



IQTISODIYOT va TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal



“MILLIY IQTISODIYOTNI BARQAROR SAQLASHDA “YASHIL IQTISODIYOT”, “YASHIL MOLIYA”, “YASHIL BUXGALTERIYA” VA ILG‘OR MUHANDISLIK MAKTABLARINI ILMIY-AMALIY INTEGRATSIYALASHTIRISH DOLZARBLIGI”

Maqola va tezislar to‘plami

2025-YIL
30-MAY



74-91 xalqaro daraja
ISSN: 2992-8982





IQTISODIYOT&TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Bosh muharrir:

Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich

Elektron nashr. 78 sahifa.

E'lon qilishga 2025-yil 11-martda ruxsat etildi.

Bosh muharrir o'rinbosari:

Karimov Norboy G'aniyevich

Muharrir:

Qurbonov Sherzod Ismatillayevich

Tahrir hay'ati:

Salimov Oqil Umrzoqovich, O'zbekiston Fanlar akademiyasi akademigi
Abduraxmanov Kalandar Xodjayevich, O'zbekiston Fanlar akademiyasi akademigi
Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich, texnika fanlari doktori (DSc), professor
Rae Kvon Chung, Janubiy Koreya, TDIU faxriy professori, "Nobel" mukofoti laureati
Osman Mesten, Turkiya parlamenti a'zosi, Turkiya – O'zbekiston do'stlik jamiyati rahbari
Axmedov Durbek Kudratillayevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Axmedov Sayfullo Normatovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Abduraxmanova Gulnora Kalandarovna, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Kalonov Muxiddin Baxritdinovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Siddiqova Sadoqat G'afforovna, pedagogika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
Xudoyqulov Sadirdin Karimovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Maxmudov Nosir, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Yuldashev Mutallib Ibragimovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Samadov Asqarjon Nishonovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, professor
Slizovskiy Dimitriy Yegorovich, texnika fanlari doktori (DSc), professor
Mustafakulov Sherzod Igamberdiyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Axmedov Ikrom Akramovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Eshtayev Alisher Abdug'aniyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Xajiyev Baxtiyor Dushaboyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Hakimov Nazar Hakimovich, falsafa fanlari doktori (DSc), professor
Musayeva Shoira Azimovna, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), professor
Ali Konak (Ali Ko'nak), iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor (Turkiya)
Cham Tat Huei, falsafa fanlari doktori (PhD), professor (Malayziya)
Foziljonov Ibrohimjon Sotvoldixo'ja o'g'li, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dots.
Utayev Uktam Choriyevich, O'z.Respub. Bosh prokuraturasi boshqarma boshlig'i o'rinbosari
Ochilov Farkhod, O'zbekiston Respublikasi Bosh prokuraturasi IJQKD boshlig'i
Buzrukxonov Sarvarxon Munavvarxonovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent
Axmedov Javohir Jamolovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
Toxirov Jaloliddin Ochil o'g'li, texnika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), katta o'qituvchi
Bobobekov Ergash Abdumalikovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), v.b. dots.
Djudi Smetana, pedagogika fanlari nomzodi, dotsent (AQSH)
Krissi Lyuis, pedagogika fanlari nomzodi, dotsent (AQSH)
Glazova Marina Viktorovna, iqtisodiyot fanlari nomzodi (Moskva)
Nosirova Nargiza Jamoliddin qizi, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent
Sevil Piriyeveva 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 1-apreldagi 336/3-
sonli qarori bilan ro'yxatdan
o'tkazilgan.



