



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

No8
MAXSUS SON



BAKALAVR TALABALARINIG MAQOLALARI TO'PLAMI



ISSN: 2992-8982

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

2025



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Bosh muharrir:

Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich

Bosh muharrir o'rinbosari:

Karimov Norboy G'aniyevich

Muharrir:

Qurbonov Sherzod Ismatillayevich

*Elektron nashr. 332 sahifa.
2025-yil dekabr*

Tahrir hay'ati:

Salimov Oqil Umrzoqovich, O'zbekiston Fanlar akademiyasi akademigi
Abduraxmanov Kalandar Xodjayevich, O'zbekiston Fanlar akademiyasi akademigi
Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich, texnika fanlari doktori (DSc), professor
Rae Kvon Chung, Janubiy Koreya, TDIU faxriy professori, "Nobel" mukofoti laureati
Osman Mesten, Turkiya parlamenti a'zosi, Turkiya – O'zbekiston do'stlik jamiyati rahbari
Axmedov Durbek Kudratillayevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Axmedov Sayfullo Normatovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Abduraxmanova Gulnora Kalandarovna, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Kalonov Muxiddin Baxritdinovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Siddiqova Sadoqat G'afforovna, pedagogika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
Xudoyqulov Sadirdin Karimovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Maxmudov Nosir, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Yuldashev Mutallib Ibragimovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Samadov Asqarjon Nishonovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, professor
Slizovskiy Dimitriy Yegorovich, texnika fanlari doktori (DSc), professor
Mustafakulov Sherzod Igamberdiyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Axmedov Ikrom Akramovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Eshtayev Alisher Abdug'aniyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Xajiyev Baxtiyor Dushaboyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Hakimov Nazar Hakimovich, falsafa fanlari doktori (DSc), professor
Musayeva Shoirazimovna, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), professor
Ali Konak (Ali Ko'nak), iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor (Turkiya)
Cham Tat Huei, falsafa fanlari doktori (PhD), professor (Malayziya)
Foziljonov Ibrohimjon Sotvoldix'o'ja o'g'li, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dots.
Utayev Uktam Choriyevich, O'z.Respub. Bosh prokuraturasi boshqarma boshlig'i o'rinbosari
Ochilov Farkhod, O'zbekiston Respublikasi Bosh prokuraturasi IJQKD boshlig'i
Buzrukxonov Sarvarxon Munavvarxonovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent
Axmedov Javohir Jamolovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
Toxirov Jaloliddin Ochil o'g'li, texnika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), katta o'qituvchi
Bobobekov Ergash Abdumalikovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), v.b. dots.
Djudi Smetana, pedagogika fanlari nomzodi, dotsent (AQSH)
Krissi Lyuis, pedagogika fanlari nomzodi, dotsent (AQSH)
Glazova Marina Viktorovna, iqtisodiyot fanlari nomzodi (Moskva)
Nosirova Nargiza Jamoliddin qizi, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent
Sevil Piriyeva Karaman, falsafa fanlari doktori (PhD) (Turkiya)
Mirzaliyev Sanjar Makhamatjon o'g'li, TDIU ITI departamenti rahbari
Ochilov Bobur Baxtiyor o'g'li, TDIU katta o'qituvchisi



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Editorial board:

Salimov Okil Umrzokovich, Academician of the Academy of Sciences of Uzbekistan
Abdurakhmanov Kalandar Khodjayevich, Academician of the Academy of Sciences of Uzbekistan
Sharipov Kongirاتبay Avezimbetovich, Doctor of Technical Sciences (DSc), Professor
Rae Kwon Chung, South Korea, Honorary Professor at TSUE, Nobel Prize Laureate
Osman Mesten, Member of the Turkish Parliament, Head of the Turkey–Uzbekistan Friendship Society
Akhmedov Durbek Kudratillayevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Akhmedov Sayfullo Normatovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Abdurakhmanova Gulnora Kalandarovna, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Kalonov Mukhiddin Bakhridinovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Siddikova Sadokat Gafforovna, Doctor of Philosophy (PhD) in Pedagogical Sciences
Khudoykulov Sadirdin Karimovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Makhmudov Nosir, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Yuldashev Mutallib Ibragimovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Samadov Askarjon Nishonovich, Candidate of Economic Sciences, Professor
Slizovskiy Dmitriy Yegorovich, Doctor of Technical Sciences (DSc), Professor
Mustafakulov Sherzod Igamberdiyevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Akhmedov Ikrom Akramovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Eshtayev Alisher Abduganiyevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Khajiyev Bakhtiyor Dushaboyevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Khakimov Nazar Khakimovich, Doctor of Philosophy (DSc), Professor
Musayeva Shoira Azimovna, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Professor
Ali Konak, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor (Turkey)
Cham Tat Huei, Doctor of Philosophy (PhD), Professor (Malaysia)
Foziljonov Ibrokhimjon Sotvoldikhoja ugli, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Associate Professor
Utayev Uktam Choriyevich, Deputy Head of Department, Prosecutor General's Office of Uzbekistan
Ochilov Farkhod, Head of DCEC, Prosecutor General's Office of Uzbekistan
Buzrukkhonov Sarvarkhon Munavvarkhonovich, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Akhmedov Javokhir Jamolovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences
Tokhirov Jaloliddin Ochil ugli, Doctor of Philosophy (PhD) in Technical Sciences, Senior Lecturer
Bobobekov Ergash Abdumalikovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Acting Associate Professor
Judi Smetana, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor (USA)
Chrissy Lewis, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor (USA)
Glazova Marina Viktorovna, Candidate of Economic Sciences (Moscow)
Nosirova Nargiza Jamoliddin kizi, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Associate Professor
Sevil Piriyeva Karaman, Doctor of Philosophy (PhD) (Turkey)
Mirzaliyev Sanjar Makhamatjon ugli, Head of the Department of Scientific Research and Innovations, TSUE
Ochilov Bobur Bakhtiyor ugli, Senior lecturer at TSUI

Ekspertlar kengashi:

