

Yashil

IQTISODIYOT va TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, siyosiy, ilmiy, ommabop jurnal

2
0
2
4



No 3

- 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



74-91 xalqaro daraja
ISSN: 2992-8982



Yashil

IQTISODIYOT va TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, siyosiy, ilmiy, ommabop jurnal

Bosh muharrir:

Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich

Bosh muharrir o'rinbosari:

Karimov Norboy G'aniyevich

Elektron nashr. 796 sahifa.

E'lon qilishga 2024-yil 30-martda ruxsat etildi.

Muharrir:

Qurbonov Sherzod Ismatillayevich

Tahrir hay'ati:

Salimov Oqil Umrzoqovich, O'zbekiston fanlar akademiyasi akademigi
Abduraxmanov Kalandar Xodjayevich, O'zbekiston fanlar akademiyasi akademigi
Rae Kvon Chung, Janubiy Koreya, TDIU faxriy professori, "Nobel" mukofoti laureati
Osman Mesten, Turkiya parlamenti a'zosi, Turkiya – O'zbekiston do'stlik jamiyati rahbari
Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich, t.f.d., prof., O'zR Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vaziri
Buzrukxonov Sarvarxon Munavvarxonovich, i.f.d., O'zR Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vaziri o'rinbosari
Axmedov Durbek Kudratillayevich, i.f.d., prof., O'zR Oliy Majlisi qonunchilik palatasi deputati
Axmedov Sayfullo Normatovich i.f.n., professor, MIM akademiyasi rektori
Xudoyqulov Sadirdin Karimovich, i.f.d., prof., TDIU YoMMMIB birinchi prorektori
Abduraxmanova Gulnora Kalandarovna, i.f.d., prof., TDIU Ilmiy ishlar va innovatsiyalar bo'yicha prorektori
Kalonov Muxiddin Baxritdinovich, i.f.d., prof., "O'IRIAM" ilmiy tadqiqot markazi direktori – prorektor
Yuldashev Mutallib Ibragimovich, i.f.d., TMI professori
Samadov Asqarjon Nishonovich, i.f.n., TDIU professori
Slizovskiy Dimitriy Yegorovich, t.f.d., Rossiya xalqlar do'stligi universiteti professori
Mustafakulov Sherzod Igamberdiyevich, i.f.d., prof., Xalqaro "Nordik" universiteti rektori
Aliyev Bekdavlat Aliyevich, f.f.d., TDIU professori
Axmedov Ikrom Akramovich, i.f.d. TDIU professori
Po'latov Baxtiyor Alimovich, t.f.d., profesor
Eshtayev Alisher Abdug'aniyevich, i.f.d., TDIU professori
Isakov Janabay Yakubbayevich, i.f.d., TDIU professori
Musyeva Shoira Azimovna, SamDu IS instituti professori
Axmedov Javohir Jamolovich, i.f.f.d., "El-yurt umidi" jamg'armasi ijrochi direktori o'rinbosari
Toxirov Jaloliddin Ochil o'g'li, t.f.f.d., TAQU katta o'qituvchisi
Xalikov Suyun Ravshanovich, i. f. n., TDAU dotsenti
Kamilova Iroda Xusniddinovna, i.f.f.d., TDIU dotsenti
Nosirova Nargiza Jamoliddin qizi, i.f.f.d., TDIU dotsenti
Rustamov Ilhomiddin, f.f.n., Farg'ona davlat universiteti dotsenti
Fayziyev Oybek Raximovich, i.f.f.d. (PhD), Alfraganus universiteti dotsenti
Sevil Piriyeva Karaman, PhD, Turkiya Anqara universiteti doktoranti
Mirzaliyev Sanjar Maxamatjon o'g'li, TDIU mustaqil tadqiqotchisi
Utayev Uktam Choriyevich, O'zR Bosh prokuraturasi boshqarma boshlig'i o'rinbosari
Ochilov Farxod, O'zR Bosh prokuraturasi iqtisodiy jinoyatlarga qarshi kurashish departamenti bo'limi boshlig'i
Yaxshiboyeva Laylo Abdisattorovna, TDIU katta o'qituvchisi

Ekspertlar kengashi:

Berkinov Bazarbay, iqtisodiyot fanlari doktori, professor
Hakimov Ziyodulla Ahmadovich, i.f.d, TDIU dotsenti
Tuxtabayev Jamshid Sharafetdinovich, i.f.f.d, TDIU dotsenti
Xamidova Faridaxon Abdulkarim qizi, i.f.d., TMI dotsenti
Babayeva Zuhra Yuldashevna, TDIU mustaqil tadqiqotchisi

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

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



MUNDARIJA

Экологические и альтернативные заполнители для бетона в условиях Узбекистана.....	10
Акрамов Хуснитдин Ахрарович, Тохиров Жалолиддин Очилович, Самадов Хомид Самандарович	
Investitsion marketingni rivojlantirish asosida mintqa investitsiya jozibadorligini oshirish	16
Ahmedov Alim Babaniyazovich	
O'zbekistonda yashil budjetlashtirish, energiya samaradorligi va issiqxona gazlari emissiyasi.....	22
Pulatov Dilshod Haqberdiyevich, Qulliyev Ulug'bek Mirzayevich, Mamanov Alisher	
Development of the Digital Economy as a Trigger of the Economic Growth of the New Uzbekistan.....	28
Luiza Sayfullovna Makhmutkhodjaeva, Umarova Shahnoza Akbarovna	
Oliy o'quv yurtlarida matematik statistikani o'qitishning xususiyatlari.....	34
Shamsiyev Damin Najmiddinovich, Aymatova Farida Xo'razovna	
Turizmda tadbirkorlikning o'ziga xos xususiyatlari	37
Mardonova Dilafruz Kosimovna	
Oziq-ovqat xavfsizligi ta'minoti: O'zbekistonda mayonez importini notarif tartibga solish va ichki ishlab chiqarishni rivojlantirish istiqbollari.....	41
Muratova Shohista Nimatullayevna, Nomozov Azizbek Xayrulla o'g'li	
Mamalakatimizga xorijiy investitsiyalarni jalb etishda qimmatli qog'ozlar bozorining o'rni va roli	46
Akramov Azamat Ramziddinovich	
Mamlakatning iqtisodiy va ekologik rivojlanishida elektromobil sanoatini rivojlantirishning ahamiyati	53
Iminov Mahmudjon Azimjon o'g'li	
Hududiy eksport salohiyatini oshirishning marketing strategiyasi.....	60
Jiyamuratov Rustam Nuridinovich	
Turistik kompaniyalar moliyaviy barqarorligini baholash usullarini takomillashtirish kompaniya moliyaviy barqarorligini ta'minlashning muhim mezonini.....	65
Jo'rayev Behzod Nuraliyevich	
Iste'molchilarni xulq-atvori modellari asosida marketing strategiyalarini shakllantirish.....	70
Kutbitdinova Moxigul Inoyatovna	
Hisob siyosati va unda biologik aktivlar hisobini yoritib berish tartibini takomillashtirish	75
Mirzayeva Nargiza Batirovna	
Mamlakat iqtisodiyotini rivojlantirishda investitsiyalarning o'rni.....	80
Otajonova Charosxon Polvonquli qizi	
Innovatsion menejment va raqamli transformatsiyalarni joriy etishning metodologik asoslari.....	84
Quldoshev Asliddin Tursunovich	
Strategik boshqaruvda xususiy kapital samaradorligini baholash.....	89
Nasriyeva Zebiniso A'zam kizi, Mavlyanova Dilobar Maxkamovna	
Mintaqalarni innovatsion rivojlantirish istiqbollari tashkiliy tuzilmalarini takomillashtirishni boshqarish yo'llari	100
Xodjamuratova Gulbaxar Yuldashevna	
Meva-sabzavot eksporti barqarorligini ta'minlashning ekonometrik tahlili	105
Shamsiyeva Feruza Muratxodjayevna	
Зарубежный опыт активизации экономической активности домохозяйств.....	111
Бердиев Гайрат Ибрагимович, Маликова Севинч Телман кизи, Люсиков Артемий Александрович	
The Impact of Foreign Direct Investment on Economic Growth: A Case Study of Uzbekistan.....	116
Abdulla Ibragimov, Keldiyorov Shakhriyor Ilyos O'g'li	



