

**RAQAMLI MARKETING ASOSIDA ASALARICHILIK  
MAHSULOTLARI BRENDINI YARATISH VA IQTISODIYOTGA  
TA'SIRI**

***Qulmurotov Sohijjon Jumaniyozovich***

*Axborot texnologiyalari va menejment universiteti "Iqtisodiyot"*

*kaferdirasi assistenti*

*e-mail: [sohibkulmurotov@gmail.com](mailto:sohibkulmurotov@gmail.com), tel: +998972792329*

***Annotatsiya.** Ekologik toza mahsulotlarga bo'lgan talabning ortishi, raqamli marketing vositalarining rivojlanishi va mahalliy ishlab chiqaruvchilar uchun yangi imkoniyatlar yaratish masalalari yoritilgan. Asalarichilik mahsulotlarini global miqyosda targ'ib qilish orqali nafaqat iqtisodiy daromadni oshirish, balki sog'lom turmush tarziga bo'lgan qiziqishni kuchaytirish imkoniyatlari ko'rsatilgan. asalarichilik mahsulotlari orqali iqtisodiyotni diversifikatsiya qilish, eksportni rivojlantirish va mahalliy brendlarni xalqaro bozorlarga olib chiqishga bag'ishlangan. Shuningdek, ekologik toza mahsulotlarni targ'ib qilish orqali barqaror rivojlanish va ekologik mas'uliyatni oshirishga e'tibor qaratilgan. Bu tadqiqot asalarichilik sohasidagi kichik va o'rta biznes uchun dolzarb ahamiyatga ega.*

***Kalit so'zlar:** Raqamli marketing, asalarichilik mahsulotlari, brend, iqtisodiy rivojlanish, ekologik toza mahsulotlar.*

***Abstract.** The increasing demand for environmentally friendly products, the development of digital marketing tools, and the creation of new opportunities for local producers have been highlighted. The potential to promote beekeeping products on a global scale is emphasized not only to increase economic revenues but also to enhance interest in a healthy lifestyle. The study focuses on diversifying the economy, fostering exports, and bringing local beekeeping brands to international markets through beekeeping products. Additionally, attention is given to promoting environmentally friendly products to achieve sustainable*

*development and raise ecological responsibility. This research is particularly significant for small and medium-sized enterprises in the beekeeping sector.*

**Keywords:** *Digital marketing, beekeeping products, brand, economic development, environmentally friendly products.*

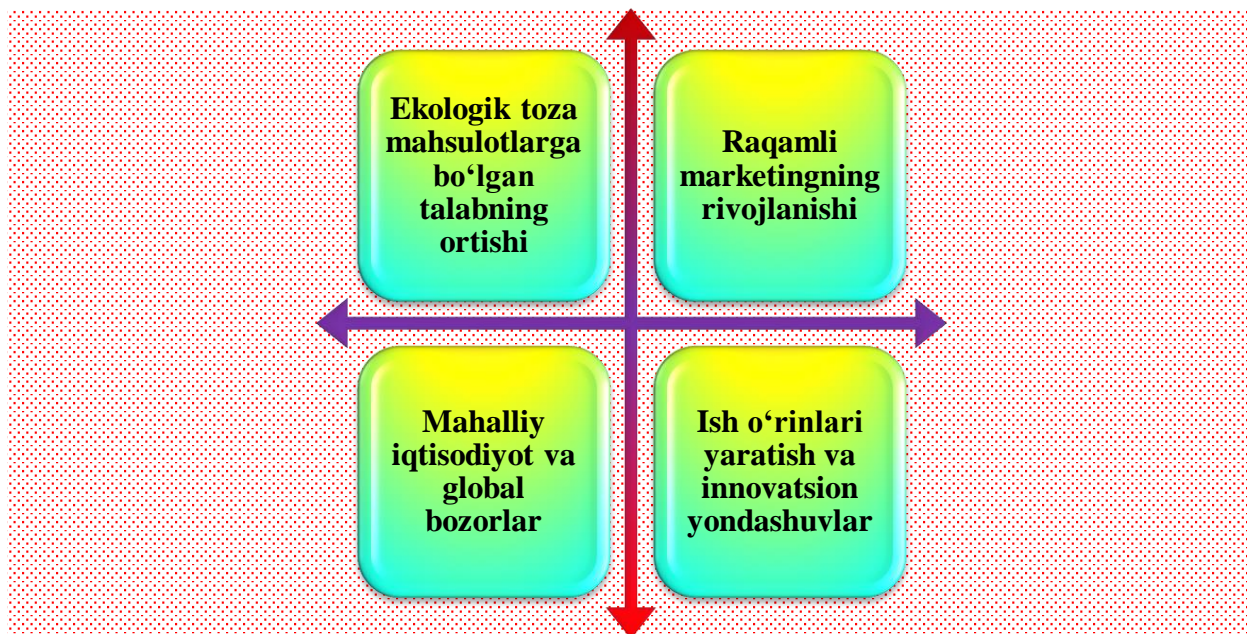
**KIRISH:** Raqamli marketing so‘nggi yillarda butun dunyo bo‘ylab bizneslarni o‘zgarishlarga olib keldi. Internet va raqamli texnologiyalar yordamida brendlarni yaratish, ularga bo‘lgan talabni oshirish va raqobatbardoshlikni kuchaytirish mumkin. Asalarichilik mahsulotlari, masalan, asal, propolis, polen va boshqa tabiiy mahsulotlar, o‘zining foydaliligi bilan e‘tibor qozonmoqda. Shu bilan birga, raqamli marketing yordamida ushbu mahsulotlarni keng auditoriyaga yetkazish va ularning bozorini kengaytirish imkoniyatlari mavjud. Ushbu maqolada asalarichilik mahsulotlari brendini raqamli marketing orqali yaratishning ahamiyati va iqtisodiyotga ta’siri tahlil qilinadi.