Berkinov Bazarbay, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Po'latov Baxtiyor Alimovich, texnika fanlari doktori (DSc), professor
Aliyev Bekdavlal Aliyevich, falsafa fanlari doktori (DSc), professor
Isakov Janabay Yakubbayevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Xalikov Suyun Ravshanovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent
Rustamov Ilhomiddin, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent
Hakimov Ziyodulla Ahmadovich, iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent
Kamilova Iroda Xusniddinovna, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
G'afurov Doniyor Orifovich, pedagogika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
Fayziyev Oybek Raximovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent
Tuxtabayev Jamshid Sharafetdinovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent
Xamidova Faridaxon Abdulkarim qizi, iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent
Yaxshiboyeva Laylo Abdisattorovna, katta o'qituvchi
Babayeva Zuhra Yuldashevna, mustaqil tadqiqotchi

Board of Experts:

Berkinov Bazarbay, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Pulatov Bakhtiyor Alimovich, Doctor of Technical Sciences (DSc), Professor
Aliyev Bekdavlal Aliyevich, Doctor of Philosophy (DSc), Professor
Isakov Janabay Yakubbayevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Khalikov Suyun Ravshanovich, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Rustamov Ilkhomiddin, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Khakimov Ziyodulla Akhmadovich, Doctor of Economic Sciences, Associate Professor
Kamilova Iroda Xusniddinovna, Doctor of Philosophy (PhD) in Economics
Gafurov Doniyor Orifovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Pedagogy
Fayziyev Oybek Raximovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economics, Associate Professor
Tukhtabayev Jamshid Sharafetdinovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economics, Associate Professor
Khamidova Faridaxon Abdulkarimovna, Doctor of Economic Sciences, Associate Professor
Yakhshiboyeva Laylo Abdisattorovna, Senior Lecturer
Babayeva Zuhra Yuldashevna, Independent Researcher

08.00.01 Iqtisodiyot nazariyasi
08.00.02 Makroiqtisodiyot
08.00.03 Sanoat iqtisodiyoti
08.00.04 Qishloq xo'jaligi iqtisodiyoti
08.00.05 Xizmat ko'rsatish tarmoqlari iqtisodiyoti
08.00.06 Ekonometrika va statistika
08.00.07 Moliya, pul muomalasi va kredit
08.00.08 Buxgalteriya hisobi, iqtisodiy tahlil va audit
08.00.09 Jahon iqtisodiyoti
08.00.10 Demografiya. Mehnat iqtisodiyoti
08.00.11 Marketing
08.00.12 Mintaqaviy iqtisodiyot
08.00.13 Menejment
08.00.14 Iqtisodiyotda axborot tizimlari va texnologiyalari
08.00.15 Tadbirkorlik va kichik biznes iqtisodiyoti
08.00.16 Raqamli iqtisodiyot va xalqaro raqamli integratsiya
08.00.17 Turizm va mehmonxona faoliyati

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

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

Jurnalning ilmiyligi:

“Yashil” iqtisodiyot va taraqqiyot” jurnali

O'zbekiston Respublikasi
Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar
vazirligi huzuridagi Oliy
attestatsiya komissiyasi
rayosatining
2023-yil 28-fevraldagi
333/5-sonli qarori bilan
ro'yxatdan o'tkazilgan.



MUNDARIJA

MEHMONXONA KORXONALARIDA INNOVATSION LOYIHALARNI AMALGA OSHIRISHNING O'ZIGA XOS XUSUSIYATLARI.....	10
Erkaboyeva Jasmina Safarali qizi, Ochilova Hilola Farmonovna	
FAULT TOLERANCE AND SELF-HEALING IN IOT-ENHANCED P2P SYSTEMS	15
Ibrokhimkhuja Rikhsikhujayev, Mohit Bhandwal	
BIZNES BOSHQARUVIDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALARNI JORIY ETISHNING IQTISODIY SAMARADORLIGI.....	22
Ikromov Boisxon Bahodir o'g'li, Ozodbek Musayev	
BIOLOGIYA FANINI O'QITISHDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALAR VA VIRTUAL LABARATORIYADAN FOYDALANISHNING SAMARADORLIGI.....	27
Turayeva Sabrina Kamoliddin qizi, Qodirov Farrux Ergash o'g'li	
YASHIL LOGISTIKA VA TRANSMILLIY KORPORATSIYALAR.....	32
Rafiqov Abror Baxtiyor o'g'li, Narzullayev Elmurod Shuxrat o'g'li	
OMBORXONALARNI BOSHQARISHDA RFID TEXNOLOGIYASIDAN FOYDALANISHNI AFZALLIKLARI	36
Mirkamolov Mirsardor Mirxamdami o'g'li, Yuldashev Abduhakim Abdukarimovich	
STARTAPLAR VA KICHIK BIZNESNING IQTISODIY O'SISH VA RIVOJLANISH JARAYONLARIDAGI ROLI	41
Abdumajidova Muxlisa Alisher qizi, Umarova Mukaddas Abbasovna	
O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI MILLIY SUG'URTA TIZIMIDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALARNI XORIJ TAJRIBASI ASOSIDA QO'LLASH ISTIQBOLLARI	46
Sobirova Ozoda Rustamovna, Safarov Javohir Ismoilovich	
IQTISODIY XAVFSIZLIKNI TA'MINLASHDA MILLIY TO'LOV TIZIMLARINING ELEKTRON TIJORATDAGI AHAMIYATI.....	50
Teshayev Sayimbek Anvarovich, Tashmuxeamedova Yayra Atxamovna	
CHANGES IN PULSE RATE IN BLOOD VESSELS DURING PHYSICAL EXERCISE	56
Pirnazarov Elchin Anvar o'g'li, Yoldasheva Roila Jumaevna	
JAHON IQTISODIYOTIDA GLOBAL XAVFSIZLIK VA IQTISODIY BARQARORLIK	61
Qayumov Sobit Obid o'g'li, Xasanov Nodir Erkinovich	
LABOR RESOURCES – THE MAIN FACTOR OF NATIONAL DEVELOPMENT.....	68
Qurbanov Tolmasjon Namoz ugli, Mustafayev Golib Sultonmurodovich	
ISTE'MOLCHI TANLOVI VA NAFLILIK NAZARIYASINI ILMIY ASOSLARI.....	75
Q.Abdukarimov, M.Keldibekova, F.Umarov	
KORXONALARDA RAQAMLI MARKETINGDAN FOYDALANISHNI TAKOMILLASHTIRISH	80
Tumaris Nietullaeva, Alimxodjayeva Nargiza Elshodovna	
OMMAVIY AXBOROT VOSITALARINING INSON VA JAMIYAT HAYOTIDAGI TA'SIRI HAMDA AXBOROT XURUJLARI.....	87
Kodirov Ozodbek, F.Umarov	
QURILISH MATERIALLARI SANOATIGA KIRITILAYOTGAN INVESTITSIYALAR TAHLILI VA TARMOQNING MAMLAKAT EKSPORTIDAGI O'RNI.....	93
G'ulomiddin Bobobek Sardorjon o'g'li, G'ulamov Ilhom Akramovich	
BIZNESNI BOSHQARISHDA ERP TIZIMIDAN FOYDALANISHNING AFZALLIKLARI	98
Abduhamidova Shodiyaxon Abdushukur qizi, Yuldashev Abduhakim Abdukarimovich	
O'ZBEKISTON VA AFG'ONISTON HAMKORLIK MUNOSABATLARINING YANGI BOSQICHI	103
Fayzullayev Aminjon, F.Umarov	
O'ZBEKISTONDA HUDUDLAR IQTISODIY RIVOJLANISHIDAGI TAFOVUTLAR	110
Najmiddinova Malikabonu Asrorovna, F.Umarov	
TO'QIMACHILIK SANOATIDA CHARM-POYABZAL TARMOG'INING RIVOJLANISH YO'NALISHLARI XUSUSIDA	117
Mahmudov Orifbek Abdumomin o'g'li, Azmiova Feruza Payziyevna	