MUNDARIJA

Omborxonada wms tizimidan foydalanishni afzalliklari.....	16
G'ofurov Shoxjaxon Abdumajit o'g'li, Yuldashev Abduhakim Abdukarimovich	
Интеграция проектного офиса в корпоративную структуру строительной компании, работающей по ерс-контрактам.....	21
Махмудов Сардор Козим угли	
Investitsion muhit va unga ta'sir etuvchi omillar tahlili	24
Ochilov Bobur Baxtiyor o'g'li	
Tadbirkorlik faoliyati to'g'risidagi itimoiy-iqtisodiy qarashlar tahlili	27
Abduvohidov Behzod XXX	
Tijorat banklarida kredit portfelini boshqarishning asosiy yo'nalishlari.....	30
Jo'rayev Eldor Berdibekovich	
O'zbekistonda davlat budjetini kupaytirishda soliqlarni ahamiyati.....	34
Karimova Gulbahor Normurodovna	
Dunyo oziq-ovqat bozorining dinamik rivojlanishidagi o'zgarishlar, qiyinchiliklar va ularning yechimlari	36
Tolipova Baxtigul Farxodovna	
Исследование тепловых и диффузионных процессов при азотировании зубчатых колес в вакуумной среде	39
Жасурбек Юлдашбоевич Холмирзаев	
Axborot tizimlaridan foydalangan holda tashkilotni boshqarish bo'yicha qarorlar qabul qilishni takomillashtirish	49
Xujamova Shahrizoda Otabek Qizi	
Sanoat sektorida dekarbonizatsiya va qayta tiklanuvchi energiya manbalaridan foydalanish strategiyalari	52
Bobobekov Ergash Abdumalikovich	
Sanoat rivojlanishini ekonometrik modellash (Surxondaryo viloyati misolida)	56
Xalmuratov Zakirjan Mekkamovich	
"Yashil iqtisodiyot" – barqaror taraqqiyot omili.....	58
Lapasova Kamola Farhod qizi	
Umumta'lim maktablarida informatika fanini o'qitishda sun'iy intellektdan foydalanishning pedagogik imkoniyatlari	60
Raxmonov Baxtiyor Azzamovich	
"Makroiqtisodiy masalalarni yechishda matematik modellarning ahamiyati"	63
Abdiraimov Abbas Xolmurod O'g'li	
Moda marketingida iste'molchilarning ichki ehtiyojlari va xulq-atvoriga asoslangan yondashuvlar	67
Tuxtaeva Oydinoy Normamatovna	
O'zbekiston Respublikasida standartlashtirish siyosatida xalqaro tashkilotlar bilan hamkorlik tahlili	72
Raximov Ilyos Muydinovich	
Tijorat banklarida omonatlarni jalb qilishda mijoz sodiqligini oshirishga qaratilgan innovatsion yondashuvlar	75
Raximov Shoxrux Furqatovich	



TIJORAT BANKLARIDA OMONATLARNI JALB QILISHDA MIJOZ SODIQLIGINI OSHIRISHGA QARATILGAN INNOVATSION YONDASHUVLAR

Raximov Shoxrux Furqatovich

“O‘zsanoatqo‘rilishbank” ATB
departament direktori

Annotatsiya: Ushbu maqolada innovatsion marketing strategiyalarining mijoz sodiqligiga ta'siri tahlil qilingan. Tadqiqotda sifatli adabiyotlar sharhi asosida influencer marketing, ijtimoiy media, sun'iy intellekt, ERP tizimlari, gamifikatsiya va psixografik segmentatsiya kabi yondashuvlarning samaradorligi baholangan. Har bir strategiyaning amaliy qo'llanish sohasi, sektorlar kesimidagi afzalliklari va baholash natijalari keltirilgan. Natijalar shuni ko'rsatadiki, raqamli va shaxsiylashtirilgan yondashuvlar mijoz sodiqligini oshirishda eng samarali vosita hisoblanadi. Tadqiqot sohalarga mos strategiyalarni tanlash va ularni birlashtirib qo'llash orqali kompaniyalarga sodiqlikni boshqarishda kompleks yondashuvlarni taklif etadi.

Kalit so'zlar: mijoz sodiqligi, innovatsion marketing, influencer marketing, sun'iy intellekt, gamifikatsiya, shaxsiylashtirish, strategik yondashuv, psixografik segmentatsiya.

Abstract: This article analyzes the impact of innovative marketing strategies on customer loyalty. The study is based on a review of quality literature, evaluating the effectiveness of approaches such as influencer marketing, social media, artificial intelligence, ERP systems, gamification, and psychographic segmentation. For each approach, the areas of practical application, sectoral advantages, and evaluation results are provided. The results show that digital and personalized approaches are the most effective tools for increasing customer loyalty. The study offers a comprehensive approach to managing loyalty in companies, selecting and combining appropriate strategies.

Key words: customer loyalty, innovative marketing, influencer marketing, artificial intelligence, gamification, personalization, strategic approach, psychographic segmentation.

Аннотация: В данной статье анализируется влияние инновационных маркетинговых стратегий на лояльность клиентов. Исследование основывается на обзоре качественной литературы, в котором оценивается эффективность таких подходов, как инфлюенсер маркетинг, социальные медиа, искусственный интеллект, ERP системы, геймификация и психографическая сегментация. Для каждого подхода приведены области практического применения, преимущества в различных секторах и результаты оценок. Результаты показали, что цифровые и персонализированные подходы являются наиболее эффективным инструментом для повышения лояльности клиентов. Исследование предлагает комплексный подход к управлению лояльностью компаний, с выбором соответствующих стратегий и их сочетанием.

