



# IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

*Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal*

**№3**



## 2025-YIL APREL. NAVBATDAN TASHQARI SON



ISSN: 2992-8982

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

**2025**



## IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

### Bosh muharrir:

Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich

*Elektron nashr. 441 sahifa.*

*E'lon qilishga 2025-yil 1-aprelda 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 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 Khodjavevich**, Academician of the Academy of Sciences of Uzbekistan  
**Sharipov Kongiratbay 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 Makhmatjon 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 Rakhimovich**, 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

ПРИНЦИПЫ ПЕРЕХОДА УЗБЕКИСТАНА К ЗЕЛЁНОЙ ЭКОНОМИКЕ, СУЩЕСТВУЮЩИЕ ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВНЫЕ ВОЗМОЖНОСТИ .....	12
Набиев Дилмурод Хамидуллаевич	
YaShIL TEXNOLOGIYALAR VA RAQAMLASH TIRISH TA'SIRIDA MEHNAT BOZORINING TRANSFORMASIYASI .....	19
Abduraxmanov Kalandar Xo'jaevich	
РОЛЬ ТВОРЧЕСКОГО ТРУДА В ПОВЫШЕНИИ ЕГО ЭФФЕКТИВНОСТИ .....	26
Гулямов Саидахор Саидахмедович, Икрамов Мурат Акрамович, Очилов Акрам Одилович	
BARQAROR RIVOJLANISHNI TA'MINLASH MAQSADIDA "YASHIL IQTISODIYOT"GA O'TISH ZARURATI .....	33
O.X. Hamidov, D.Sh. Yavmutov	
ESG-ИНСТРУМЕНТАРИЙ КАК ФАКТОР УСИЛЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ РЕГИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКИ .....	38
Татьяна Юрьевна Анопченко, Сергей Вадимович Ревунов, Роман Вадимович Ревунов	
TRANSITION OF RUSSIAN REGIONS TO A CLOSED-LOOP ECONOMY .....	49
Nikonov Sergey Mikhailovich, Ochilov Akram Odilovich, Filipenko Alexander Alexandrovich	
"YASHIL" IQTISODIYOTNING MOHIYATI VA TUZILISHI .....	53
Navruz-Zoda Baxtiyor Negmatovich	
ЗЕЛЕНАЯ ЭКОНОМИКА КАК ДРАЙВЕР УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ РЫНКА ТРУДА И МОДЕРНИЗАЦИИ РАБОЧИХ МЕСТ В УЗБЕКИСТАНЕ .....	59
Зокирова Нодира Каландаровна	
KREATIV IQTISODIYOT VA UNING INDUSTRIYA TURLARINING NAZARIY MASALALARI .....	64
Mamayunus Pardaev, Obid Pardaev, Akram Ochilov	
EKOLOGIK OMILLARNI HISOBGA OLGAN HOLDA BARQAROR IQTISODIY O'SISHDA ERISHISH .....	73
Saidov Muhammadali Hakimovich, Ochilov Akram Odilovich, Esanbekov Diyorbek Mirzabek o'g'li	
INNOVASION TEXNOLOGIYALAR ASOSIDA MEVA-SABZAVOTCHILIK MAHSULOTLARI KOOPERASIYASINING SAMARADORLIGINI OSHIRISH YO'LLARI .....	81
Raxmatulla Ergashev	
KARTOSHKKA MOSLANUVCHAN NAVLARI TURLI EKISH MUDDATLARI VA MULCHALASHLARDA HOSILDORLIGI HAMDA IQTISODIY SAMARADORLIK KO'RSATKICHLARI .....	86
Ostonaqulov Toshtemir Eshimovich, Toshpulatova Surayyo Tulqin qizi, Ismayilov Alisher Isroilovich	
YASHIL IQTISODIYOT – INNOVATSION RIVOJLANISHNING KALITI .....	90
Mirzayev Kulmamat Djanakovich, Usmonov Murodjon Dusmurot o'g'li	
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ «ЗЕЛЁНОЙ ЭКОНОМИКИ» В РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАН .....	93
Сайёра Насимовна Хамраева	
SABZAVOT (SHIRIN) MAKKAJO'XORI AJRATILGAN MOSLANUVCHAN NAV-DURAGAYLARINI ASOSIY VA TAKRORIY EKINLAR SIFATIDA TURLI MUDDATLARDA YETISHTIRISHNING IQTISODIY SAMARADORLIGI .....	97
Ostonaqulov Toshtemir Eshimovich, Nurillaev Ilhom Xolbek o'g'li, Jabborov Botir Shukurovich	
ZAMONAVIY BOZOR MUNOSABATLARIDA SAVDONI RIVOJLANTIRISHNING NAZARIY VA USLUBIY JIHATLARI .....	101
Ivatov Irisbek	
O'ZBEKISTONDA YASHIL IQTISODIYOTNI RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI .....	105
Yadgarov Akram Akbarovich, Abdiyeva Flora Botir qizi	
GREEN ECONOMY: GLOBAL PERSPECTIVE AND UZBEKISTAN'S PATH .....	110
Dilmurod Mirza-Akhmedovich Rasulev, Dildorakhon Ulugbek kizi Shomuradova	
OLIY TA'LIM XIZMATLARINI RAQAMLI TEXNOLOGIYALAR ASOSIDA TARG'IB QILISH BO'YICHA XORIJ TAJRIBASI .....	113
Musayev Bekjon Shukurillayevich	