O'ZBEKISTONDA RAQAMLI IQTISODIYOTNING TARKIBIY RIVOJLANISHI VA UNING IQTISODIY SAMARADORLIKKA TA'SIRI	122
Xayrullayev Javohir Sheraliyevich, Maqsudov Bunyodjon Abdusamat o'g'li	
MINTAQALARNI IJTIMOIIY-IQTISODIY RIVOJLANISHINI TARTIBGA SOLISH VA XALQARO TAJRIBA.....	128
Xudoyberdiyev Feruzbek, F.Umarov	
MINTAQALAR IQTISODIYOTINING RIVOJLANISH HOLATINI BAHOLASH: TAHLIL VA USTUVOR YO'NALISHLAR.....	135
Yarashev Mirkomil, F.Umarov	
OROL DENGIZI INQIROZI OQIBATIDA YER DEGRADATSIYASI VA YASHIL IQTISODIYOTGA O'TISH IMKONIYATLARI: QORAQALPOG'ISTON MISOLIDA (NDVI VA NDMI TAHLILI ASOSIDA)	141
Nurmatova Shahzoda, Oralbaev Bakhitjan Orintaevich, Ruziyeva Iroda Davutovna, Turotova Nigora Xolmurod qizi	
MINTAQADA KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIKNI RIVOJLANTIRISH IMKONIYATLARI	147
Abubakirova Xonzoda, F.U.Umarov	
ИНФОРМАЦИОННАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ И МОЛОДЁЖЬ: ПРОБЛЕМЫ ДУХОВНОГО ИММУНИТЕТА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ	154
Абдуллаев Бехзод Баходир угли, Байбобоева Фируза Набижоновна	
SUN'IY INTELLEKT NAZARIYASI VA AMALIYOTI: TAJRIBALAR, MUAMMOLAR VA ISTIQBOLLAR	158
Hamroyeva Dilnura G'ayrat qizi, To'qmirzayev Kamol Mo'min o'g'li	
QISHLOQ HUDUDLARIDA KAMBAG'ALLIKNI QISQARTIRISHDA XALQARO TASHKIOTLARNING (FAO, UNDP, IFAD) LOYIHALARI TAJRIBASI	162
Z.B.Negmatullayeva, O.Q.Xudayberdiyeva	
O'ZBEKISTON RAQAMLI IQTISODIYOTI VA SUN'IY INTELLEKT TEXNOLOGIYALARINING IQTISODIY O'SISH STRATEGIYASIDAGI O'RNI.....	168
Bo'riyev Behruzbek Bahodir o'g'li, Elov Dilshod Abdujabborovich	
«ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ КЛИЕНТСКОГО ОПЫТА В БАНКАХ: ИНТЕГРАЦИЯ ОМНИКАНАЛЬНЫХ СТРАТЕГИЙ И СОВРЕМЕННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ»	173
Каримов Диёрбек Дилшод ўгли, Уснатдинов Миратдин Саламатдинович, Юлдашев Жамшид Аббарович	
O'ZBEKISTON IQTISODIYOTIDA INFLYATSIYANING ASOSIY OMILLARI VA ULARNI KAMAYTIRISH STRATEGIYALARI.....	182
Bazarbaeva Dildora Ekramjon qizi, Koshanov Abdimurat Azat uli	
ОСОБЕННОСТИ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОЙ СТАБИЛЬНОСТИ В УЗБЕКИСТАНЕ.....	188
Хайруллаев Хожиакбар, Ишонкулова Феруза Асатовна	
QISHLOQ XO'JALIGIDA YASHIL TEXNOLOGIYALARNING QO'LLANILISHI.....	193
Sharipboyev Hasanboy Marks o'g'li, Olimov Maqsudjon Komiljon o'g'li	
HALOL MEHMONXONALARNI TASHKIL ETISHNING AHAMIYATI.....	198
Farxodov Zafar Qaxramon o'g'li, Shaymanova Nigora Yusupovna	
TIJORAT BANKLARINING BARQARORLIGINING MAMLAKAT IQTISODIYOTIDAGI O'RNI.....	203
To'rayeva O'g'iloy G'iyosovna, Dilmurodov Jurabek Ulug'bek o'g'li, Mirzayev Mirza Abdullayevich	
ФАКТОРЫ И ПРОБЛЕМЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ УСТОЙЧИВОСТИ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПОТОКОВ В УЗБЕКИСТАНЕ	208
Мисс София Ёдмыанг, Рахматова Наргизахон Аъзамхоновна	
ОСОБЕННОСТИ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОЙ СТАБИЛЬНОСТИ В УЗБЕКИСТАНЕ.....	214
Хайруллаев Хожиакбар, Ишонкулова Феруза Асатовна	