Mintaqada sanoat ishlab chiqarish rivojlanishining kambag'allikni qisqartirishdagi ahamiyati	121
Abdullayev Habibullo Asadulla o'g'li	
Global iqtisodiyot sharoitida islom moliyasi mezon va tartiblarini joriy etishdagi muammolar va yechimlar	125
Abduvosidova Gulandom Abdurashid qizi	
Amerika Qo'shma Shtatlari tajribasida biznes subyektlarini toifalarga ajratish amaliyotining xususiyatlari	131
Akobirova Nodira Najmiddin qizi	
O'zbekiston Respublikasida qishloq xo'jaligini innovatsion rivojlanish yo'llari	135
Axmedova Nafisa Amirddin qizi	
Strategic directions of integration of Uzbekistan into the international hospitality industry	140
Bekmurodova Laylo Tursunmamatovna	
Surxondaryo viloyatida parrandachilikni rivojlantirish ko'rsatkichlarini prognozlash va modelashtirish	144
Bobomuratov Imomqul Islamovich	
Mamlakatimizda chorvachilik mahsulotlarini yetishtirishning hozirgi holati va uning tahlili	149
Talipova Dilfuza Nabiyeвна	
Agrar soha korxonalarining moliyaviy qo'llab-quvvatlash tizimini takomillashtirish	154
Erkinxojiyev Ismoiljon Ikromjon o'g'li	
Analysis of the Influence of Macroeconomic Indicators on State Budget Tax Revenue	158
Meyliev O. R., Gofurova K.	
Mahalliy budjet xarajatlarini hududlar ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishiga ta'siri	166
Hazratqulov Shahboz Boboqul o'g'li	
Influence of Digital Technologies on Economic Growth of the Republic of Uzbekistan	170
Igamberdiyeva Kunduz Ergashevna	
Transmilliy kompaniyalarning tashqi bozorlar uchun marketing strategiyalari va marketing tadqiqotlarini o'tkazish amaliyoti	174
Jo'rayeva Zilola Turobovna, Saidova Dilnozaxon Odiljon qizi	
Tijorat banklari tomonidan investitsiya loyihalarini moliyalashni rivojlantirish imkoniyatlari	178
Kamilova Iroda Xusniddinovna	
Korxonalarda inqirozga qarshi moliyaviy boshqaruv tizimini takomillashtirish	183
Latipova Shaxnoza Maxmudovna	
Tijorat banklari faoliyatida onlayn tizimlarining tutgan o'rni va ularning rivojlanishi	188
Raxmataliyev Muzaffar Eshdavatovich	
Aholi farovonligini oshirishda tadbirkorlik faoliyatining ta'sirini baholashning nazariy asoslari	194
Fayziyeva Dilsuz Bahodirovna	
O'zbekiston Respublikasini "yashil" iqtisodiyotga o'tish samaradorligini oshirish	200
Mirzayev Bexruz Abdulla o'g'li	
Andijon viloyatida kambag'allik darajasini qisqarishiga ta'sir etuvchi ko'rsatkichlar	214
Musaeva Ziyoda Allayarovna	
O'zbekiston Respublikasi qishloq xo'jaligi eksportida marketing muammolari	218
Musyeva Shoirazimovna, Agzamov Avazxon Talgatovich	
Respublikamizda parranda bosh sonining hozirgi holati va uning istiqbollari	223
Akramova Nargiza Axrorovna	
Menejmentda ishbilarmonlik kommunikatsiyalaridan foydalanishda optimal strategiyalarini qo'llash shart-sharoitlari	227
Narzullayeva Gulchehra Salimovna, Shadiyeva Madina Djaloliddin qizi	
Raqamlashtirish sharoitida innovatsion faoliyatning o'ziga xos xususiyatlari	231
Nazarova Latofat Toirjon qizi	
O'zbekistonda masofaviy bank xizmatlarini rivojlantirishdagi muammolar va ularni bartaraf etish yo'llari	235
Nurmuxammedov Matlab Yunusovich	



Davlat aktivlarini samarali boshqarish hamda nazorat qilishni takomillashtirish.....	240
Mirzayev O., Nazarov G'ayrat Olim o'g'li	
Talabalarning oilali bo'lishiga ta'sir etuvchi omillarga iqtisodiy baholashda yangicha yondashuv.....	246
O. U. Shomurodov, Z. U. Uroqov, A. T. Ablahatov, A. A. Suyarov, J. S. Urazov	
Methodological Aspects for Branding in Private Schools.....	251
Odilova Sitora Sayfitdin qizi	
Совершенствование процедуры оценки эффективности и результативности расходов государственного сектора.....	256
Олимов Элёр Фазлиддин угли, Искандаров Суннатилло Бахриддин угли	
Logistika xizmatlari samaradorligini oshirishda blokcheyn texnologiyalardan foydalanish	261
Rajabov Orzujon Mamasoliyevich	
Markaziy Osiyoda energetika bozorini rivojlantirishning kelgusi istiqboli va imkoniyatlari.....	267
Saidov Mash'al Samadovich, Umarova Irodaxon Nuraliyevna	
Mamlakat iqtisodiyotini rivojlantirishda sug'urta bozorining innovatsion usullaridan foydalanishning konseptual asoslari	275
Narzullayeva Gulchehra Salimovna, Saidova Dilnozaxon Odiljon qizi	
Oliy ta'limda boshqaruv strategiyalari va ularni amalga oshirish mexanizmi.....	279
Saidqulova Firuza Farmonovna	
Jismoniy shaxslardan olinadigan daromadlarini soliqqa tortishning o'ziga xos xususiyatlari	283
Salimov Sherzod Baxtiyorovich	
O'zbekiston Respublikasidagi mavjud suv resurslarining iqtisodiy holati tahlili	288
Shanazarova Gulyora Baxtiyarovna	
Tijorat banklari kredit risklarini kamaytirish yo'llari.....	294
Tulkinova Maftuna Anvarbek qizi	
The use of Intellectual Systems in the Improvement of the Educational Process Management System in Higher Educational Institutions	303
Umarova Dilfuza Rakhmatilla qizi	
Oliy ta'lim tizimida yangi iqtisodiy mexanizmlarni shakllantirish.....	307
Xakimov Dilshodjon Rahmonaliyevich	
Global iqtisodiy sharoitida moliyaviy hisobotlar auditida muhimliklarni baholashni xalqaro standartlar asosida takomillashtirish	311
Xasanova Nasiba Tolliboy qizi	
Qurilish materiallari sanoatida innovatsion klasterlarni tashkil etish istiqbollari.....	314
Yuldasheva Kamola Miraliyevna	
Oliy ta'lim muassasalarida gibril bulut xizmat modelini qo'llash mexanizmini ishlab chiqish	319
Zaripov Bahodir Bobomurod o'g'li	
Роль инвестиций в системе железнодорожного транспорта в Республике Узбекистан	325
Акбарова Лайло Упашевна	
Gidrotexnik inshootlar betonlarini samaradorligini tahlil qilish va oshirish natijalari.....	330
Asqarov B. A., Karimov M. U., Xolmirzayev S.T., Obidjonov J. T.	
Maxsus iqtisodiy zonalar hududiga jalb etilgan investitsiyalar to'g'risida	334
Davlayev G'olib Ashurovich	
Yangi xizmat turi xizmatlar sohasini innovatsion boshqarishning metodologiyasi	337
Djurayeva Dilnoza Davron qizi	
Mintaqalar innovatsion salohiyatini baholashning uslubiy yondashuvlari.....	343
J. A. Ismatullayev, D. X. O'rinov	
Milliy qayta sug'urtalovchilarning xalqaro sug'urta bozoriga kirib borishi va kutilayotgan xavf-xatarlar	348
Jorabayev Jasur Abduraxmanovich	