TURIZM INDUSTRIYASINI BARQAROR STRATEGIK RIVOJLANTIRISHDA QO'LLANILADIGAN USULLAR TAHLILI .....	116
Turdibekov Xasan Ibragimovich	
ЗЕЛЁНОЕ ФИНАНСИРОВАНИЕ И ФАКТОРЫ ЕГО РАЗВИТИЯ В УЗБЕКИСТАНЕ .....	120
Орипов Ильхом Абдуллаевич	
Перспективы развития цифровой трансформации в Республике Узбекистан .....	128
Мусабеков Джорабек Хакимджанович, Воронин Сергей Александрович	
YASHIL IQTISODIYOT – BARQAROR RIVOJLANISHNING MUHIM OMILI SIFATIDA.....	133
G.Erkayeva	
Barqaror ish o'rinlarini yaratishda yashil iqtisodiyotning o'rni .....	138
Qo'chqorov G'aybulla Fayzullayevich, Qo'ziyeva Shaxnoza Bozor qizi	
ПРОБЛЕМЫ РАЗВИТИЯ ИНФОРМАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В УЗБЕКИСТАНЕ .....	141
Фазлитдин Бахадирович Аминов	
RESPUBLIKADA EKOLOGIK TOZA MAHSULOT YETISHTIRISH ASOSIDA ELEKTRON SAVDONI RIVOJLANTIRISH.....	145
Q. J. Mirzayev, F. F. Ulug'murodov	
Qoraqalpog'istonda sanoatni restruktizatsiyalash va yashil iqtisodiyotni rivojlantirish: muammolar, istiqbollar va statistik tahlillar .....	150
Abipova Gulmira Salavatdinovna	
CHORVACHILIK XO'JALIKLARINI RIVOJLANTIRISHDA AGLOMERATSIYANING AHAMIYATI.....	153
Xusainov Oybek Jabborovich	
RAQAMLI TRANSFORMATSIYA STRATEGIYASINING KOMPANIYA UCHUN AHAMIYATI.....	156
Ergashev Toxir Kurbanovich, Toxirova Nigora Zokirjon qizi	
CHORVACHILIK KLASSTERLARI VA AGLOMERATSION RIVOJLANISH: O'ZARO TA'SIR VA SYNERGIYALAR .....	161
Xusainov Oybek Jabborovich 161	
HUDUDLARNING INNOVATSIYON SALOHİYATINI VAHOLASH .....	165
J.A. Ismatullayev, A. Do'lanov	
СОСТОЯНИЕ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН .....	171
Нафасов Тохиржон, Г. П. Эркаева	
Mamlakatimizda ishsizlikni kamaytirishga qaratilgan islohotlar.....	174
Djurayev Olimjon Narkulovich	
USE OF THE ADVANCED EXPERIENCE OF FOREIGN COUNTRIES OF FARMING AND HOUSEHOLDS....	178
Ochilova Nargiza Akramovna	
SHAHAR AGLOMERATSIYALARINING RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISH OMILLARI.....	181
Xidayatova Nigora Shorakibovna	
IQTISODIY O'SISHDA MEHNAT MIGRATSIYASINING AHAMIYATI.....	184
Djurayev Olimjon Narkulovich, Saidakbarov Jamshid Ne'matullo o'g'li	
TURIZMNIDA RIVOJLANTIRISHDA TRANSPORT XIZMATLARINI TAKOMILLASHTIRISH .....	189
Qosimov Jahongir	
РЫНОК ГОСТИНИЧНЫХ УСЛУГ В ТУРИЗМЕ В УСЛОВИЯХ ДИВЕРСИФИКАЦИИ И ДЕМОКРАТИЗАЦИИ ГОСТИНИЧНОЙ ИНДУСТРИИ.....	192
Ташмаматов Садирдин Нажмиддинович	
O'zbekistonda turizm sohasida faoliyat yuritayotgan kadrlar malakasini oshirishda dual ta'limdan foydalanishni boshqarish.....	196
Ochilov Akram Odilovich, Xamidova Mo'tabarxon Abdumalik qizi	
МАКТАБГАЧА ТА'ЛИМ TASHKILOTLARIDA AUTSORSING XIZMATLARIDAN FOYDALANISH MEKANIZMINI TAKOMILLASHTIRISH .....	201
Nasiba Ergasheva	
KORXONALARDA XODIMLARNI BOSHQARISHNING ASOSIY TAMOYILLARI .....	207
Djurayev Olimjon Narkulovich, Nurullayeva Vazira O'ktamovna	
ЗЕЛЁНЫЕ ИНВЕСТИЦИИ: ПЕРСПЕКТИВЫ И РИСКИ .....	211
Номазов Бахром Бобомурадович	