**Tadqiqot mavzusining dolzarbligi.** Asalarichilik mahsulotlari, nafaqat o‘zining yuqori sifatli va tabiiy xususiyatlari bilan, balki iqtisodiy va ekologik jihatdan ham muhim ahamiyatga ega. So‘nggi yillarda, ekologik toza mahsulotlarga bo‘lgan talabning ortishi va sog‘lom turmush tarziga bo‘lgan e‘tibor asalarichilik sohasining rivojlanishiga turtki bo‘ldi. Ushbu mahsulotlarning ishlab chiqarilishi va ularni sotish jarayoni esa yangi marketing yondashuvlarini talab etadi. Xususan, raqamli marketingning imkoniyatlaridan foydalanish, asalarichilik mahsulotlari ishlab chiqaruvchilariga bozorni kengaytirish, yangi mijozlarga erishish va brendlarni yaratish imkonini beradi.

**Raqamli marketing** – bu internet va boshqa raqamli kanallar orqali mahsulot yoki xizmatlarni targ‘ib qilish usulidir. Ushbu strategiya global bozorlarni o‘z ichiga olgan holda, kichik va o‘rta bizneslarga ham o‘z brendlarini shakllantirish va yuqori raqobatbardosh sharoitda muvaffaqiyatli ishlash imkonini yaratadi. Asalarichilik mahsulotlarini raqamli marketing orqali brendlashish, nafaqat ishlab chiqaruvchilarga bozorni kengaytirish, balki yangi iqtisodiy

imkoniyatlarni yaratish va innovatsion texnologiyalarni joriy etish imkonini beradi.

Shu nuqtai nazardan, **asalarichilik mahsulotlari brendini yaratish va raqamli marketingning iqtisodiyotga ta’siri** mavzusi dolzarbdir. Ushbu tadqiqot, asalarichilik sohasining rivojlanishiga va iqtisodiyotni diversifikatsiya qilishga qaratilgan bo‘lib, raqamli marketingni amaliy jihatdan qo‘llashning samarasini tahlil qilishga yordam beradi.



**1 – chizma. Raqamli marketing asosida asalarichilik mahsulotlari brendini yaratishning dolzarb jihatlari.**

Ushbu chizmada taqdim etilgan ma’lumotlar to’rtta asosiy dolzarb jihatlarni yoritib bergan:

➤ **Ekologik toza mahsulotlarga bo‘lgan talabning ortishi:** Bu jihat asalarichilik mahsulotlari, xususan asal, perga, mum va propolis kabi tabiiy mahsulotlarning dolzarbligini ko‘rsatadi. So‘nggi yillarda iste’molchilar tabiiy va ekologik toza mahsulotlarni afzal ko‘rayotgani sababli, bu talabni qondirish imkoniyatlari kengaymoqda. Asalarichilik mahsulotlarini brendlash va raqamli platformalarda targ‘ib qilish mazkur tendentsiyadan foydalanish imkonini beradi.