Moliyaviy hisobotning xalqaro standartlari asosida tovarlar auditi natijalarini auditorlik hisobotida aks ettirish tartibi	354
Ibragimov M. M., Ergashev O. F.	
Turistik destinatsiyalarni tashkil etish va rivojlantirishning xorijiy tajribalari	358
Karimov Anvar Aktam o'g'li	
Jismoniy shaxslarning mol-mulk va yer soliqlarini hisoblash va undirish samaradorligini oshirish yo'llari.....	362
Qurbonov Muxiddin Abdullayevich	
Iqtisodiy xavfsizlikning institutsional tizimini tadqiq etishga uslubiy yondashuvlar.....	367
Mamatov Axmetjon Atajanovich, Allaberganov Zakir Gayibovich	
Davlatning iqtisodiy xavfsizligini ta'minlashning nazariy jihatlarini	373
Mamatov Mamajan Axmadjonovich	
Paxta-to'qimachilik klasterlari eksport faoliyatini rivojlantirishning xorij tajribasi.....	380
Mansurov Saidxo'ja Kamalovich	
Korxonalar raqobatbardoshligini oshirish muammolari va dolzarb vazifalari	386
Musyeva Shoiraz Azimovna	
Устойчивый и инклюзивный рост: взаимосвязь экономического прогресса с социальным равенством и экологическим управлением	390
Нодирбек Холбаев	
Mintaqalarni investitsion jozibadorligini taraqqiyot strategiyasiga ta'sirini statistik baholash.....	396
Nuriddinov Zufar Akbarovich	
Финансирование каракулеводства: преодоление финансовых вызовов в пустынных регионах Узбекистана	402
Нуриллаев Жамолиддин Ярашевич	
O'zbekiston investitsiya muhitini yanada yaxshilash va uning jozibadorligini oshirish.....	408
Oybek Elmuratov	
Intellectual mulkning iqtisodiy mazmuni va tarixiy rivojlanish bosqichlari	411
Maxmudova Nargiza Davlyat qizi	
Implementation and use of Digital Technologies in Logistics Abstract.....	416
Kushakova Mamura, Koshakova Mukhlisa Surat qizi	
Innovatsion iqtisodiyot tushunchasining mazmun mohiyati	421
Abduqaxorov Bekzod O'tkir o'g'li	
Raqamlashtirish iqtisodiy o'sish va raqobatbardoshligini oshirish omili sifatida.....	426
Mamajonova Durdonahon Mamaruzi qizi	
O'zbekistonda tashqi savdoni notarif usullar orqali tartibga solishning mamlakat iqtisodiyotiga ta'siri.....	431
Norqobilov Akobir Iso o'g'li	
Инновационные методы переработки горных отходов для экологической устойчивости в Узбекистане	437
Аскарлов Бахтиер Аскарлович, Собирова Мукаддас Хамидуллаева	
Опыт зарубежных стран по стимулированию производства сельскохозяйственной продукции и перспективы внедрения в Узбекистан.....	442
Холиков Сулаймон Уткир угли	
Xo'jalik yurituvchi subyektlarda strategik boshqaruv hisobini tashkil qilishning uslubiy jihatlarini.....	447
Pardayeva Shahnoza Abdinabiyevna	
O'zbekiston Respublikasida kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatini moliyalashtirishni statistik tahlili.....	452
Sayfullayev Siddik Nosirovich	
Sug'urta tashkilotining innovatsion risklarini baholash.....	457
Sattorov Shoxrux Maxmudjon o'g'li	



Kapital bozori rivojlanishining zamonaviy tendensiyalari	462
Turdiyeva Uzayda Omirbayevna	
Адаптивный искусственный интеллект в управлении человеческими ресурсами	469
Хайдарова Малика Шокирджановна	
Oliy ta'lim muassasalarida moliyaviy mablag'lardan samarali foydalanishga xizmat qiluvchi zamonaviy va istiqbolga mo'ljallangan huquqiy asoslarning yaratilganligi to'g'risida	478
Xayriddinov Shuxrat Botirovich	
Investitsiya loyihalariga ta'sir qiluvchi risklarni sifat jihatdan baholash usullarining o'ziga xos xususiyatlari	482
Shaislamova Nargiza Kabilovna	
Tijorat banklari tomonidan investitsion loyihalarni kreditlash tartib va ularni takomillashtirish yo'llari	491
Yunusova Ozoda Anvarjon qizi	
Hududlar iqtisodiy xavfsizligini ta'minlashda soliq salohiyatini oshirishning nazariy jihatlarini	498
E. N. Raximov	
Konsolidatsiyalashgan moliyaviy hisobot tuzishning zarurligi	504
Avazov Ilxom Ravshanovich	
Inson resurslarini boshqarishning innovatsion usullarini joriy etish vositalarini ishlab chiqish	509
Djuraeva Guzal Shavkatovna	
Agrar soha korxonalarining moliyaviy qo'llab-quvvatlash tizimini takomillashtirish	513
Erkinxojiyev Ismoiljon Ikromjon o'g'li	
Korporativ qimmatli qog'ozlar asosida korxonalarni moliyalashtirishning ilg'or xorij tajribalari	517
Igitov Jurabek Kuzibekovich	
The impact of corporate governance on firm performance and financial stability	524
Muhammadyor Yunusov	
Mintaqalarda kamg'allik darajasini pasaytirish va xorij tajribasidan foydalanish yo'llari	537
Musulmonova Shahlo Nasriddinovna	
Makroiqtisodiy barqarorlikni mustahkamlash soliq ma'muriyatchiligini samarali tashkil etish yo'llari	541
Mutalova Dilorom Maxamadjanovna, Kenjaboyeva Nigina	
Iqtisodiy savodxonlik hamda tadbirkorlik qobiliyati o'rtasidagi to'g'ri nisbatdagi bog'liqlik munosabatining fundamental asoslari	544
Tuxtayeva Muyassar Shovkat qizi	
Korxonalarning bankrotlik riskini baholashning xalqaro modellari	550
Umarova Hulkar Umidulloyevna	
O'zbekistonda korxona boshqaruvida kadrlar salohiyatidan foydalanish amaliyotini rivojlantirishning xorij tajribasi	555
Do'stova Aziza Qahramonovna	
Raqamli iqtisodiyot sharoitida boshqaruv tizimining xususiyatlari	559
Iroda Majidova	
Ziyorat turizmini rivojlantirishning muhim xususiyatlari	565
Mirzayev Qulmamat Jonuzoqovich, Shukurov Tohirjon Izzatullo o'g'li	
Qandolat mahsulotlari bozorida marketing tadqiqotlarini asosiy yo'nalishlari	569
Tuychiyeva Vasila Faxriddin qizi	
“Зелёная экономика” как фактор повышения экономического роста страны	573
Тураева Адиба Икрамовна	
Oilada sarf-xarajatlar samarasiga erishishning muhimligi	580
Xasanov Rustam Rabimovich	
Aholi farovonlik darajasidagi farqlarni tartiblash yo'nalishlari	583
Xasanov Rustam Rabimovich, Turdiyev Zoxidjon Rustamovich	