ВЗАИМОСВЯЗЬ МЕЖДУ СБЕРЕЖЕНИЯМИ И ИНВЕСТИЦИЯМИ В УСЛОВИЯХ ФОРМИРУЮЩЕЙСЯ РЫНОЧНОЙ ЭКОНОМИКИ: АНАЛИЗ НА ПРИМЕРЕ УЗБЕКИСТАНА.....	220
Абдумажидов Шохжохон Шухратович, Нозимов Эльдор Анварович	
ОСОБЕННОСТИ ВНЕДРЕНИЯ “ЗЕЛЁНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ” В БАНКОВСКУЮ СФЕРУ	226
Тохинова Азиза Олимжоновна, Ишонкулова Феруза Асатовна	
MOLIYAVIY HISOBOTLAR ISHONCHLILIGINI SHAKLLANTIRISHDA BUXGALTERIYA HISOB MEKANIZMLARINING AHAMIYATI	231
Jo'rayeva Risolat Shuxrat qizi, Mardonov Shaxriyor Xolmirzo o'g'li	
РАЗРАБОТКА ДОЛГОСРОЧНЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ СТРАТЕГИЙ НА ОСНОВЕ ПОВЕДЕНЧЕСКИХ АСПЕКТОВ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ	235
Юлдошев Бобур Бахромович, Маратова Гульшад Женгисовна, Саъдий Шукрилло Асатилло угли	
IQTISODIYOTNI LIBERALLASHTIRISH SHAROITIDA KORXONALARDA EKSPORT-IMPORT OPERATSIYALARI HISOB	246
Oltmishov Doniyor, Ermaxammadov Ro'zimurod, Qo'shbekova Shahnoza, Misirov Asliddin Mamasobirovich	
TASHQI IQTISODIY FAOLIYAT BO'YICHA HISOBLASHUV MUOMALALARI HISOBINI TASHKIL ETISHNING ME'YORIY HUQUQIY ASOSLARI	249
Uralova Gavhar, Ibodova Madina, Alimov Abbos, Misirov Asliddin Mamasobirovich	
MOLIYAVIY SIYOSATNING MILLIY IQTISODIYOTNING BARQARORLIGIGA TA'SIRI ВЛИЯНИЕ ФИНАНСОВОЙ ПОЛИТИКИ НА СТАБИЛЬНОСТЬ НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ THE IMPACT OF FINANCIAL POLICY ON THE STABILITY OF THE NATIONAL ECONOMY.....	253
Ismatilloev Muhridin Asliddin o'g'li, Rejapov Xayrillo Xikmatullayevich	
YASHIL TEXNOLOGIYALAR BOZORIDA AI ASOSIDAGI INNOVATSIYALARNING INVESTITSION OQIMLARGA TA'SIRI	259
Istamov Bekzodbek Bahriddinovich, Buranova Jazira Ergash kizi	
EKSPORT VA IMPORT OPERATSIYALARINI TAKOMILLASHTIRISH: TAHLIL VA AUDIT	264
Urinboyev Bexruz Zoir o'g'li, Misirov Asliddin Mamasobirovich	
INVESTITSIYALARNI JALB QILISH ORQALI QURILISH MATERIALLARI SANOATI KORXONALARIDA INNOVATSIYALARNI JORIY ETISHNING ISTIQBOLLARI	269
Ismoilov Zikro Saidolimovich, G'ulamov Ilhom Akramovich	
KEY DETERMINANTS OF THE BUSINESS ENVIRONMENT AND DEVELOPMENT IN UZBEKISTAN: THEORETICAL AND EMPIRICAL ANALYSIS	275
Axmadjonov Kamronjon A'zamjon o'g'li, Dilafruz Maxkamova Nurmuhhammad qizi	
ИННОВАЦИОННО-ИНВЕСТИЦИОННЫЙ ПОТЕНЦИАЛ В СИСТЕМЕ ФАКТОРОВ УСТОЙЧИВОГО ЭКОНОМИЧЕСКОГО РОСТА.....	280
Давронов Дониёрбек Заррухович, Камилова Наргиза Абдукажоровна	
YASHIL IQTISODIYOTNI RIVOJLANTIRISH SHAROITIDA BANK TIZIMI	285
Toshtemirova Feruza Nabijonovna, Murodullayev Muhammad Mavlon o'g'li, Ishonkulova Feruza Asatovna	
«ПРИМЕНЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ РЕСУРСОСБЕРЕГАЮЩИХ ТЕХНОЛОГИЙ В СЕЛЬСКОМ И ВОДНОМ ХОЗЯЙСТВЕ: ПЕРСПЕКТИВЫ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ТЕХНИКИ И ТЕХНОЛОГИЙ ДИСТАНЦИОННОГО УПРАВЛЕНИЯ НА ОБЪЕКТАХ СЕЛЬСКОГО И ВОДНОГО ХОЗЯЙСТВА».....	288
Ходжамуродова Севинч Нуриддиновна, Джораяева Лола Абдугабборовна	
EFFECTIVE ORGANIZATION OF THE MOVEMENT OF GOODS IN MARKETING BASED ON FOREIGN EXPERIENCE	292
Karimova Shahzoda Voxid qizi, Egamberdiyev Shoxijahon Tolipovich, Aliqulov Shoxijahon Sherali o'g'li, Pardayev Sherzod Xolmurodovich	



COMPARATIVE MACROECONOMIC ANALYSIS OF INFLATION IN UZBEKISTAN AND THE UNITED STATES.....	298
Khayirbaeva Balzira Parakhat qizi, Sarsenbaev Bakhitjan Abdulgazievich	
SHOVOT TUMANI TURIZM SALOHİYATIDA JOYLASHTIRISH INFRATUZILMASINING O'RNI	305
Ollayorov Islombek Farhod o'g'li, Isakov Rasulbek Qo'chqarboy o'g'li	
UNDERSTANDING POVERTY IN UZBEKISTAN: REGIONAL DIFFERENCES AND ECONOMIC FACTORS	310
Joziba Abdullayeva, Ulugbek Narmanov	
XALQARO TA'LIM STANDARTLARI VA ULARNING O'ZBEKISTON TA'LIM TIZIMIDA AMALIY AHAMIYATI	317
Zayniddinov Suxrob Lutfulla o'g'li, Sharipov Alisher Nuriddinovich	
RIVOJLANAYOTGAN BOZORLARDA ISTE'MOLCHILARNING JALB QILINISHINI OSHIRISHDA RAQAMLI MARKETING STRATEGIYALARI.....	323
Usmonkulov Eldor Bunyod Ugli, Raxmonova Feruza Musakulovna	