➤ **Raqamli marketingning rivojlanishi:** Raqamli marketing vositalari (ijtimoiy tarmoqlar, SEO, elektron savdo maydonchalari) mahsulotlarni samarali targ‘ib qilishda muhim ahamiyatga ega. Asalarichilik mahsulotlarini raqamli

marketing orqali reklama qilish kichik tadbirkorlarni xalqaro bozorlarga olib chiqishga yordam beradi. Zamonaviy texnologiyalar yordamida brendlarni global darajada rivojlantirish imkoniyati oshadi.

➤ **Mahalliy iqtisodiyot va global bozorlar:** Asalarichilik mahsulotlarini brendlash va eksport qilish mahalliy iqtisodiyotni rivojlantirishda muhim rol o‘ynaydi. Mahalliy tadbirkorlar xalqaro bozorlarga chiqish orqali daromadlarini oshirib, iqtisodiyotni diversifikatsiyalashga hissa qo‘shadilar. Shu bilan birga, yuqori sifatli mahsulotlar orqali O‘zbekistonning xalqaro savdo maydonidagi obro‘si oshadi.

➤ **Ish o‘rinlari yaratish va innovatsion yondashuvlar:** Asalarichilik mahsulotlarini ishlab chiqarish va raqamli marketingga asoslangan brend yaratish jarayonlari yangi ish o‘rinlarini yaratishga imkon beradi. Bunda marketing strategiyalari, qadoqlash, logistika va onlayn savdo sohalarida bandlik oshadi. Innovatsion yondashuvlar orqali mahsulotlarning qiymatini oshirish va ularni xalqaro talablarga muvofiq qilish mumkin bo‘ladi.

Chizmada ko‘rsatilgan to‘rt jihat tadqiqot mavzusining dolzarbligini yanada oshiradi. Bu jihatlar bir-biri bilan chambarchas bog‘langan bo‘lib, ularning uyg‘un ishlashi orqali asalarichilik mahsulotlarini global miqyosda muvaffaqiyatli targ‘ib qilish va iqtisodiy barqarorlikka erishish mumkin.

Shu bilan birga, raqamli marketingni asalarichilik mahsulotlari brendini yaratishda qo‘llash nafaqat iqtisodiy o‘sishga yordam beradi, balki ekologik jihatdan ham dolzarbdir, chunki iste‘molchilar tabiiy va ekologik toza mahsulotlarga bo‘lgan e‘tiborini oshirmoqda. Demak, ushbu tadqiqotning dolzarbligi nafaqat amaliy, balki ilmiy jihatdan ham ahamiyatli bo‘lib, asalarichilik mahsulotlari bozorini rivojlantirishga katta hissa qo‘shishi kutiladi.

**Tadqiqot mavzusidagi mavjud muammolar.** Raqamli marketing asosida asalarichilik mahsulotlari brendini yaratish va iqtisodiyotga ta‘siriga oid bir qator muammolar mavjud bo‘lib, ular tadqiqotning samarali va to‘liq amalga oshirilishiga to‘sqinlik qilishi mumkin. Quyida, asosiy muammolarni keltirilgan:

✓ **Texnik bilimlar va resurslarning yetishmasligi:** Raqamli marketing sohasida samarali faoliyat yuritish uchun chuqur texnik bilimlar va raqamli platformalardan to‘g‘ri foydalanish zarur. Kichik asalarichilik tadbirkorlari va asalarichilik yo‘nalishidagi xo‘jaliklarining ko‘pchiligi raqamli marketing sohasidagi zaruriy bilimlarga ega emas, bu esa brendni yaratish va uni targ‘ib qilishda qiyinchiliklar tug‘diradi. Shuningdek, bu sohadagi kichik tadbirkorlar uchun zarur bo‘lgan texnologik infratuzilma, masalan, veb-saytlar yaratish, SEO optimizatsiya qilish va onlayn savdo platformalarini boshqarish uchun yetarli mablag‘ yoki tajriba mavjud emas.