Совершенствование оценки стоимости объектов недвижимости в Узбекистане на основе зарубежного опыта.....	588
Хомитов К. З., Халилова Л. Ш.	
Mamlakatimizda qishloq xo'jaligida kooperatsiya munosabatlarini rivojlantirishda xorij tajribalaridan foydalanishning ahamiyati.....	594
Choriyeva Nigina Kaxramonovna	
Davlat xaridlari tizimini takomillashtirish yo'llari	598
Alimbayeva Sevara Alimbayevna	
Yengil sanoatni rivojlanishida Germaniya tajribasi.....	601
F. Jumaniyazova, G'ulomov Ibroxim Rustam o'g'li	
The efficiency of usage of Islamic finance instruments in security market.....	607
Khasanov Umarbek Begmat ugli	
Tadbirkorlik subyektlari eksportini rivojlantirishda raqamli platformalardan foydalanishning xorijiy tajribalari va ulardan foydalanish yo'llari.....	613
Mamasoatov Dilshod Ravshanovich	
O'zbekistonda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarini tashkil qilinishining hozirgi holati va muammolari	621
Nutfulloev Tolib G'olib o'g'li	
Mehnat bozorida raqamli texnologiyalardan foydalanish metodologiyasini takomillashtirish	627
Maxammadiyev M. M.	
Ishlab chiqarishni modernizatsiya qilish sharoitida mahsulot tannarxini optimallashtirish asoslari.....	632
Narzullayeva Gulchehra Salimovna	
Elektron pullarni rivojlantirish yo'llari	636
Rustamov Maqsud Suvonqulovich, Egamberganov Mirzabek Odilbek o'g'li	
Загрязнение окружающей среды в Узбекистане: проблемы, причины и пути решения	644
Ишонкулова Феруза Асатовна, Шукуров Тимур Умидович	
Raqamli iqtisodiyot sharoitida tijorat banklarini transformatsiyalash modeli orqali takomillashtirish	649
Norov Akmal Ruzimamatovich, Norova Nozima Nabiyeвна	
Land Tax Received From Individuals and its Share in the Budget of the Republic of Uzbekistan	656
Hakimov Feruz Khurshid ugli	
O'zbekistonda "yashil" iqtisodiyot va iqlim o'zgarishi bilan bog'liq xarajatlar tahlili.....	659
Isaxonova Ruxshona Muzaffar qizi, Sharapova Mashxura Azadovna	
Qurilish xizmatlari ma'lumotlar tizimini takomillashtirish imkoniyatlari.....	665
Nurfayziyev Zayniddin Boymurodovich, Nurfayziyev Elyor Zayniddinovich	
Ipotekali kreditlashni rivojlantirishning xorijiy davlatlar tajribasi va uni O'zbekistonda tatbiq etish yo'llari	670
Turdiyev Shaxriddin Erxonovich	
Suv resurslaridan foydalanishda xorij tajribalari	675
Berdiyev Anvar Abdivaliyevich	
Auditda yetarli va mos dalillarni to'plash tartibi	681
Meliyev Isroil Ismoilovich	
"Yashil" iqtisodiyot konsepsiyasining shakllanishi va rivojlanishi.....	686
Urunbayev Saparbek Samatovich	
Uy-joy fondini boshqarish samaradorligini oshirishning ustuvor yo'nalishlari.....	692
Xolmuradov Raxmatilla Ne'matillaevich	
O'zbekiston mahsulotlarining tashqi bozordagi raqobatbardoshligi xususiyatlari va onlayn platformalar.....	699
Baymuradov Shoxrux Maxmudovich	
Factors affecting investment attractiveness in the global investment landscape.....	704
Otaboev Akhmed Makhsudbek o'g'li, Juliana Juliana, Fazliddin Nasriddinov	



Xalqaro migratsiyaning O'zbekiston mehnat bozori va inson kapitaliga ta'siri.....	709
Tilabova Kumush Farhod qizi	
Анализ и оценка естественного освещения помещений образовательных учреждений.....	714
Пирмухамедова Шахноза	
Актуальные вопросы укрепления доверия населения к банковской системы Республики Узбекистан...	719
Рузиева Нилуфар Тулкин кизи	
Методические подходы к формированию механизмов стратегического управления развитием химической отрасли.....	725
Бибутова Шахло Саъдуллаевна	
Iqtisodiyotni rivojlantirishda erkin iqtisodiy zonalarini tashkil etishning afzalliklari va muammolari	730
Axmedova Dilbar Buronovna	
Natijaga yo'naltirilgan budjetlashtirishda sog'liqni saqlash muassasalarini moliyalashtirishning mohiyati.....	734
Ishmanova Diana Nurmamadovna	
Oziq-ovqat sanoatini tashkiliy-iqtisodiy jihatdan rivojlanti-rishning nazariy asoslari	737
Muxtorova Madina Azamat qizi	
Ipoteka kreditlari sohasidagi islohotlar va kelajakdagi istiqbollar.....	741
A'zamxo'jayeva Nihola Sulaymon qizi	
Sanoat ishlab chiqarish tizimining investitsion xususiyatlari	746
Yodgorova Xalima To'liqinovna	
Budjet ijrosini samarali ta'minlashda davlat xaridlarining ahamiyati.....	752
Sholdarov Dilshod Azimiddin o'g'li, Fayzullayeva Zilola Ravshanovna	
Aholi sog'ligi – milliy boylikning tarkibi va jamiyat taraqqiyotining muhim shartidir.....	763
Djumabayeva Shaira Xalillayevna	
Moliyaviy hisobotlarning xalqaro standartlari: hisob siyosati.....	769
Rizayev Nurbek Kodirovich, Mamatova Charos Shavkiddinovna	
Milliy iqtisodiyotni rivojlantirishda investitsion muhitning o'rne	778
Valiyeva Sayyora Xushbaqovna	
Davlat ishtirokidagi korxonalarda korporativ ijtimoiy mas'uliyat ("Rossiya temir yo'llari" OAJ misolida).....	784
Xidirova Marg'uba Rustamovna, Saidqulov Avazbek Botirqul o'g'li	
Raqamli transformatsiyaning O'zbekistonning investitsion jozibadorligiga ta'siri.....	790
Saitkamolov Muxammadxo'ja Sobirxo'ja o'g'li, Markabayeva Jansaya Aybek qizi	



ISTE'MOLCHILARNI XULQ-ATVORI MODELLARI ASOSIDA MARKETING STRATEGIYALARINI SHAKILLANTIRISH

Kutbitdinova Moxigul Inoyatovna

TDIU dosenti

Annotatsiya: Iste'molchilarni xulq-atvori modellari asosida marketing xizmatlari vazifalarining o'ziga xos xususiyatlari tahlil qilingan. Iste'molchilar xulq-atvorlarini modellashtirish asosida bozorda taqdim etilayotgan xizmatlar qanday ehtiyojlarni qondirishini bilib olish va zarurat tug'ilganda uning xususiyatlarini takomillashtirish imkoniga ega bo'lishi, bundan tashqari, iste'molchilarni xulq-atvorini modellashtirish yondashuvlari tasniflangan.