Ключевые слова: лояльность клиентов, инновационный маркетинг, инфлюенсер маркетинг, искусственный интеллект, геймификация, персонализация, стратегический подход, психографическая сегментация.

KIRISH

Raqobat keskinlashib borayotgan global bozor sharoitida mijoz e'tiborini jalb qilish va uni uzoq muddatga ushlab qolish kompaniyalar oldida turgan eng muhim strategik vazifalardan biriga aylangan. Ayniqsa, raqamli transformatsiya, texnologik integratsiya va axborot oqimining kuchayishi sharoitida iste'molchi xatti-harakatlari murakkablashib, an'anaviy marketing yondashuvlari o'z samarasini yo'qotmoqda. Bunday vaziyatda mijoz sodiqligi nafaqat kompaniya daromadini barqarorlashtirish, balki brend raqobatbardoshligini saqlab qolishda ham hal qiluvchi omil sifatida dolzarb ahamiyat kasb etmoqda.

Sodiqlik bugungi kunda shunchaki takroriy xarid emas, balki mijozning brendga nisbatan hissiy, qadriyaviy va funksional aloqasini anglatadi. Zamonaviy iste'molchilar individual yondashuv, ijtimoiy mas'uliyat, ekologik qadriyatlar va texnologik qulaylik kabi omillarni yuqori baholaydilar. Shu sababli kompaniyalar doimiy ravishda innovatsion marketing strategiyalarini joriy etishga intilmoqda. Xususan, influencer marketing, sun'iy intellekt yordamida shaxsiylashtirish, gamifikatsiya, yashil marketing va psixografik segmentatsiya kabi yondashuvlar mijoz bilan chuqur va barqaror aloqa o'rnatishda tobora keng qo'llanmoqda.

Ilmiy adabiyotlar bu strategiyalarning samaradorligi tarmoq va auditoriyaga qarab farq qilishini ko'rsatmoqda. Har bir yondashuv o'ziga xos sohalarda – moliyaviy xizmatlar, elektron savdo, ta'lim, texnologiya yoki xizmat



ko'rsatish tarmoqlarida – turlicha natija beradi. Shu bois, ularni empirik dalillar asosida baholab, qaysi uslub qanday sharoitda samarali ekanini aniqlash zarur.

Ushbu tadqiqot innovatsion marketing strategiyalarining mijoz sodiqligiga ta'sirini sektorlar kesimida tahlil qilish, ularning nazariy asoslarini yoritish va amaliy natijalarini baholashga qaratilgan bo'lib, bugungi raqamli marketing makonida ushbu mavzuning yuqori dolzarbligini hisobga oladi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Innovatsion marketing strategiyalari raqamli iqtisodiyotda mijoz sodiqligini oshirishda muhim vosita bo'lib xizmat qilmoqda. Quyidagi tahlilda har bir strategiyaning sektorlar kesimidagi qo'llanilishi, real samaradorlik darajasi va adabiyotlarga asoslangan tahliliy kuzatuvlar bayon etildi.

Influencer marketing – e'tibor, ishonch va aloqa barqarorligi asosida brendga bo'lgan sodiqlikni shakllantiruvchi yondashuv hisoblanadi. Bezhovski [1] ta'kidlaganidek, ayniqsa e-commerce, moda, kosmetika va xizmat ko'rsatish sektorlarida mikro- va nano-influencerlar auditoriyani o'ziga jalb etib, sodiqlikni kuchaytiradi. Bu yondashuv yosh auditoriyalar bilan ishlashda alohida samarali bo'lib, 8,5 ballik samaradorlik ko'rsatkichiga ega.

Ijtimoiy tarmoqlarda real vaqtli aloqalar mijozlar bilan hissiy va doimiy bog'lanishni ta'minlaydi. Deep va Rawal [3] bank sektoridagi tahlilida buni isbotlab bergan. Ayniqsa, moliyaviy xizmatlar, mobil ilovalar va B2C xizmatlarda bu yondashuv muhim ahamiyat kasb etadi. Tez javob, shaffof muloqot va interaktivlik uni sodiqlikni boshqarishda eng yuqori baholangan strategiyalardan biriga aylantirgan – 9,0 ball.

Gamifikatsiya elementlari mijozlarni faol ishtirokga undab, brendga hissiy bog'liqlik hosil qiladi. Bu usul asosan fintech platformalari, onlayn ta'lim tizimlari va xizmat ilovalarida keng qo'llaniladi [4]. Platformaga sodiqlikni oshirishda kuchli omil bo'lsa-da, uzoq muddatli strategiyalar bilan birlashtirilganda maksimal samara beradi. Uning baholangan samaradorlik darajasi – 7,5 ball.