✓ **Raqobatbardoshlikning kuchayishi:** Asalarichilik mahsulotlari bozorida raqamli marketingni qo‘llash, tabiiy ravishda raqobatni kuchaytiradi. Yangi brendlar paydo bo‘lishi va mavjud brendlarning kengayishi, bozorni to‘ldiradi. Shu bilan birga, mahsulotlar o‘rtasidagi farqlarni ajratib ko‘rsatish va iste‘molchilarni o‘ziga jalb qilish uchun yanada kreativ va innovatsion marketing strategiyalarini ishlab chiqish talab etiladi. Bu, kichik va o‘rta bizneslar uchun katta muammo bo‘lishi mumkin, chunki ular o‘z brendini boshqa o‘xshash mahsulotlardan ajratish uchun yetarli resurslarga ega bo‘lmasligi mumkin.

✓ **Iste‘molchilarning onlayn sotuvga bo‘lgan ishonchining pastligi:** Asalarichilik mahsulotlari, xususan asal va boshqa tabiiy mahsulotlar sifatining yuqori ekanligi haqida iste‘molchilarga ishonch hosil qilish juda muhim. Onlayn sotuvlar orqali mahsulotni sotish, ko‘plab iste‘molchilarda “onlayn sotib olishda xatolik bo‘lishi mumkin” degan xavotirlarni keltirib chiqaradi. Bu esa brendni yaratishda va uni raqamli marketing orqali targ‘ib qilishda muammo tug‘diradi. Iste‘molchilarning onlayn sotuvlar orqali mahsulot sifatiga ishonchini qozonish uchun ishonchli va aniq marketing strategiyalari, shuningdek, sifatli va o‘zgacha xizmatlar kerak.

✓ **Raqamli marketingning yuqori narxlari va unga kirish uchun yuqori darajadagi investitsiyalar zarurati:** Raqamli marketing strategiyalarini amalga oshirish, ko‘pincha yuqori boshlang‘ich xarajatlarni talab qiladi. Asalarichilik mahsulotlari bozorida kichik tadbirkorlar va fermerlar ko‘pincha o‘z

brendlarini yaratish uchun yetarli moliyaviy resurslarga ega bo‘lmasligi mumkin. Bu esa ularning raqamli marketing vositalarini qo‘llashiga to‘sqinlik qiladi. Masalan, ijtimoiy tarmoqlar orqali marketing, veb-sayt yaratish, reklama qilish va SEO optimizatsiyasi kabi xizmatlar xarajatli bo‘lishi mumkin, ayniqsa kichik bizneslar uchun.

✓ **Mahsulotlarni xalqaro bozorlarga chiqarishdagi qiyinchiliklar:**

Raqamli marketing orqali asalarichilik mahsulotlarini global bozorga chiqarish, aslida iqtisodiy jihatdan foydali bo‘lishi mumkin, ammo bunday jarayon ko‘plab yuridik, logistika va madaniyatga oid qiyinchiliklarga duch keladi. Mahsulotlar bo‘yicha sifat va xavfsizlik sertifikatlari, eksport imkoniyatlarini kengaytirish va xalqaro bozorga moslashtirishda yuzaga keladigan to‘siqlar tadbirkorlar uchun jiddiy muammo bo‘lishi mumkin.