Kalit so'zlar: marketing strategiyalari, iste'molchilarning xulq-atvori, xizmat ko'rsatish, oqilona iste'molchi, iste'molchilar jamiyati, talabni prognozlash, "rag'bat-ta'sir" modeli, potensial mijoz.

Abstract: On the basis of models of consumer behavior, the features of the tasks of marketing services are analyzed. Based on the modeling of consumer behavior, it is possible to find out what needs are met by the services provided on the market, and, if necessary, improve their characteristics, in addition, the classification of approaches to modeling consumer behavior is analyzed.

Key words: marketing strategies, consumer behavior, service provision, rational consumer, consumer society, demand forecasting, incentive-effect model, potential customer.

Аннотация: На основе моделей потребительского поведения анализируются особенности задач маркетинговых служб. На основе моделирования потребительского поведения можно выяснить, какие потребности удовлетворяют предоставляемые на рынке услуги, и при необходимости улучшить их характеристики, кроме того, анализируется классификация подходов к моделированию потребительского поведения.

Ключевые слова: маркетинговые стратегии, потребительское поведение, предоставление услуг, рациональный потребитель, потребительское общество, прогнозирование спроса, модель стимулирования-эффекта, потенциальный клиент.

KIRISH

Zamonaviy marketing strategiyasida mahsulot strategiyasi va iste'molchilarning xulq-atvori modellari asosiy o'rinni egallaydi. Biznesda iste'molchilarning xulq-atvorini modellashtirish, uni samarali marketing yechimlarini shakllantirishning kalitidir. Marketing strategiyasini shakllantirish an'anaviy ravishda "uchta kit"ga asoslangan ya'ni: bozor va raqobatchilarni tahlil qilish, mahsulotni, uning imkoniyatlari va xususiyatlarini tahlil qilish, maqsadli auditoriyani, uning ijtimoiy-demografik xususiyatlarini, turmush tarzini, iste'mol modellarini tahlil qilishdir. Shu bilan birga, ma'lum bir mahsulotning maqsadli auditoriyasini ajratib turadigan iste'mol modellari, marketing strategiyasining barcha tadqiqot g'oya asoslarini hamda mahsulotning bozordagi muvaffaqiyatini bashorat qiladi ^[1].

Bugungi globallashtirish sharoitida bozorlarni tovarlar bilan to'ldirish va yuqori darajadagi raqobatning hozirgi sharoitida muvaffaqiyatga erishish uchun har bir kompaniya nafaqat ichki bozor, balki tashqi bozorda ham iste'molchilarni o'rganishga diqqat bilan yondashishi kerak. Shu maqsadda maqsadli auditoriyaning istalgan xulq-atvoriga ega bo'lish ehtimolini oshirish uchun davlat tomonidan tartibga solishning turli choralari va iste'molchilarga ta'sir etish choralari qo'llaniladi. 2022–2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasida "Milliy iqtisodiyotni jadal rivojlantirish va yuqori o'sish sur'atlarini ta'minlash" zarurligi ta'kidlangan. Iste'molchilar xulq-atvorining hozirgi kunda jiddiy o'zgarishlari, bunda biznesni yuritish bo'yicha an'anaviy usullar va modellari qo'llanilmoqda ^[2].

Iste'molchilarning xulq-atvorini tahlil qilish – bu potensial mijozlarning afzalliklari va ehtiyojlarini yaxshiroq tushunishga imkon beruvchi marketing strategiyasidir. Ushbu turdagi tahlilini va tendensiyalarni aniqlashga, reklama kampaniyalarining samaradorligini aniqlashga va maqsadli auditoriya bilan o'zaro munosabatlarni yaxshilashga qaratilgan strategiyalarni ishlab chiqishga yordam beradi.



ADABIYOTLAR SHARHI

Marketing tizimida iste'molchilarni o'rganish jarayoni iste'molchilarning xulq-atvoriga bog'liq turli xil sharoitlarni aniqlash uchun olib boriladi. Iste'molchilar xulq-atvori modelini shakllantirishga umumiy metodologik yondashuvlar quyidagi ilmiy yo'nalishlarda o'rganiladi:

U.S. Djevonsyning ilmiy izlanishlarida marjinal foyda nazariyasi muayyan vaqt davomida iste'molchilarning o'ziga xos ehtiyojlarini qondirish usuli sifatida ko'rib chiqiladi ^[3].

Dj. Viner esa tovar va xizmatlar qiymati nazariyasi iste'molchilarning istaklarini qondirish qobiliyatini belgilovchi psixologik omillarning mavjudligini anglashdan iborat ekanligini ta'kidlaydi ^[4];

A. Samuelson va V.D. Nordxaus o'z tadqiqotlarida ehtiyojning miqdoriy o'lchami va foydalilikni taqqoslash emas, balki iste'molchilarning afzalliklarini sifatli tahlil qilish va tasniflash zarurati ko'rib chiqilgan ^[5].

A.G. Maslou o'z tadqiqotida ijtimoiy muhitdagi mavjud sharoitlarni hisobga olgan holda bozorda inson xulq-atvorining asosiy ehtiyojlarini aniqlash va ularni tasniflashni yo'llarini o'rgangan ^[6].

F. Kotler esa ichki va tashqi tabiatning ayrim rag'batlari ta'siri ostida amalga oshiriluvchi xarid to'g'risidagi qarorlarni qabul qilishni namoyon etadi deb ta'kidlaydi ^[7].

Iste'molchi jamiyati paydo bo'lgan davrda iste'molchilarning talabi yoki xohish-istaklari ishlab chiqaruvchilarning xatti-harakatlarini nazorat qiladi, ularni ishlab chiqarishni kengaytirishga yoki oqilona ehtiyojlarni qondiradigan yangi mahsulotlar yaratishga majbur qiladi, deb aytish mumkin edi. Biroq iste'mol jamiyatida bozorlar rivojlanishi bilan tovar emas, balki talab taqchilligi shakllanadi. O'sish mafkurasida mavjud raqobat, kompaniyalar marketing texnologiyalari yordamida bir qator muammolarni hal qilishga majbur bo'ladilar: 1) talabni saqlab qolish; 2) talabning kengayishi; 3) talabni prognozlash; 4) talabni nazorat qilish. Natijada, iste'molchilar jamiyati rivojlanishining ma'lum bosqichida iste'molchilar uchun ishlab chiqaruvchilar o'rtasidagi kuchli raqobat holatlari "marketing urushlari"ni keltirib chiqaradi, bu E.Rays va J.Troutning butun dunyo bo'ylab marketingologlar uchun ramziy asarlarida qayd etilgan ^[8].