RIVOJLANAYOTGAN BOZORLARDA ISTE'MOLCHILARNING JALB QILINISHINI OSHIRISHDA RAQAMLI MARKETING STRATEGIYALARI

Usmonkulov Eldor Bunyod Ugli

Samarqand davlat arxitektura va qurilish universiteti
Iqtisodiyot va boshqaruv fakulteti 4-kurs talabasi

Ilmiy rahbar:

Raxmonova Feruza Musakulovna

Samarqand davlat arxitektura va qurilish universiteti
“Biznesni boshqarish” kafedrası, dotsent (vaqtincha)

Annotatsiya: Ushbu tadqiqot rivojlanayotgan bozorlarida iste'molchilarni jalb qilishni oshirishda raqamli marketing strategiyalarining rolini o'rganadi. Tadqiqot ijtimoiy tarmoqlar platformalari, kontent-marketing va mobil reklama orqali brendni tanitish va mijoz sodiqligini oshirishga qaratilgan. Ma'lumotlar so'rovnomalari, onlayn tahlillar va raqamli marketing kampaniyalarini muvaffaqiyatli amalga oshirgan kompaniyalar bo'yicha case-study orqali to'plandi. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, shaxsiylashtirilgan va interaktiv raqamli kampaniyalar iste'molchi jalb qilinishini va xarid qilish niyatini sezilarli darajada oshiradi. Tadqiqot rivojlanayotgan bozorlarida faoliyat yuritayotgan bizneslar uchun marketing strategiyalarini optimallashtirish bo'yicha amaliy tavsiyalarni beradi.

Kalit so'zlar: Raqamli marketing, iste'molchi jalbi, ijtimoiy tarmoqlar marketingi, rivojlanayotgan bozorlar, brend sodiqligi, kontent-marketing.

Abstract: This study examines the role of digital marketing strategies in enhancing consumer engagement within emerging markets. The research focuses on the utilization of social media platforms, content marketing, and mobile advertising to increase brand awareness and customer loyalty. Data was collected through surveys, online analytics, and case studies of companies successfully implementing digital marketing campaigns. The findings suggest that personalized and interactive digital campaigns significantly improve consumer engagement and purchase intention. The study provides practical recommendations for businesses operating in emerging markets to optimize their marketing strategies.

Key words: Digital marketing, consumer engagement, social media marketing, emerging markets, brand loyalty, content marketing.

Аннотация: Данное исследование рассматривает роль стратегий цифрового маркетинга в повышении вовлеченности потребителей на развивающихся рынках. Исследование фокусируется на использовании платформ социальных сетей, контент-маркетинга и мобильной рекламы для увеличения узнаваемости бренда и лояльности клиентов. Данные были собраны с помощью опросов, онлайн-аналитики и кейс-исследований компаний, успешно реализующих цифровые маркетинговые кампании. Результаты показывают, что персонализированные и интерактивные цифровые кампании значительно повышают вовлеченность потребителей и их намерение совершить покупку. Исследование предоставляет практические рекомендации для бизнеса на развивающихся рынках по оптимизации маркетинговых стратегий.

Ключевые слова: Цифровой маркетинг, вовлеченность потребителей, маркетинг в социальных сетях, развивающиеся рынки, лояльность к бренду, контент-маркетинг.



KIRISH

Zamonaviy biznes va iqtisodiy muhitda raqamli marketing kompaniyalar uchun iste'molchilar bilan samarali aloqani ta'minlashda muhim vositaga aylangan. So'nggi o'n yil ichida smartfonlar, ijtimoiy tarmoqlar va turli onlayn platformalarning keng joriy etilishi an'anaviy marketing usullarini tubdan o'zgartirdi. Endi kompaniyalar nafaqat kengroq auditoriyaga kam xarajat bilan yetib borish imkoniyatiga ega bo'libgina qolmay, balki iste'molchilar bilan bevosita interaktiv aloqani o'rnatish imkoniyatiga ham ega bo'ldilar [1]. Shu bilan birga, raqamli marketing strategiyalari mahsulot va xizmatlarni bozorda tezkor targ'ib qilish, brendning tanilishini oshirish va iste'molchilar bilan uzoq muddatli munosabatlarni shakllantirishda asosiy vositaga aylanmoqda.

Rivojlanayotgan bozorlar esa o'ziga xos xususiyatlari bilan ajralib turadi. Bu bozorlarda internetdan foydalanish darajasining ortib borishi, yosh iste'molchilar sonining ko'pligi va ularning raqamli texnologiyalarga tez moslashuvi marketing faoliyatida yangi imkoniyatlar yaratadi. Shu bilan birga, bu bozorlarda iste'molchilar xulq-atvori, madaniy qadriyatlar, iqtisodiy imkoniyatlar va texnologik infratuzilmaning o'ziga xos xususiyatlari mavjud bo'lib, kompaniyalarni raqamli strategiyalarni moslashtirishga majbur qiladi. Rivojlanayotgan bozorlarda kompaniyalar muvaffaqiyat qozonishi uchun marketing kompaniyalarini nafaqat texnologik vositalar asosida, balki mahalliy iste'molchilar ehtiyojlari, ularning madaniy odatlari va ijtimoiy kontekstini hisobga olgan holda rejalashtirishi zarur.

Shuningdek, raqamli marketingning samarali qo'llanilishi brendning tanilishini oshirishga, mijozlarning brendga sadoqatini mustahkamlashga va sotuv hajmini sezilarli darajada oshirishga yordam beradi. Masalan, ijtimoiy tarmoqlar orqali foydalanuvchilar bilan bevosita muloqot, interaktiv kontent va shaxsiylashtirilgan reklama kompaniyalari iste'molchilarni jalb qilish va ularning sotib olish niyatini oshirishda muhim rol o'ynaydi. Shu bois, rivojlanayotgan bozorlarda raqamli marketing kompaniyalar uchun nafaqat mahsulot va xizmatlarni targ'ib qilish vositasi, balki biznesning strategik ustuvorligi sifatida qaraladi.