✓ **Ekologik va normativ cheklovlar:**

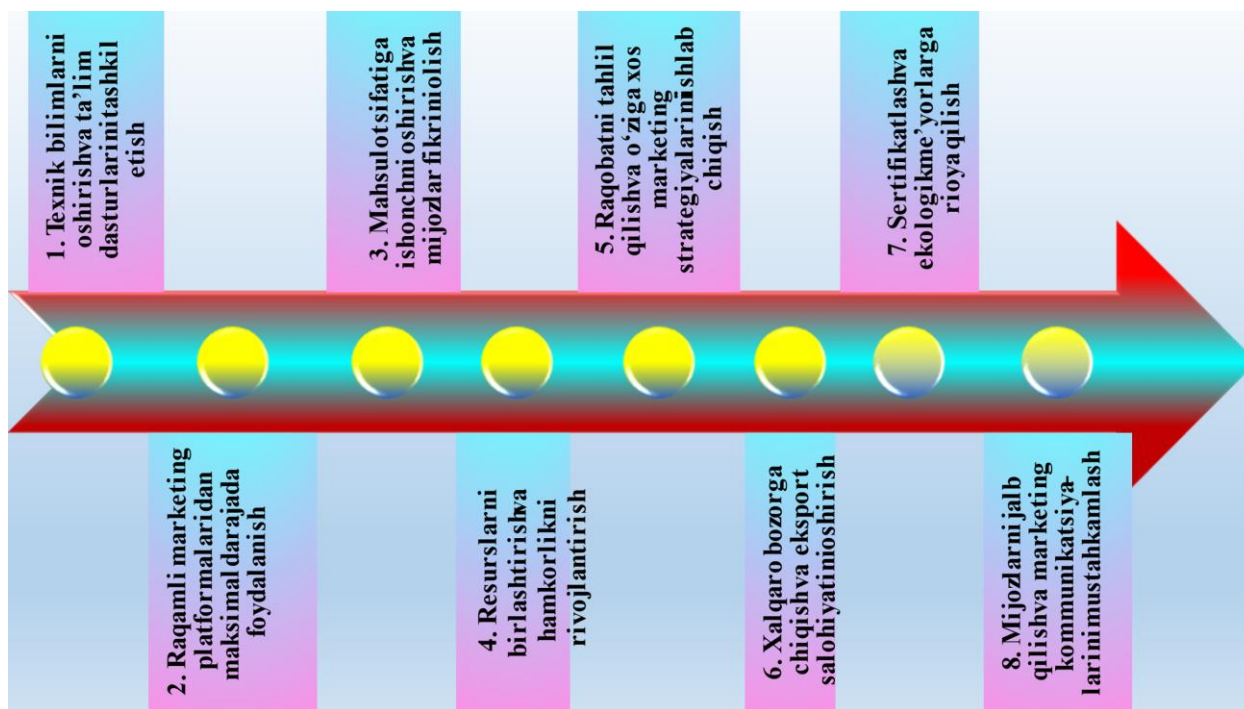
Asalarichilik mahsulotlarini raqamli marketing orqali targ‘ib qilishda, ekologik toza va xavfsiz mahsulotlar taqdim etish zarurati mavjud. Biroq, ekologik mahsulotlar va organik sertifikatlarni olish, ba‘zi mamlakatlarda qattiq reglamentlarga va normativ talablariga mos kelishi kerak. Raqamli marketingda bu talablarni hamda ekologik me‘yorlarni hisobga olish, marketing strategiyalarini to‘g‘ri ishlab chiqishni talab etadi.

✓ **Mahsulotni to‘g‘ri targ‘ib qilish va auditoriyaga moslashtirish:**

Raqamli marketingda maqsadli auditoriyani aniqlash va unga moslashtirilgan reklama strategiyalarini ishlab chiqish juda muhim. Asalarichilik mahsulotlarini, xususan asal va boshqa tabiiy mahsulotlarni targ‘ib qilishda, mahsulotning ekologik jihatlariga qaratilgan yondashuvlar ko‘proq muvaffaqiyat keltirishi mumkin. Biroq, har bir bozor va auditoriya o‘ziga xosdir va buni hisobga olgan holda, marketing kampaniyalarini individualizatsiya qilish zarur.

Ushbu muammolarni hal qilish uchun bir qator strategiyalar ishlab chiqilishi lozim.

**Muammoni hal qilish usullari.** Asalarichilik mahsulotlari brendini raqamli marketing yordamida yaratishda yuzaga keladigan muammolarni hal qilish uchun bir qator samarali usullarni qo‘llash mumkin.



**2 – chizma. Asalarichilik mahsulotlarini raqamli marketing asosida rivojlantirishning asosiy bosqichlari.**

Chizmada ko‘rsatilgan ma’lumotlar asalarichilik mahsulotlari brendini raqamli marketing asosida rivojlantirish bo‘yicha asosiy yo‘nalishlarni bosqichma-bosqich tushuntirgan. Ushbu jihatlarni quyidagicha izohlash mumkin:

**1. Texnik bilimlarni oshirish va trening dasturlarini tashkil etish:** Bu bosqich asalarichilik bilan shug‘ullanuvchilarning texnik bilim va ko‘nikmalarini oshirishga qaratilgan. Zamonaviy marketing vositalaridan samarali foydalanish uchun o‘quv treninglari va seminarlarni yo‘lga qo‘yish muhim. Bu jarayon raqamli savodxonlikni oshiradi va kichik tadbirkorlarning global bozorga chiqish imkoniyatini kengaytiradi.

**2. Raqamli marketing platformalaridan maksimal darajada foydalanish:** Mahsulotlarni reklama qilishda raqamli platformalar, jumladan ijtimoiy tarmoqlar, onlayn-do‘konlar va SEO imkoniyatlarini to‘liq ishlatish zarur. Bu orqali brendning ko‘rinuvchanligi va mahsulotlarga bo‘lgan talabni oshirishga erishiladi.