Stiven Djobs – zamonaviy biznes dahosi: millionlab iste'molchilar uning mahsulotlarini xarid qiladi. U o'zning mahsulotlari bilan mijozlarni jalb qila oladi. Boshqacha qilib aytganda, Jobs o'z mijozlarini boshqarishda daho edi.

"Ehtiyoj" toifasi turli omillar ta'sirida o'zgarishi mumkin: vaqtinchalik, iqtisodiy, madaniy, tarixiy. Tadqiqotchilar I.V.Pivovarova va O.V.Ustinovalar "...ehtiyojlarning eng muhim xususiyati... bu ularning dinamik tabiati, o'zgaruvchanligi, shakllari va faoliyat sohalari, qanoatlanirilgan yangi, yuqori ehtiyojlar asosida rivojlanishi, bu esa shaxsning turli xil ehtiyojlarga qo'shilishi bilan bog'liq, deb hisoblaydilar" ^[9].

XX asrda ijtimoiy munosabatlarning rivojlanishi natijasida ehtiyojlar pul shaklini oldi, ya'ni talab oxirgi iste'molchilar tomonidan belgilanadigan shaklga ega bo'ldi. Y.A.Vasilchuk o'z tadqiqotida ta'kidlaganidek, "bu shaklda ehtiyojlar ulkan moslashuvchanlik, harakatchanlik, o'zgarish, rivojlanish va o'zgarishlarning aql bovar qilmaydigan tezligi, inson va jamiyatga ta'sir qilish kuchiga ega bo'ldi".

Ijtimoiy munosabatlarning hozirgi bosqichida iste'molchi xulq-atvorini o'rganish iste'molchini axborot jarayonining ishtirokchisi sifatida tushunish, mahsulot yoki xizmatni tanlash to'g'risida qaror qabul qilish uchun ma'lum miqdordagi ma'lumotlarni olish va qayta ishlashga asoslanadi. XXI asr iste'molchisi nafaqat fiziologik ehtiyojlarni qondirishga, balki ko'proq iste'molchilar xulq-atvoriga qaratilgan. Jahon globallasuvi va O'zbekiston iqtisodiyotining raqamlashtirilishi sharoitida "iste'mol" atamasi sezilarli o'zgarishlarga duch keldi. I.V. Manaxova-ni iste'mol va talab nazariyasiga oid asosiy konseptual yondashuvlar tizimlashtirilgan, axborot manbalarini iste'mol nazariyasi transformatsiyasiga ta'siri ko'rib chiqilgan asarlari katta ilmiy qiziqish uyg'otadi.

Iqtisodiy psixologiya, menejment va marketing sotsiologiyasi iste'molchilarni tanlashning ko'plab modellari taqdim etadi, ularning ba'zilari marketing amaliyotida qo'llaniladi. Shunday qilib, iste'molchi tanloviga ta'sir qiluvchi omillarning umumiy tasniflaridan biri Ж.Ф. Кронэ – bu SABONE (Securite – xavfsizlik, Bien etre – qulaylik, Orgueil – g'urur, N (nouveau) – yangilik, Eco-nomic – tejash) ^[10]. Shu bilan birga, xavfsizlik xotirjamlik hissi, quvvat, tanlangan mahsulotning ishonchligi va uning xizmat qilish muddati kafolatlari bilan bog'liq.

Shunday qilib, bozorda iste'molchilarning xulq-atvorlari talab, ehtiyoj, sotib olish maqsadlari, guruh manfaatlari, daromadlar, talabning mohiyati hamda xulq-atvorlar motivatsiyasi jihatidan sezilarlicha farqlanadi. Garchi iste'molchilar xulq-atvorini o'rganuvchi zamonaviy fan (iqtisodiyot, sotsiologiya, psixologiya) juda yetarlicha rivojlangan bo'lsa-da, xaridorlar xulq-atvorlari uchun barcha ehtimoliy variantlarni tushuntirish va taxmin qilish imkonini beruvchi aniq javob bera olmaydi. Shuning uchun biz faqat xulq-atvor modellarini ishlab chiqish orqali iste'molchilar xulq-atvorining rasmiylashtirilgan tavsifini yaratish haqida fikr bildirish mumkin.

Fikrimizcha, modellashtirish ilmiy idrok usullaridan biri bo'lib, uning yordamida biror-bir hodisa, obyektidagi jarayon yoki tizimlarning modellarini qurish va o'rganish orqali u tadqiq etiladi. Iste'molchilar xulq-atvorini modellashtirishda bozor sharoitida iste'molchilar xulq-atvoridagi harakatlarining mantiqiy tuzilishi amalga oshiriladi. Iste'molchining xulq-atvori modeli ijtimoiy-psixologik obyekt hamda u o'z ehtiyojlari va istaklarini qondirish uchun sotib olgan tovar va xizmatlar iste'molchisi sifatida o'ziga xos xususiyatlarini rasmiylashtiruvchi grafik, matematik yoki og'zaki-tavsiflovchi ifoda hisoblanadi.



TADQIQOT METODOLOGIYASI

Tadqiqot metodologiyasi sifatida iste'molchilar xulq-atvori modelini shakllantirishga umumiy metodologik yondashuvlariga oid olimlar fikrini o'rgangan holda, kuzatish, so'rovnoma, statistik tahlil kabi usullardan foydalanildi.

TAHLIL VA NATIJALAR MUHOKAMASI

Xulq-atvor marketingi-bu insonning iqtisodiy qarorlar qabul qilish psixologiyasiga asoslangan iste'molchilar xulq-atvorlarining modelidir. Xaridor har doim oqilona istak, xohishlaridan kelib chiqib va o'z foydasini maksimal darajada oshirishga intiladi. Iqtisodchilar yillar davomida odamlar Real iqtisodiyotda qanday harakat qilishlari, tanlov qilishlari, qaror qabul qilishlari va uning oqibatlariga qanday munosabatda bo'lishlari haqida asoslarini izlashdi. Natijada, fan vakillari inson nafaqat mantiqsiz, balki uning hissiy harakatlarida ham bashorat qilinishini aniqladilar. Amos Tverskiy va Daniel Kanemanlar iqtisodiy qarorlar qabul qilish modelini yaratishdi.

O'z tajribalarida olimlar fond bozori investorlari bilan o'zaro munosabatlarni odamlarning iqtisodiy qarorlar qanday shakllanishini, sotib olishning foydaliligini va kontragent bilan bog'liq xavflarni qanday baholashini aniqlash uchun ko'rib chiqdilar. Tadqiqotlar natijasida paydo bo'lgan istiqbol nazariyasi xulq-atvor iqtisodiyoti tushunchasiga asos soldi.

Har qanday sotib olish iste'molchining buning uchun zarur bo'lgan xarajatlar bilan taqqoslaganda olingan foydalarni subyektiv idrok etishining natijasidir, shuning uchun marketologlar iqtisodchilarga bilan, odamlarning turli xil o'xshash xulq-atvorini aniqlash usulini topdilar. Xulq-atvor marketingining asosi iste'molchilarning alohida segmentining o'ziga xos jihatlarini kuzatishdir. Aniqlangan farqlar odamlarni o'z taxminlariga mos keladigan eng yaxshi tarzda taklif qilingan guruhlariga ajratish imkonini beradi.