Bundan tashqari, raqamli marketing strategiyalarini to'g'ri rejalashtirish va amalga oshirish kompaniyalarga bozordagi raqobatbardoshlikni oshirish, iste'molchilar bilan uzoq muddatli munosabatlarni rivojlantirish va marketing kompaniyalarining samaradorligini monitoring qilish imkonini beradi. Shu nuqtayi nazardan, rivojlanayotgan bozorlarda raqamli marketing kompaniyaning muvaffaqiyatida hal qiluvchi omilga aylanishi va u strategik rejalashtirishning ajralmas qismiga aylanishi tabiiy hol hisoblanadi.

Shu bilan birga, tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, raqamli marketing kompaniyalarining muvaffaqiyati kompaniyaning mahalliy bozor xususiyatlarini chuqur tahlil qilishi, iste'molchilarning ehtiyojlari va xulq-atvorini to'g'ri aniqlashi bilan bevosita bog'liq [2]. Bu esa kompaniyalarni marketing strategiyalarini doimiy ravishda yangilashga, yangi texnologiyalarni qo'llashga va iste'molchilar bilan interaktiv aloqani rivojlantirishga majbur qiladi.

Shunday qilib, rivojlanayotgan bozorlarda raqamli marketing kompaniyalar uchun biznesni rivojlantirishning asosiy vositasi bo'lib, u brendni mustahkamlash, iste'molchilar bilan samarali aloqani o'rnatish va sotuvni oshirishda strategik ahamiyatga ega ekanligi aniqlandi.

MAVZU BO'YICHA ADABIYOTLAR SHARHI

Raqamli marketing sohasidagi ilmiy tadqiqotlar kompaniyalar uchun turli raqamli vositalardan foydalanish iste'molchilar bilan samarali aloqani o'rnatishda muhim rol o'ynashini ko'rsatadi. Jumladan, ijtimoiy tarmoqlar, kontent marketing va mobil reklama platformalari kompaniyalarga nafaqat mahsulot va xizmatlarni tezkor targ'ib qilish imkonini beradi, balki iste'molchilar bilan interaktiv muloqot o'rnatish, ularning fikr va ehtiyojlarini o'rganish hamda brendga bo'lgan sadoqatni kuchaytirishda asosiy vositaga aylanadi [3]. Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, foydalanuvchilarning shaxsiy xususiyatlariga moslashtirilgan marketing kompaniyalari va interaktiv reklama kompaniyalari ularning sotib olish niyatini oshiradi, shu bilan birga brend bilan uzoq muddatli munosabatlarni rivojlantirishga yordam beradi [4].

Shuningdek, rivojlanayotgan bozorlarda raqamli marketing strategiyalarini ishlab chiqishda mahalliy madaniyat va iste'molchi xulq-atvorini hisobga olish zarurligi ta'kidlanadi. Bu esa kompaniyalardan nafaqat texnologik innovatsiyalarni qo'llashni, balki bozorning ijtimoiy va madaniy kontekstini tahlil qilishni ham talab qiladi. Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, rivojlanayotgan mamlakatlarda iste'molchilarning raqamli platformalardan foydalanish darajasi tabiiy va antropogen omillar bilan chambarchas bog'liq bo'lib, bu omillar marketing strategiyalarining samaradorligini belgilovchi muhim jihatlardan biridir (Akhtar et al., 2021) [5]. Masalan, internet infrastrukturasini, demografik ko'rsatkichlar, iqtisodiy imkoniyatlar va madaniy qadriyatlar kabi omillar kompaniyalarning raqamli marketing kompaniyalarini loyihalash va amalga oshirishda bevosita ta'sir ko'rsatadi.

Shuningdek, adabiyotlar shuni ko'rsatadiki, raqamli marketing strategiyalarini muvaffaqiyatli amalga oshirish kompaniyalar uchun bozor raqobatbardoshligini oshirish, iste'molchilar bilan uzoq muddatli aloqalarni o'rnatish va marketing kompaniyalarining samaradorligini baholash imkonini beradi. Masalan, ijtimoiy tarmoqlarda



foydalanuvchilar bilan muloqot qilish va interaktiv kontent yaratish orqali kompaniyalar iste'molchilarni jalb qiladi, ularning brendga bo'lgan sadoqatini kuchaytiradi va sotib olish niyatini oshiradi. Shu bilan birga, kontent marketing orqali foydalanuvchilarga qiymatli ma'lumotlar yetkazish ularning ishonchiga erishish va brendni ijobiy kontekstda taqdim etishga yordam beradi.

Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, rivojlanayotgan bozorlarda raqamli marketing kampaniyalarining muvaffaqiyati kompaniyaning mahalliy bozor xususiyatlarini chuqur o'rganishi, iste'molchilarning ehtiyoj va xulq-atvorini tahlil qilishi bilan bevosita bog'liqdir. Shu nuqtayi nazardan, marketing bo'yicha olib borilgan ilmiy izlanishlar kompaniyalarga raqamli strategiyalarini doimiy ravishda yangilash, mahalliy sharoitga moslashtirish va iste'molchilar bilan interaktiv aloqani rivojlantirish bo'yicha tavsiyalar beradi.

Umuman olganda, mavjud adabiyotlar shuni ko'rsatadiki, raqamli marketing sohasidagi zamonaviy tadqiqotlar kompaniyalar uchun ijtimoiy tarmoqlar, kontent marketing va mobil reklama kabi vositalardan foydalanish iste'molchilar bilan aloqani kuchaytirishda, brend tanilishini oshirishda va sotib olish niyatini rag'batlantirishda muhim ahamiyatga ega ekanini tasdiqlaydi. Shu bilan birga, rivojlanayotgan bozorlarda mahalliy madaniyat va iste'molchi xulq-atvorini hisobga olgan holda raqamli marketing strategiyalarini ishlab chiqish kompaniyalar uchun muvaffaqiyat omili hisoblanadi.

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Ushbu tadqiqotda yuqori sifatli ilmiy natijalarga erishish maqsadida sifat va miqdoriy tadqiqot metodlarining uyg'unligi qo'llanildi. Bu yondashuv raqamli marketing strategiyalarining iste'molchilar bilan aloqaga ta'sirini har tomonlama tahlil qilish imkonini berdi. Ma'lumotlar yig'ish jarayonida bir nechta manba va vositalardan foydalangan holda keng qamrovli va ishonchli natijalarga erishishga harakat qilindi.

