iste'molchilar ehtiyojlarini to'liq qondirish va yangi bozorlarni o'zlashtirish imkonini berishini ko'rsatadi.

Ilmiy izlanishlar natijasida innovatsiyalar o'z ahamiyatiga ko'ra ikki asosiy guruhga ajratiladi [2]:

1. **Shakliga ko'ra innovatsiyalar:** mahsulot innovatsiyasi (moddiy natija), xizmat innovatsiyasi (nomoddiy natija), jarayon va texnologik innovatsiyalar, kadrlar innovatsiyasi hamda ishlab chiqarish tizimlarini yangilash yoki takomillashtirish.

2. **Yangilik darajasiga ko'ra innovatsiyalar:** inkremental (bosqichma-bosqich), modulli, arxitekturaviy va radikal (keskin yangiliklar).

Demak, innovatsiyalar mahsulot, xizmat va jarayonlarda turli darajadagi o'zgarishlarni ifodalab, ularning samaradorligini oshirishga xizmat qiladi. Tadqiqotlar texnologik rivojlanish innovatsion boshqaruv va innovatsion marketing bilan uzviy bog'liq holda kechishi zarurligini ko'rsatadi. Bu jarayonda quyidagi yo'nalishlar muhim hisoblanadi:

1. Texnologik innovatsiyalarni joriy etish va yangi bozorlarni egallash;
2. Iste'molchi faolligini oshirishning yangi usullarini ishlab chiqish;
3. Kombinatsiyalashgan innovatsion marketingni rivojlantirish.

Korxonalarda mavjud muammolarni innovatsiyalar yordamida hal etish mumkin. Avvallari ko'plab kompaniyalar daromadni asosan ishlab chiqarish hajmini kengaytirish orqali oshirgan. Biroq rivojlangan mamlakatlarda demografik o'sishning sekinlashuvi hamda xomashyo narxlarining oshishi innovatsiyalardan keng foydalanish zaruratini kuchaytirdi va innovatsion jarayonlarning jadallashuviga turtki berdi. Zamonaviy bozor iqtisodiyoti sharoitida korxonalarining iqtisodiy xavfsizligini ta'minlashda marketing faoliyati muhim o'rin egallaydi. Ayniqsa, raqamli transformatsiya jarayonlari jadallashgan bir davrda innovatsion marketing vositalaridan foydalanish darajasi korxonaning raqobatbardoshligi va barqarorligiga bevosita ta'sir ko'rsatadi.

Shu nuqtai nazardan, korxonalarda innovatsion marketingni baholash uchun integrallashgan ko'rsatkich — Innovatsion marketing indeksi (IMI) ni ishlab chiqish zarurati yuzaga keladi.

Innovatsion marketing indeksi (IMI) — bu korxonaning zamonaviy marketing texnologiyalaridan foydalanish darajasini kompleks baholovchi ko'rsatkich bo'lib, u iqtisodiy xavfsizlik va raqobatbardoshlikni aniqlashda muhim indikator sifatida xizmat qiladi.

$$IMI = \frac{SMM + CRM + DM + AI + BR}{5}$$

Bu yerda:

- SMM — ijtimoiy tarmoqlarda marketing faolligi
- CRM — mijozlar bilan ishlash tizimi darajasi
- DM (Digital Marketing) — raqamli marketing vositalaridan foydalanish
- AI — sun'iy intellekt asosidagi marketing texnologiyalari
- BR (Branding) — brendni rivojlantirish darajasi

Har bir ko'rsatkich 0 dan 10 gacha ball bilan baholanadi.

IMI baholash shkalasi:

IMI qiymati	Daraja	Tavsif
0 - 3	Past	Marketing innovatsiyasi deyarli yo'q
4 - 7	O'rta	Qisman innovatsion
8 - 10	Yuqori	To'liq innovatsion marketing tizimi

Korxonada iqtisodiy xavfsizligini ta'minlashda yangi axborot texnologiyalari asosidagi uzluksiz innovatsiyalar muhim rol o'ynaydi, chunki ular iste'molchilarning xulq-atvorini tubdan o'zgartiradi. Masalan, turli tovar va xizmatlarni internet orqali, uyidan chiqmagan holda xarid qilish imkoniyati shunday innovatsiyalarning amaliy ko'rinishidir. Uzluksiz (dinamik) innovatsiyalar eng samarali turlardan biri bo'lib, ularni joriy etishda iste'molchiga yangi mahsulot yoki xizmatning ahamiyati va zarurligini alohida tushuntirish uchun qo'shimcha xarajatlar talab etilmaydi.