Xulq-atvor marketingining vositalari va vazifalari biznesga mijozlarning niyatlarini aniqlash imkoniyatini beradi. Shunga asoslanib, kompaniyalar iste'molchilar xulq-atvorni ehtiyojlariga moslashtirishi mumkin. Aslida, iste'molchi xulq-atvor marketingi tizimida asosiy ahamiyatga ega, chunki uning individual xususiyatlari uning istak xoxishlari, talabi va u bilan munosabatlarni o'rnatish uchun turtki bo'lib xizmat qiladi.

Ushbu yondashuv xulq-atvor marketingining asosiy prinsipini belgilaydi, ya'ni kompaniya o'z iste'molchilarining xatti-harakatlarini doimiy ravishda o'rganishi kerak. Bu ko'p jihatdan iste'molchilarning axborot "manba" to'plash va tahlil qilishga imkon beradigan zamonaviy texnologiyalar tufayli mumkin bo'ldi. Shuning uchun, ko'pincha xulq-atvor marketingi data driven marketing bilan bog'liq, ya'ni ma'lumotlarga asoslangan marketingdir.

Xulq-atvor marketingi strategiyasini amalga oshirish uchun tovar va xizmatlar ishlab chiqaruvchisi quyidagi faoliyatni o'z ishiga birlashtirishi kerak:

1. **Ma'lumotlarni yig'ish.** Bugungi kunda iste'molchilarning axborot "manba" turli onlayn kanallardan kelib chiqishi mumkin. Albatta, onlayn muhit bu jarayon soddalashtiradi, chunki foydalanuvchi harakatlarini saytlar, mobil ilovalar, elektron pochta, qidiruv so'rovlari, ijtimoiy tarmoqlar va boshqalar orqali kuzatish mumkin. Masalan, mijoz kartasi orqali siz tashriflarning chastotasini, xaridlarning hajmini va ularning tarkibini tushunishingiz mumkin.
2. **Auditoriyani tahlil qilish va segmentatsiya qilish.** Olingan ma'lumotlar iste'molchilarning xatti-harakatlaridagi qarashlarni aniqlash, auditoriyani segmentlarga bo'lish va har bir xulq-atvor modelining stsenariylarini aniqlash uchun tahlil qilinishi kerak.
3. **Ma'lumotlarni qo'llash.** Axborot "manba"larining tahlildan so'ng, iste'molchilar va ularning turli segmentlari haqidagi bilimlar shaxsiylashtirilgan takliflarni yaratish va marketing vositalari orqali biznesga qo'llaniladi.

Natijada, xulq-atvor marketingidan foydalanish biznesga quyidagi muammolarni hal qilishga imkon beradi:

- ko'proq sotish va qo'shimcha savdo qilish;
- auditoriya ehtiyojlariga javob beradigan segmentlangan tarkibni taqdim etish;
- iste'molchilarga maqsadli ta'sir ko'rsatish;
- shaxsiylashtirilgan kampaniyalarni yaratish;
- reklama budjetini sotib olishga tayyor bo'lgan auditoriyaning bir qismiga yo'naltirish;
- xulq-atvorga asoslangan yangi mijozlarni qidiring;



- reklama aksiyalarini o'tkazish samarali bo'lish;
- "ketayotgan" mijozlarni ushlab turish;
- iste'molchi holatidan foydalangan holda kontekstli aloqalarni o'rnatish (masalan, geolokatsiya).

Iste'molchilar xulq-atvorini modelashtirish nafaqat alohida kishilarni, balki o'xshash xulq-atvorga ega barcha guruhlarining ham harakatlarini tasvirlash va taxmin qilish imkonini beradi. Iste'molchilarning xulq-atvori modelini qancha aniqroq bo'lsa, iste'molchilarning turli xil vaziyatlarda tovarlarni xarid qilish va sotib olish holatlarida ularning xulq-atvorini aniqroq tushunish mumkin.

Iste'molchilar xulq-atvori modelini tuzish uchun, fikrimizcha, quyidagi shartlarni bajarish zarur:

- iste'molchilar xulq-atvorining asosiy jihatlarini belgilashlash va unga ta'sir etuvchi asosiy omillarni aniqlash;
- modelda iste'molchilarning ushbu nuqtayi nazaridan muhim xulq-atvorlari xususiyatlarini hisobga olish;
- modelashtirishda iste'molchilar xulq-atvorlarining aniq maqsad uchun muhim bo'lmagan xususiyatlarini e'tiborga olmaslik.

Iste'molchilar xulq-atvori turlari xilma-xilligiga qaramay, F.Kotler taklif qilgan "rag'bat-ta'sir" modeli^[7] iste'molchilar xulq-atvorining klassik modeli hisoblanadi. Ular marketingdagi rag'batlantiruvchi omil va rag'batlar bo'lib, u marketing kompleksi (tovar, narx, tarqatish usuli va reklama vositalari), shuningdek, boshqa turtki (iqtisodiy, fan-texnika, ijtimoiy va madaniy) elementlaridan tashkil topgan.

Bunda iste'molchining mustaqillik prinsipi hisobga olinib, ehtiyojni qondirish usulini mustaqil tanlashni anglatadi va xaridorning daromadiga shuningdek, uning xulq-atvorining tashqi va ichki omillari va tovarlarni bozorda taklif qilish iste'mol erkinligi chegaralariga bog'liq.

Shubhasiz, har bir muallif iste'molchilarning xatti-harakatlari modellarini iste'mol qilish va iste'molchilarning reaksiyalari konsepsiyasiga muvofiq belgilaydi.

Ratsional model, bir qarashda, shaxsiy manfaat yo'lida o'z harakatlarini oqilona asoslaydigan "tejamkor inson" tushunchasiga mos keladi. Uning tanlovi erkin, chunki u sotib olishning foydasini biladi. U mahsulot haqida obyektiv ma'lumotlarni to'plashdan manfaatdor.

Ushbu modeldagi ratsionallik har qanday holatda ham tejashga qaratilgan xatti-harakatlarni anglatmaydi balki bu vaziyat va iste'mol maqsadlariga qarab tovarlarning narxi va sifati bo'yicha eng maqbul tanlovni tanlashdir.

Ratsional bo'lmagan model, iste'mol ning bixeviorizm ruhida "stimul – reaksiya" prinsipiga asoslanadi: agar iste'molchi mahsulotning hissiy jozibadorligini etarlicha uzoq, tushunarli va jozibali tarzda isbotlasa, u aslida uni sotib olishdan baxtni (yoki quvonchli hayajonni) boshdan kechira boshlaydi. Hissiy iste'molchi ratsional iste'molchiga qaraganda mahsulotning haqiqiy hajmiga nisbatan kamroq sezgirdir. Uning tanlovi kamroq mustaqil, ammo baribir ongli. Hissiy iste'molchi "mahsulotni qadrlay oladigan"–, ratsional fazilatlaridan tashqari, iste'molda hayotiy ehtiyojlarni qondirishdan ko'ra ko'proq narsani kashf etadi.