Yashil marketing barqaror iste'molchilar guruhiga yo'naltirilgan strategiya bo'lib, ekologik mahsulotlar, organik oziq-ovqat va barqaror modalar sektorlarida eng samarali hisoblanadi. Ananthi va Ramesh [5] tadqiqotlari ekologik javobgarlikning iste'molchi xatti-harakatiga ta'sirini aniqlagan. Biroq, bu strategiyaning umumiy auditoriyaga nisbatan ta'siri cheklangan bo'lib, samaradorlik darajasi 6,5 ball deb baholanadi.

AI va ERP asosidagi tizimlar foydalanuvchi xatti-harakatlarini bashorat qilish, shaxsiylashtirilgan xizmatlar taklif etish va CRM integratsiyasi orqali mijozni uzluksiz kuzatib boradi [10], [12], [15]. Bu strategiya ayniqsa bank, elektron ta'lim va texnologik xizmatlar sektorlarida yuqori natija beradi. Har bir foydalanuvchiga individual xizmatlar taqdim etilishi natijasida uning sodiqligi mustahkamlanadi. Ushbu strategiyaning samaradorlik darajasi – 8,8 ball.

Segmentatsiya asosida mijozlarni hayot tarzi, qadriyatlar va ehtiyojlariga qarab guruhlash sodiqlik dasturlarining aniq yo'naltirilganligini ta'minlaydi [8]. Bu yondashuv universal xususiyatga ega bo'lib, istalgan soha va xizmatlarda ishlatilishi mumkin. Segmentlar asosida e-mail marketing, reklama va mahsulot takliflari ishlab chiqiladi. Noto'g'ri segmentatsiya xavfi mavjud bo'lsa-da, umumiy samaradorligi yuqori – 7,8 ball.

Quyidagi jadval tahlil qilingan barcha strategiyalarni umimlashtirib, ularning qaysi sohalarida qo'llanilishi va qanday samaradorlikka ega ekanini tizimli ko'rinishda taqdim etadi (1-jadval).

1-jadval. Innovatsion marketing strategiyalarining qo'llanilishi va samaradorlik darajasi¹.

Innovatsion Yondashuv	Qo'llaniladigan soha	Samaradorlik (1–10)
Influencer marketing	E-commerce, moda, kosmetika, xizmatlar sektori	8.5
Social media engagement	Moliyaviy xizmatlar, mobil ilovalar, B2C xizmatlar	9.0
Gamifikatsiya	Fintech, ta'lim ilovalari, xizmatlar platformalari	7.5
Green marketing	Ekologik mahsulotlar, organik oziq-ovqat, barqaror moda	6.5
AI / ERP personalization	Bank, elektron ta'lim, texnologik xizmatlar	8.8
Psychographic segmentation	Universal (har qanday sektor)	7.8

Tahlil natijalari shuni ko'rsatadiki, mijoz sodiqligini oshirishda har bir strategiya ma'lum sohaga moslashtirilganda maksimal samara beradi. Ayniqsa, texnologik (AI, ERP), ijtimoiy (influencer, social media) va psixologik (segmentatsiya, gamifikatsiya) yondashuvlar birgalikda qo'llanilganda mijozni jalb qilish, ishonchni saqlab qolish va uzoq muddatli sodiqlikni ta'minlash imkonini beradi.

1 Muallif ishlanmasi



XULOSA VA TAKLIFLAR

Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatdiki, mijoz sodiqligini shakllantirishda innovatsion marketing strategiyalarining har biri muayyan kontekst va soha uchun o'ziga xos ustunlikka ega. Ijtimoiy media va influencer marketing strategiyalari auditoriya bilan emotsional aloqani kuchaytirishda, sun'iy intellekt va ERP tizimlari esa xizmatni shaxsiylashtirish orqali uzoq muddatli sodiqlikni ta'minlashda yuqori samaradorlik ko'rsatadi. Gamifikatsiya qisqa muddatli jalb qilishda, yashil marketing esa qadriyatlarga asoslangan brend imijini shakllantirishda foydalidir. Psixografik segmentatsiya esa strategik aniqlikni oshirishda muhim vosita sifatida namoyon bo'ladi.