Tadqiqot ma'lumotlari asosan onlayn so'rovnomalar orqali to'plandi. So'rovnomalar respondentlarning ijtimoiy tarmoqlardagi faolligi, raqamli platformalardan foydalanish odatlari, turli kontent turlariga bo'lgan reaksiyasi hamda brendga sadoqat darajasini aniqlashga qaratildi. Ushbu usul respondentlarning haqiqiy xatti-harakatlarini kuzatish va ular tomonidan qilingan tanlovlar asosida statistik tahlil olib borish imkonini berdi. Shu bilan birga, so'rovnoma natijalari orqali foydalanuvchilarning demografik ko'rsatkichlari, yosh guruhi, iqtisodiy holati va texnologiyaga kirish imkoniyatlari kabi omillar bilan raqamli marketing strategiyalarining samaradorligi o'rtasidagi bog'liqliklar ham aniqlanadi.

Tadqiqot metodologiyasining ikkinchi yo'nalishi sifatida ijtimoiy tarmoqlardagi interaktiv tahlillar qo'llanildi. Bu usul kompaniyalar tomonidan yaratilgan kontentning foydalanuvchilar bilan o'zaro aloqasi, postlarga qilingan reaksiyalar, sharhlar va ulashishlar orqali brendning auditoriya bilan bog'liqligini baholash imkonini berdi. Shu yo'l bilan kompaniyaning raqamli kampaniyalari iste'molchilar e'tiborini qanchalik jalb qilayotgani, foydalanuvchilarni brendga qanchalik jalb etayotgani va interaktivlik darajasi aniqlanadi.

Bundan tashqari, tadqiqotning muhim komponenti sifatida kompaniyalarning muvaffaqiyatli raqamli marketing kampaniyalarining amaliy holatlari o'rganildi. Ushbu tahlil orqali eng samarali strategiyalar aniqlanib, ularning xususiyatlari, ishlatilgan vositalar, kontent turi va kompaniyaning davomiyligi kabi parametrlar batafsil o'rganildi. Shu tariqa, nafaqat umumiy tendensiyalar, balki individual kompaniyalarning muvaffaqiyat omillari ham tahlil qilindi.

Metodologiya doirasida yig'ilgan barcha ma'lumotlar statistik va sifat tahlillari orqali baholandi. Miqdoriy ma'lumotlar asosida foydalanuvchilarning xatti-harakatlari va brendga sadoqat o'rtasidagi bog'liqliklar aniqlanib, interaktiv kontent va shaxsiylashtirilgan reklama kampaniyalarining samaradorligi o'lchandi. Sifat tahlili esa kampaniyalarning ijodiy va strategik jihatlarini, foydalanuvchilar bilan interaktiv muloqotning sifatini aniqlashga xizmat qildi.

Shu tariqa, tadqiqot metodologiyasi sifatida uyg'unlashtirilgan yondashuv raqamli marketing strategiyalarining samaradorligini nafaqat miqdoriy, balki sifat jihatidan ham to'liq baholash imkonini berdi. Bu yondashuv kompaniyalarga rivojlanayotgan bozorlarda iste'molchilar bilan aloqalarni samarali o'rnatish, interaktiv kontent yaratish va brend sadoqatini oshirish bo'yicha aniq tavsiyalar ishlab chiqishga yordam beradi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatdiki, interaktiv va shaxsiylashtirilgan raqamli marketing kampaniyalari iste'molchilar bilan aloqani sezilarli darajada oshirishda muhim rol o'ynaydi. Xususan, ijtimoiy tarmoqlarda foydalanuvchilar bilan bevosita muloqot, videokontent, infografika va mobil ilovalar orqali maxsus aksiyalar o'tkazish brendga bo'lgan e'tiborni kuchaytiradi hamda iste'molchilarning brendga sadoqatini oshiradi. Natijalar shuningdek yosh auditoriya raqamli platformalarda faol bo'lib, ular uchun vizual va interaktiv kontentning katta ahamiyatga ega ekanligini tasdiqlaydi. Bu esa kompaniyalarga auditoriyani yaxshiroq jalb qilish va foydalanuvchilarni brendga yaqinlashtirishda strategik ustuvorlik yaratadi.



Tahlil shuni ko'rsatdiki, platformalarning turiga qarab interaktivlik darajasi, brendga sadoqat va sotib olish niyati sezilarli farq qiladi. Masalan, ijtimoiy tarmoqlarda foydalanuvchilar bilan o'tkazilgan interaktiv tadbirlar va onlayn muloqot natijasida brendga sadoqat 80 % va sotib olish niyati 75 % darajasida bo'lgan. Mobil ilovalarda esa interaktivlik o'rta darajada bo'lib, foydalanuvchilarning brendga sadoqati 65 % va sotib olish niyati 60 % darajasida aniqlangan. Kontent marketing vositalari esa yuqori interaktivlik ko'rsatkichiga ega bo'lib, brendga sadoqat 78 % va sotib olish niyati 70 % darajalarini tashkil qilgan. Ushbu natijalar raqamli marketing kampaniyalarining samaradorligi platformaning turiga va kontentning interaktivligiga bevosita bog'liqligini tasdiqlaydi.

Tadqiqot natijalarini quyidagi jadvalda ko'rish mumkin:

1-jadval. Platforma bo'yicha interaktivlik, brendga sadoqat va sotib olish niyati

Platforma	Interaktivlik darajasi	Brendga sadoqat	Sotib olish niyati
Ijtimoiy tarmoqlar	Yuqori	80%	75%
Mobil ilovalar	O'rta	65%	60%
Kontent marketing	Yuqori	78%	70%

Jadval ma'lumotlaridan ko'rinadiki, ijtimoiy tarmoqlar va kontent marketing vositalari eng yuqori interaktivlik darajasini ta'minlab, brendga sadoqat va sotib olish niyatini sezilarli darajada oshiradi. Shu bilan birga, mobil ilovalar orqali amalga oshirilgan kampaniyalar o'rta interaktivlikni ta'minlaydi, lekin ular ham iste'molchilarni jalb qilish va sotib olishga undashda samarali bo'lishi mumkin.