3. ***Mahsulot sifati va mijozlar fikrini olish:*** Mahsulot sifatini doimiy nazorat qilish va mijozlarning fikrini hisobga olish iste'molchilar ishonchini oshirish uchun muhim. Bu bosqich orqali brendning obro'sini yaxshilash va sotuv hajmini ko'paytirish mumkin.

4. ***Resurslarni birlashtirish va hamkorlikni rivojlantirish:*** Mahsulotlarni brendlash jarayonida turli ishlab chiqaruvchilar o'rtasida hamkorlikni yo'lga qo'yish va resurslarni samarali birlashtirish zarur. Bu nafaqat xarajatlarni optimallashtiradi, balki raqobatbardosh mahsulot yaratishga yordam beradi.

5. ***Raqobatni tahlil qilish va marketing strategiyasini ishlab chiqish:*** Bozor tahlili va raqobatchilarni o'rganish mahsulotni bozorda muvaffaqiyatli targ'ib qilish uchun muhim. Har bir brend o'zining marketing strategiyasini ishlab chiqishi lozim, bu esa noyob jihatlarni ajratib ko'rsatish imkonini beradi.

6. ***Xalqaro bozorga chiqish va eksport salohiyatini oshirish:*** Mahalliy mahsulotlarni xalqaro bozorda muvaffaqiyatli sotish uchun eksport strategiyasini ishlab chiqish muhim. Bu bosqichda mahsulotni xalqaro standartlarga moslashtirish va logistika tizimini takomillashtirish zarur.

7. ***Sertifikatlashtirish va ekologik me'yorlarga rioya qilish:*** Mahsulot sifatini xalqaro darajada tasdiqlash uchun sertifikat olish zarur. Bu jarayon ekologik standartlarga muvofiq ishlashni ta'minlaydi va xalqaro bozor talablariga javob beradi.

8. ***Mijozlarni jalb qilish va marketing kommunikatsiyalarini mustahkamlash:*** Mijozlar bilan faol aloqa o'rnatish va ularni brendga sodiq qilish uchun samarali kommunikatsiya strategiyasini ishlab chiqish lozim. Bu bosqichda elektron pochta marketingi, mijozlarga xizmat ko'rsatish sifati va ijtimoiy tarmoqlarda muntazam faollik muhim rol o'ynaydi.

Yuqorida ko'rsatilgan bosqichlar brend yaratish va uni muvaffaqiyatli targ'ib qilish jarayonini to'liq yoritib beradi. Ushbu yo'nalishlar orqali asalarichilik mahsulotlarini xalqaro bozorda raqobatbardosh qilish, brendning obro'sini oshirish va iqtisodiy o'sishga hissa qo'shish mumkin. Chizma



jarayonning uzviyligini va bosqichma-bosqich yondashuv zarurligini yaqqol ifodalagan.

**Ilmiy asoslangan taklif va tavsiyalar.** Asalarichilik mahsulotlarini brendlashish va raqamli marketingni samarali qo'llash uchun ilmiy tadqiqotlar va amaliy tajribalardan foydalanish zarur.

Iste'molchilarning onlayn xarid qilishdagi qarorlarida psixologik omillar katta rol o'ynaydi. Masalan, brendga bo'lgan ishonchni yaratish, mahsulotning ekologik va sog'lom xususiyatlarini ta'kidlash, iste'molchilarning ongida ijobiy tasavvur shakllantirishni ilmiy asosda amalga oshirish zarur. Mahsulotni targ'ib qilishda "kredibilitiy" (ishonchlilik)ni oshirish va ijtimoiy tasdiqlash (masalan, mijozlarning sharhlari, ta'riflar) kabi psixologik yondashuvlar muhimdir.

Raqamli marketingni qo'llashda eng samarali platformalarni tanlash muhim. Ilmiy tadqiqotlar va statistik ma'lumotlarga tayanib, o'rganishlar asosida Facebook, Instagram, TikTok, YouTube kabi platformalarning samaradorligi tahlil qilinishi kerak. Bundan tashqari, SEO (qidiruv tizimini optimallashtirish) va SEM (qidiruv tizimlari marketingi) kabi vositalarni yanada samarali qo'llash mumkin.