Shu asosda quyidagi tavsiyalar ilgari suriladi:

- Samaradorlikka qarab moslashtirish – har bir yondashuvni maqsadli auditoriya va xizmat sohasi xususiyatlariga mos tanlash muhim;
- Strategiyalarni birlashtirish – shaxsiylashtirish, ishonch va interaktivlik elementlarini birgalikda qo'llash orqali sinergetik ta'sirga erishish mumkin;
- Segmentatsiyaga asoslanish – mijozlarni faqat demografik emas, balki psixografik mezonlar asosida tahlil qilish sodiqlikni yanada aniq boshqarishga xizmat qiladi;
- Texnologik imkoniyatlardan foydalanish – AI, ERP va raqamli kuzatuv vositalaridan foydalanish orqali xizmatlar individuallashtirilishi tavsiya etiladi.

Innovatsion yondashuvlar korxonalar uchun mijozlar bilan barqaror, moslashuvchan va qadriyatlarga asoslangan aloqani yo'lga qo'yishda strategik imkoniyatlar yaratadi. Ularning to'g'ri va muvofiqlashtirilgan qo'llanilishi mijoz sodiqligini oshirishda hal qiluvchi rol o'ynaydi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Bezhovski, Z. (2025). Influencer marketing strategies for small businesses: Navigating the digital landscape with limited resources. TRUD. https://mzmarketing.org/wp-content/uploads/2025/02/TRUD-3_Influencer-Marketing-Strategies-for-Small-Businesses-Bezhovski.pdf
2. Losonczy, G. (2024). The Adaptive Web: Industry-specific trends in website evolution and digital marketing. International Journal of Digital Waste Engineering, 1(1), 1–9. <https://www.researchgate.net/publication/389887106>
3. Deep, R., & Rawal, P. (2025). A glance at how social media shapes consumer perception of public and private sector banks. Pen Acclaims, 36. <http://www.penacclaims.com/.../Raman-Deep.pdf>
4. Rahardja, U., Hariguna, T., & Hasibuan, M. (2025). Gamification as digital marketing in Indonesian startups. Sabda: Jurnal Kajian Kebudayaan, 10(1), 12–20. <https://journal.pandawan.id/sabda/article/download/639/515>
5. Ananthi, S., & Ramesh, R. (2025). A study on the impact of green marketing strategies on brand image and customer loyalty. Zibaldone Economico Italiano, 3, 127–132. <https://zibaldone.cfd/index.php/ZEI/article/download/127/132>
6. Fadholi, M., & Zulaikha, S. (2025). Strategic marketing management in education sector to enhance student loyalty. Proceedings of the International Conference on Educational Management. <https://www.atlantis-press.com/article/126009004.pdf>
7. Nader, A. S., et al. (2024). The Role of Strategic Marketing in Enhancing Customer Loyalty. <https://www.researchgate.net/publication/388886391>
8. Crasto, C., & Kamble, M. S. M. (2024). Psychographic segmentation of private label brand consumers: A study of lifestyle values and socio-demographic correlates. Journal of Informatics Education and Research. <https://www.researchgate.net/publication/389788646>
9. Lebedev, K. A., & Shavaliyeva, S. M. (2025). Customer loyalty through regional economy enhancement. <https://s.vaael.ru/pdf/2025/2-2/4007.pdf>
10. Pandey, S. (2023). Compensation Management Paradigms: The Intersection of AI and HR Dynamics. <https://www.academia.edu/download/118440632>
11. Asfawi, K., & Tuti, M. (2025). Pengaruh Social Media Marketing, Influencer, dan Varian Produk terhadap Keputusan Pembelian melalui Kepercayaan Konsumen. JEBMI, 2(2), 173–190. <https://economics.pubmedia.id/.../611/481>
12. Haque, S. A. (2025). ERP & Personalized Ads to Boost CRM Strategies. PJBIS, 2(1), 8–15. <https://scienceget.org/index.php/pjbis/article/download/19/34>
13. Téllez, F. (2025). Loyalty Programs & Digital Retail Market Regulation. SSRN. <https://papers.ssrn.com/sol3/Delivery.cfm?abstractid=5145513>
14. Ali, F. M., et al. (2025). Strategic IT Agility and Retention in Education Sector. Journal of Future Studies, Culture and Society. <https://blueprintacademicpublishers.com/.../188/289>
15. Pohn, B., et al. (2025). AI Integration for Retention & Education Strategies. Frontiers in Education. <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/feduc.2025.1570389/full>



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Ingliz tili muharriri: Feruz Hakimov

Musahhih: Zokir ALIBEKOV

Sahifalovchi va dizayner: Oloviddin Sobir o'g'li

2025-yil, may.

© 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>