Innovatsion mahsulotlar, o'z navbatida, ham jismoniy, ham axborot jihatlari bilan tavsiflanadi. Zamonaviy iste'molchi ko'pincha innovatsion tovarni faqat uning jismoniy xususiyatlari yig'indisi sifatida qabul qilsa, bunday mahsulotlar yetarlicha jozibador bo'lmay qoladi va ularga bo'lgan talab past darajada shakllanadi.

**Natijalar.** Tadqiqot obyekti sifatida O'zbekiston yog'-moy sanoati tarkibiga kiruvchi 5 ta korxonasi tanlab olindi. Yog'-moy sanoati O'zbekiston iqtisodiyotida strategik ahamiyatga ega bo'lib, ushbu tarmoqda korxonalarining iqtisodiy xavfsizligi ko'p jihatdan xomashyo ta'minoti, bozor talabi va narxlar o'zgaruvchanligiga bog'liq. Shu sababli mazkur sohada innovatsion marketing vositalaridan foydalanish korxonaning barqaror faoliyat yuritishida muhim omil hisoblanadi. Korxonalarining iqtisodiy xavfsizlik darajasi ekspert baholash va asosiy moliyaviy ko'rsatkichlar asosida aniqlanib, 0–10 diapazonda ifodalandi.

Tahlil jarayonida 5 ta korxonaning IMI komponentlari bo'yicha ballar hisoblandi va umumiy indeks aniqlanib, iqtisodiy xavfsizlik darajasi bilan solishtirildi. Natijalar IMI komponentlari bo'yicha baho 1-jadvalda aks etgan, IMI va iqtisodiy xavfsizlik o'rtasidagi bog'liqlik 1-jadvalda aks etgan.

**1-jadval: IMI komponentlari bo'yicha baho**

Korxonalar	SMM (0-10)	CRM (0-10)	DM (0-10)	AI (0-10)	BR (0-10)	IMI
“Yangiyo'l Yog'-Moy” MChJ	8	7	9	6	8	7.6
“Guliston Yog' Ekstraksiya Zavodi”	6	5	6	4	6	5.4
“AGRO OIL GROUP”	9	8	9	7	9	8.4
“Kokand Oil Extraction Plant”	4	4	5	3	5	4.2
“Bukhara Cotton Oil”	7	6	7	5	7	6.4

**2-jadval: IMI va iqtisodiy xavfsizlik ko'rsatkichlari**

Korxonalar	IMI	Rentabellik (%)	Moliyaviy barqarorlik	Risk darajasi	Iqtisodiy xavfsizlik (ball)
“Yangiyo'l Yog'-Moy” MChJ (A)	7.6	18%	Yuqori	Past	8.2
“Guliston Yog' Ekstraksiya Zavodi” (B)	5.4	11%	O'rta	O'rta	6.1
“AGRO OIL GROUP” (C)	8.4	22%	Yuqori	Past	9.0
“Kokand Oil Extraction Plant” (D)	4.2	8%	Past	Yuqori	5.3
“Bukhara Cotton Oil” (E)	6.4	14%	O'rta	O'rta	7.0

Yuqoridagi jadvallar natijalarini quyidagicha izohlash mumkin:

Korxonalar C (IMI = 8.4) eng yuqori natijani qayd etdi. Ushbu korxonada SMM (9 ball), digital marketing (9 ball) va brending (9 ball) yuqori darajada rivojlangan. Natijada rentabellik 22% ga yetgan va iqtisodiy xavfsizlik darajasi 9.0 ni tashkil etgan. Bu innovatsion marketing faoliyati bevosita moliyaviy barqarorlikni oshirishini ko'rsatadi.

Korxonalar D (IMI = 4.2) eng past natijani ko'rsatdi. Ushbu korxonada marketing innovatsiyalari deyarli joriy etilmagan. Natijada risk darajasi yuqori, rentabellik past (8%) va iqtisodiy xavfsizlik darajasi atigi 5.3 ni tashkil etdi. Bu innovatsion marketing yetishmasligi xavfsizlikka salbiy ta'sir qilishini isbotlaydi.