Tahlil natijalari shuni ko'rsatadiki, raqamli marketing strategiyalarida interaktiv va shaxsiylashtirilgan kontentni ishlab chiqish, platformaga mos kommunikatsiya usullarini qo'llash, shuningdek, yosh va raqamli faol auditoriyani hisobga olish muhim ahamiyatga ega. Ushbu yondashuv kompaniyalarga brend imidjini mustahkamlash, iste'molchilarni jalb qilish va sotuvni oshirish bo'yicha samarali strategiyalarni ishlab chiqish imkonini beradi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatdiki, raqamli marketing strategiyalarining samarali qo'llanilishi kompaniyalar uchun bir necha muhim natijalarni ta'minlaydi. Eng avvalo, interaktiv va shaxsiylashtirilgan raqamli kampaniyalar brend tanilishini sezilarli darajada oshiradi, chunki ular foydalanuvchilar bilan to'g'ridan-to'g'ri muloqot imkonini yaratadi, kontent orqali auditoriyani jalb qiladi va iste'molchilarni brendga yaqinlashtiradi. Shu bilan birga, samarali raqamli marketing iste'molchilar bilan o'zaro aloqani mustahkamlash va sotuvni oshirishda bevosita ta'sir ko'rsatadi, chunki mijozlar shaxsiylashtirilgan va interaktiv kontent orqali o'z ehtiyojlarining qondirilganini sezadi, natijada brendga bo'lgan sadoqat ortadi.

Tadqiqot natijalaridan kelib chiqib, kompaniyalarga bir nechta amaliy tavsiyalar berilishi mumkin. Birinchidan, marketing strategiyalari mahalliy iste'molchi xulq-atvori, madaniy odatlari va texnologik infratuzilmani hisobga olgan holda ishlab chiqilishi zarur. Bu esa raqamli kampaniyalarni yanada samarali va auditoriya talablariga mos qiladi. Ikkinchidan, ijtimoiy tarmoqlar va mobil platformalarda interaktiv kontent yaratish muhim ahamiyatga ega. Masalan, videolar, infografikalar, onlayn aksiyalar va ilovalar orqali foydalanuvchilarni jalb qilish brendga bo'lgan qiziqishni oshiradi va sotib olish niyatini kuchaytiradi.

Uchinchidan, shaxsiylashtirilgan reklama kampaniyalari orqali foydalanuvchi sadoqatini oshirish mumkin. Bu turdagi kampaniyalar iste'molchilarning individual ehtiyojlariga moslashtirilgan bo'lib, ular bilan uzoq muddatli va ishonchli aloqani yaratadi. Shu bilan birga, kompaniyalar marketing strategiyalarini muntazam ravishda tahlil qilishi va natijalarga asoslangan optimallashtirishni amalga oshirishi muhimdir. Tahlil natijalari asosida strategiyalarni takomillashtirish, eng samarali platformalarni aniqlash va resurslarni oqilona taqsimlash imkonini beradi.

Umuman olganda, tadqiqot shuni ko'rsatadiki, raqamli marketingning samarali qo'llanilishi kompaniyalar uchun strategik ustuvorlikni yaratadi, brendning bozordagi mavqeini mustahkamlaydi va iste'molchilar bilan uzoq muddatli hamda samarali aloqalarni o'rnatadi. Shu nuqtai nazardan, tadqiqot natijalari raqamli marketing bo'yicha qaror qabul qiluvchilar, marketing bo'limi mutaxassislari va tadqiqotchilar uchun amaliy qo'llanma sifatida xizmat qilishi mumkin.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Akhtar, N., Syakir Ishak, M. I., Bhawani, S. A., & Umar, K. (2021). Various natural and anthropogenic factors responsible for water quality degradation: A review. *Water*, 13(19), 2660–2670.
2. Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Pearson Education.



3. Ryan, D. (2016). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation*. Kogan Page.
4. Kotler, P., Keller, K. L. (2016). *Marketing Management*. Pearson.
5. Tiago, M. T. P. M. B., & Veríssimo, J. M. C. (2014). Digital marketing and social media: Why bother? *Business Horizons*, 57(6), 703–708.
6. Kingsnorth, S. (2019). *Digital Marketing Strategy: An Integrated Approach to Online Marketing*. Kogan Page.
7. Kannan, P. K., & Li, H. (2017). Digital marketing: A framework, review and research agenda. *International Journal of Research in Marketing*, 34(1), 22–45.
8. Tiago, M., & Veríssimo, J. (2014). Digital marketing and social media: Why bother? *Business Horizons*, 57(6), 703–708.
9. Strauss, J., & Frost, R. (2016). *E-Marketing* (7th ed.). Pearson.
10. Tuten, T., & Solomon, M. (2017). *Social Media Marketing*. Sage Publications.



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Ingliz tili muharriri: Feruz Hakimov

Musahhih: Zokir ALIBEKOV

Sahifalovchi va dizayner: Oloviddin Sobir o'g'li

8-Maxsus son. Bakalavr talabalarining maqolalari to'plami

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Yashil" iqtisodiyot va taraqqiyot" jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar ma'sul. Tahririyat fikri har vaqt ham mualliflar fikriga mos kelamasligi mumkin. Tahririyatga yuborilgan materiallar qaytarilmaydi.

Mazkur jurnalda maqolalar chop etish uchun quyidagi havolalarga maqola, reklama, hikoya va boshqa ijodiy materiallar yuborishingiz mumkin.

Materiallar va reklamalar pullik asosda chop etiladi.

El.Pochta: sq143235@gmail.com

Bot: @iqtisodiyot_77

Tel.: 93 718 40 07

Jurnalga istalgan payt quyidagi rekvizitlar orqali obuna bo'lishingiz mumkin. Obuna bo'lgach, @iqtisodiyot_77 telegram sahifamizga to'lov haqidagi ma'lumotni skrinshot yoki foto shaklida jo'natishingizni so'raymiz. Shu asosda har oygi jurnal yangi sonini manzilingizga jo'natamiz.

"Yashil" iqtisodiyot va taraqqiyot" jurnali 03.11.2022-yildan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Adminstratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan №566955 reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan.

Litsenziya raqami: №046523. PNFL: 30407832680027

Manzilimiz: Toshkent shahar, Mirzo Ulug'bek tumani
Kumushkon ko'chasi, 26-uy.



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