Asalarichilik mahsulotlarining ekologik jihatlari va sog'lom turmush tarziga bo'lgan qiziqish iste'molchilar tomonidan yuqori baholanmoqda. Ilmiy tadqiqotlar asosida, asalarichilik mahsulotlarini ekologik va sog'lom turmush tarziga aloqador brendlar sifatida targ'ib qilish muhim.

Asalarichilik mahsulotlarining sog'lom turmush tarziga bo'lgan ta'siri haqida ilmiy asoslangan faktlarni taqdim etish, mahsulotlar haqida to'g'ri tasavvur yaratishga yordam beradi. Asal va boshqa asalarichilik mahsulotlarining immunitetni mustahkamlash, energiya berish va umumiy sog'liqni yaxshilashdagi foydalari haqida tibbiy yoki ilmiy tadqiqotlarga asoslangan axborotlarni keng ommaga yetkazish, iste'molchilarning brendga bo'lgan ishonchini oshiradi.

Asalarichilik mahsulotlarini xalqaro bozorlarga chiqarish, iqtisodiy o'sishni ta'minlash uchun muhim imkoniyatdir. Raqamli marketing orqali xalqaro bozorlarga kirish, iqtisodiy jihatdan samarali bo'lishi mumkin, lekin bu uchun

bozor tahlili va xalqaro sertifikatlar kerak. Xalqaro bozorlarga kirishda, mahsulotlar tez va samarali tarqatilishi kerak. Ilmiy tadqiqotlar va analitik metodlar yordamida eksport jarayonidagi logistika muammolarini hal qilish va global ta'minot zanjirini optimallashtirish mumkin. Bu nafaqat savdo hajmini oshiradi, balki eksportni muvaffaqiyatli amalga oshirish uchun muhim omil hisoblanadi.

Asalarichilik mahsulotlarini raqamli marketing asosida brendlashish va iqtisodiy ta'sirni oshirish uchun ilmiy yondashuvlarni qo'llash zarur. Raqamli platformalardan samarali foydalanish, ekologik va sog'lom turmushni targ'ib qilish, xalqaro bozorlarga kirish imkoniyatlarini ochish va mijozlarga sifatli xizmat ko'rsatish orqali bozorni kengaytirish mumkin. Shu bilan birga, texnik innovatsiyalar va ilmiy tadqiqotlar yordamida marketing strategiyalarini doimiy ravishda takomillashtirib borish zarur.

#### FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI.

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "O'zbekiston Respublikasida chorvachilik sohasi va uning tarmoqlarini rivojlantirish bo'yicha 2022–2026-yillarga mo'ljallangan dasturni tasdiqlash to'g'risida" qarori, 08.02.2022-yildagi PQ-120-son. <https://lex.uz/docs/5858728>
2. Digital маркетинг: что такое цифровой маркетинг и почему он нужен вашему бизнесу уже сегодня. <https://lafounder.com/article/digital-marketing>
3. Qulmurotov S.J. Asalarichilik faoliyatini yuritishda yetuk soha mutaxassislarning roli. Xorazm ma'mun akademiyasi axborotnomasi. -9/2-2024. UO'K 338.436.2, 2024-yil.
4. Qulmurotov S.J. Hududlarda asalarichilik klasterlari orqali asalarichilik sohasini barqaror rivojlantirish tamoyillari. "IQTISODIYOT VA TURIZM" xalqaro ilmiy va innovatsion jurnali. -№3(17) 2024, 2024-yil.
5. Qulmurotov S.J. Asalarichilik tarmog'ining aholi turmush tarzidagi o'rni. Qishloq xo'jaligini barqaror rivojlantirishning innovatsion texnologiyalari. -№ 2 (14/2) 2024, 2024-yil.