Korxonalar A va E o'rta-yuqori darajada IMI ko'rsatkichiga ega bo'lib, ular barqaror o'sish va o'rtacha xavfsizlik darajasini namoyish etdi.

**Xulosa.** Innovatsion marketing korxonaning ishlab chiqarish jarayonlarini takomillashtirish hamda bozor sharoitlariga faol ta'sir ko'rsatishga yo'naltirilgan faoliyat turi hisoblanadi. Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, innovatsiya hayotiylik siklining har bir bosqichi o'ziga xos marketing yondashuvlari, strategiya va taktikalardan foydalanishni talab etadi.

Innovatsion marketing faoliyati tizimi faqat ishlab chiqarishni yangilash bilan cheklanib qolmay, balki kapitalning jamlanishi va uning harakati dinamikasi bilan ham uzviy bog'liqdir. Ushbu marketing turi yuqori darajadagi foyda olishni maqsad qilgan korxonalar uchun muhim ahamiyatga ega bo'lib, innovatsiyalarga asoslangan raqobat ustunligini shakllantirishga xizmat qiladi.

Bundan tashqari, innovatsion marketing nafaqat yangi yoki mavjud mahsulotlarni bozorda sotishni, balki yangi texnologiyalarni joriy etishni ham qamrab oladi. U yangi mahsulotlar va texnologik jarayonlarga oid ixtirolar hamda nou-xaular uchun litsenziyalarni

sotish, shuningdek ishlab chiqarish uskunalari takomillashtirish kabi yoʻnalishlarni ham oʻz ichiga oladi.

#### Adabiyotlar/Literatura/References:

1. Adrian, Payne. *Handbook of CRM: Achieving Excellence in Customer Management*. Oxford: Butterworth-Heinemann, 2006.
2. Akbarxon Toxirov. (2024). Sanoat korxonalarida iqtisodiyot xavfsizligini ekonometrik modellash. *Ijtimoiy-gumanitar fanlarning dolzarb muammolari Aktualnye muammolari ijtimoiy-gumanitarnyh nauk Gumanitar va ijtimoiy fanlarning dolzarb muammolari*, 4 (3). 61-69 bet <https://doi.org/10.47390/SPR1342V4I3Y2024N08>
3. Chaffey, Dave. *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. London: Pearson Education, 2022.
4. Davenport, Thomas H., Abhijit Guha, Dhruv Grewal, and Timna Bressgott. "How Artificial Intelligence Will Change the Future of Marketing." *Journal of the Academy of Marketing Science* 48 (2020): 24–42.
5. Kaplan, Andreas M., and Michael Haenlein. "Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media." *Business Horizons* 53, no. 1 (2010): 59–68.
6. Kaplan, Robert S., and David P. Norton. *The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action*. Boston: Harvard Business School Press, 1996.
7. Kotler, Philip. *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. Hoboken, NJ: John Wiley & Sons, 2017.
8. Kotler, Philip, and Kevin Lane Keller. *Marketing Management*. 15th ed. Harlow: Pearson Education Limited, 2016.
9. Hult, Tomas M., and David J. Ketchen Jr. "Market Orientation and Performance: An Integration of Disparate Approaches." *Journal of Marketing* 69, no. 4 (2005): 117–132.
10. Porter, Michael E. *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. New York: Free Press, 1985.
11. Zabkar, Vesna, Maja Kolar, and Mitja Marič. "The Impact of Innovation on Firm Performance." *Journal of Business Research* 66, no. 4 (2013): 589–597.

# SCIENCEPROBLEMS.UZ

## IJTIMOYIY-GUMANITAR FANLARNING DOLZARB MUAMMOLARI

*№ 4 (6) – 2026*

## АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНО- ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

## ACTUAL PROBLEMS OF HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES

**“Ijtimoiy-gumanitar fanlarning dolzarb muammolari”** elektron jurnali 2020-yil 6-avgust kuni 1368-sonli guvohnoma bilan davlat ro‘yxatiga olingan.

**Muassis:** “SCIENCEPROBLEMS TEAM”  
mas’uliyati cheklangan jamiyati

**Tahririyat manzili:**

100070. Toshkent shahri, Yakkasaroy tumani, Kichik Beshyog‘och ko‘chasi, 70/10-uy. Elektron manzil:

[scienceproblems.uz@gmail.com](mailto:scienceproblems.uz@gmail.com)

**Bog‘lanish uchun telefon:**

(99) 602-09-84 (telegram).