Rag'batlantiruvchi iste'molchi modeli marketing kommunikatsiyalarida oldingi ikkita modeldan foydalanish boshlangan paytda paydo bo'ldi. Iste'molchilar jamiyati xaridorlarga tobora ko'proq tanlovlarni taqdim etdi, ularning tasavvurlari va istaklarini rivojlantirib, iste'molchilarning tajribasi ortdi. Insonda ijtimoiy-demografik xususiyatlar, tarbiya, yashash sharoitlari bilan shakllangan motivlar majmuasi mavjud bo'lib ushbu komplekslarning o'ziga xosligiga qaramay, maqsadli auditoriya doirasida siz hali ham umumiy xususiyatlarni topishingiz mumkin. Marketologning vazifasi iste'molchining motivlarini, uning munosabatlarining sabablari va mazmunini o'rganish, keyin uning tanlovini rag'batlantirish uchun vositalarni topishdir. Marketing uchun ishlab chiqarilgan mahsulotlar uchun, ishlab chiqarish uchun kerakli qurilmalarni shakllantirish edi. Ushbu yondashuv uzoq vaqt davomida iste'molchini ma'lum bir brend, tovarlar, xizmatlar, mahsulotlar toifasiga bog'laydi va reklama xarajatlarini optimallashtiradi.

Iste'molchilar xulq-atvorlari modelini ishlab chiqish jarayonida iste'molchilar xulq-atvorlari modelining marketing qarorlarini qabul qilishga tabiatan ta'sirli aks ettiriladi^[8]. Tashkilot iste'molchilar xulq-atvorlarini modelashtirish asosida bozorda taqdim etilayotgan xizmatlar qanday ehtiyojlarni qondirishini bilib olish va zarurat tug'ilganda uning xususiyatlarini takomillashtirish imkoniga ega bo'ladi.

Iste'molchilar xulq-atvorlari modellariga muvofiq marketing strategiyalarini shakllantirish mijozga yo'naltirilgan tashkilotda qabul qilingan va amalga oshirilgan marketing qarorlarining samaraliroq bo'lishi hamda iste'molchilar tomonidan kutilgan harakatlarga sabab bo'lishiga ishonch hosil qilish imkonini beradi^[9].

Shuningdek, iste'molchilar bilan ishlash tajribasi ortib borishi jihatidan tashqi muhit sharoitlari, shuningdek, iste'molchilarning ta'bi, odatlari, turmush tarzi va afzalliklari o'zgarganda iste'molchilarning xulq-atvori modeli yangilanadi (tuzatiladi va takomillashadi).



XULOSA VA TAKLIFLAR

Shunday qilib, marketing strategiyasini shakllantirishda samarali vosita sifatida xizmat qiluvchi iste'molchilarning xulq-atvorini modellashtirish, uning joriy va istiqbolli natijalariga ijobiy ta'sir etishi hamda ichki va tashqi bozorlarda raqobatbardoshlik o'sishiga yordam beradi.

Xulq-atvor marketingining asosiy afzalligi shundaki, u ma'lumotlarga asoslangan. Uning afzalligi shundaki, sotuvchilarning iste'molchi qanday qaror qabul qilishi haqidagi farazlari va taxminlarini haqiqiy raqamlar va faktlar aks ettiriladi. Shunday qilib, biznes uchun quyidagi muhim maqsadlarni erishish uchun maqsadli auditoriyaning yaratish, sotib olish hajmining kengayish darajasini, qiymatini, marjinal daromad oshirish, asosiy marketing strategiyasi iste'molchilarning eng istiqbolli segmentlarini jalb qilishga va ahamiyatsiz narsalardan voz kechishga qaratish, iste'molchilarning reklama kampaniyalariga bo'lgan munosabatini bashorat qilishni yaxshilash imkonini beradi.

Marketing strategiyasini shakllantirish hamda iste'molchilarning xulq-atvorini modellashtirishda iste'molchilar ehtiyojlari, atrof-muhit omillari, sabab va tasniflarini belgilash va bozor segmentlarini shakllantirishda tavsiya etiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Ergashxodjaeva SH.Dj. Strategik marketing. Darslik. – T.: "Sano-standart", 2019. –232 bet. (Ushbu kitob universitet ARMda PDF variantda mavjud).
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "2022–2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida"gi Farmoni, 28.01.2022-yildagi PF-60-son.
3. Kutbitdinova M.I., Berdiyeva J.J. Raqamli iqtisodiyot: milliy iqtisodiyot drayveri. "yashil" iqtisodiyot va taraqqiyot (Ijtimoiy, iqtisodiy, siyosiy, ommabop jo'rnal) 2023-yil 7-soni. –222 bet.
4. Kutbitdinova M.I., Berdiyeva J.J. Axborot-kommunikatsiya texnologiya-larini keng joriy etishning ustuvor yo'nalishlari. Tafakkur manzili. 2023-yil iyul. –59-64 bet.
5. Kutbitdinova M.I., Matrizayeva D.Y. Yangi O'zbekiston: hududlarni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish strategiyasi. Central asian academic journal of scientific research. ISSN: 2181-2489 VOLUME 2 | ISSUE 5 | 2022 506-511 ISSN: 2181-2489 VOLUME 2 | ISSUE 5 | 2022 page.
6. Matrizayeva D.Y., Kutbitdinova M.I. Xorijiy investitsiya: kichik biznesga va tadbirkorlikni rivojlantirish omili. O'zbekiston agrar fani xabarnomasi. –№ 2 (8) 2023 Ilmiy-amaliy jurnal. –164 b.
7. Kutbitdinova M.I., Matrizayeva D.Y. Turizm: ispolzovaniye marketingovoy deyatelnosti v razvitii rinka uslug. GOSPO-DARKA I INNOWACJE. Volume: 35 | 2023 Economy and Innovation ISSN: 2545-0573 For more information contact: editor@gospodarkainnowacje.–pl 485-491 str.
8. Djevons U.S. Teoriya potrebitelskogo povedeniya i sprosa. – SPb.: Ekonomicheskaya shkola, 2012. s. 70-71.
9. Dj. Viner. Konsepsiya poleznosti v teorii sennosti i yeye kritiki. – SPb.: Ekonomicheskaya shkola, 2015. s.78.
10. Samuelson A., Nordhaus V.D. Ekonomika. – M.: Binom, 2017.–s.118.
11. Maslou A.G. Motivatsiya i lichnost. – SPb.: Yevraziya, 1999.–s.77-96.
12. Kotler F. Marketing menedjment /F. Kotler, K.L. Keller. – 12-ye izd. – SPb.: Piter, 2012. – 814 s.
13. Rays E., Trout J. Marketing urushlari / Per. ingliz tilidan. –Spb., 2019.
14. URL: <http://www.vz.ru/news/2008/7/1/182898.html>
15. Jandezon J., Lansestr A. sotish usullari / Per. M., –1993-yil.

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

Yashil

IQTISODIYOT va TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, siyosiy, ilmiy, ommabop jurnal

Ingliz tili muharriri: Feruz Hakimov

Musahhih: Xondamir Ismoilov

Sahifalovchi va dizayner: Iskandar Islomov

2024. № 3

© 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](https://t.me/@iqtisodiyot_77)

Tel.: 93 718 40 07

Jurnalga istalgan payt quyidagi rekvizitlar orqali obuna bo'lishingiz mumkin. Obuna bo'lgach, [@iqtisodiyot_77](https://t.me/@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.



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.