6. Qulmurotov S.J. Qashqadaryo viloyatida asalarichilik sohasidagi dolzarb muammolar. ATMU, INTERNATIONAL JOURNAL OF SCIENCE 1-son, 2024. -№274079 , 2024-yil.
7. Qulmurotov S.J. Iskandarov S.U. Управление пчеловодческими кластерами и организационно-экономические механизмы. Кубанский государственный технологический университет – филиал ФГБУ «РЭА» Минэнерго России . -UDK001, 2024-yil.
8. Inom o'g, Z. U. B. (2024). RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITDA BIZNES JARAYONLARNI BOSHQARISHNING MARKETING STRATEGIYASI. *Journal of new century innovations*, 48(1), 124-129.
9. O'G, Z. U. B. I. (2024). RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITDA BIZNES JARAYONLARNI BOSHQARISHNING MARKETING STRATEGIYASI. *TADQIQOTLAR. UZ*, 33(2), 116-120.
10. Muxitdinov, X. (2023). BIZNES JARAYONLARI RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISHNI MODELLASHTIRISHNING MATEMATIK VA INSTRUMENTAL USULLARI. *THE INNOVATION ECONOMY*, 1(01), 152-161
11. Bekmurodov Baxtiyor, & Zokirov Ulug`bek. (2024). Raqamli moliyaviy texnologiyalarning boshqaruvdagi roli va uning O'zbekiston uchun ahamiyati. *SYNAPSES: INSIGHTS ACROSS THE DISCIPLINES*, 1(4), 79–85. <https://doi.org/10.5281/zenodo.14062978>
12. Jumaniyozovich, Q. S. (2024). KIBERXAVFSIZLIKNING IQTISODIYOTDAGI AHAMIYATI. «НАДЕЖДА НАЦИИ» МЕЖДУНАРОДНОГО НАУЧНО-ПРАКТИЧЕСКОГО КОНКУРС, 1(1).
13. Шукуров, У. (2022). ҚАШҚАДАРЁ ВИЛОЯТИ ИҚТИСОДИЁТИДА САНОАТ КОМПЛЕКСИНИНГ ҲИССАСИ. *Iqtisodiyot Va ta'lim*, 23(4), 256–262. [https://doi.org/10.55439/ECED/vol23\\_iss4/a594](https://doi.org/10.55439/ECED/vol23_iss4/a594)
14. Salyaevich, J. Q., & Pardaev, O. C. (2021). Digital Transformation: The Role of a Digital Platform based on Business Model. *Middle European Scientific Bulletin*, 10, 280-284.

15. Uzaqov, J. N. (2024). Mintaqa ziyorat turizm salohiyatini oshirishda davlat-xususiy sheriklik mexanizmini joriy etishning iqtisodiy samaradorligi. *PROBLEMS AND SOLUTIONS OF SCIENTIFIC AND INNOVATIVE RESEARCH*, 1(3), 45-53.
16. Jumaniyozovich, Q. S. (2024). AYOLLAR TADBIRKORLIGINI RIVOJLANTIRISH ORQALI QISHLOQ HUDUDLARIDA ISH O‘RINLARI YARATISH. *JOURNAL OF INTERNATIONAL SCIENTIFIC RESEARCH*, 1(4), 83-89.
17. Jumaniyozovich, Qulmurotov Sohibjon. "THE DEVELOPMENT OF BEEKEEPING IN THE REGION AND ITS IMPORTANCE." *European Journal of Interdisciplinary Research and Development* 25 (2024): 111-11.
18. Uzaqov, J. N. (2024). Mintaqa ziyorat turizm salohiyatini oshirishda davlat-xususiy sheriklik mexanizmini joriy etishning iqtisodiy samaradorligi. *PROBLEMS AND SOLUTIONS OF SCIENTIFIC AND INNOVATIVE RESEARCH*, 1(3), 45-53.
19. Uzaqov, J. N., & Jumanazarov, K. S. (2024, August). MINTAQADA ZIYORAT TURIZM SALOHIYATINI OSHIRISH MEXANIZMINING NAZARIY-USLUBIY ASOSLARI. In *CONFERENCE ON THE ROLE AND IMPORTANCE OF SCIENCE IN THE MODERN WORLD* (Vol. 1, No. 7, pp. 23-33).
20. Jumaniyozovich, Q. S. (2024). QISHLOQ XO‘JALIK EKINLARINI ASALARILAR YORDAMIDA CHANGLATISHNING AHAMIYATI. *World scientific research journal*, 28(1), 120-123.
21. Jumaniyozovich, Q. S. (2024). ASALARI OILALARIDAGI ISHCHI ASALARILARNING ASAL YIG‘IB VA QAYTA ISHLASH JARAYONI.
22. Jumaniyozovich, Q. S., & qizi Axborot, A. F. I. ASALARICHILIK KLASSTERLARINI QISHLOQ XO‘JALIGI RIVOJLANISH STRATEGIYALARIGA QO‘SHISHNING AFZALLIKLARI VA MUAMMOLARI.