ИНТЕГРАЦИЯ ПРИНЦИПОВ ESG В ФИНАНСОВУЮ СФЕРУ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН .....	215
Алимова Азиза Шерзатовна	
THE IMPACT OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE AND DIGITAL TECHNOLOGIES ON MANAGEMENT .....	219
Ergashev Tokhir Kurbanovich, Tohirova Nigora Zokirjon kizi	
ЎЗБЕКISTONNING “YASHIL IQTISODIYOT STRATEGIYASI”NI AMALGA OSHIRISHNING ZARURIYATI VA ISTIQBOLLARI .....	224
Ergasheva Nazira Muratovna, Soyibov Mirjon Bekjonovich	
ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ УСЛУГ СОЦИАЛЬНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ, ВЛИЯЮЩИХ НА ПОВЫШЕНИЕ УРОВНЯ И КАЧЕСТВА ЖИЗНИ НАСЕЛЕНИЯ .....	227
Алимова Муниса Юлчиевна	
РАЦИОНАЛЬНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ОБУВНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЕЁ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЗНАЧИМОСТИ.....	232
Расулов Нозимжон Набиджонович	
AGLOMERATSIYA VA IQTISODIY O‘SISH: SABAB–OQIBAT ALOQASI (QASHQADARYO VILOYATI MISOLIDA) .....	236
Xidoyatova Nigora Shorakibovna	
KORXONALARNING SOLIQ IDORALARIDA HISOBGA OLINISHIDAN HOSIL BO‘LGAN ORTIQCHA TO‘LOVLARINI VOJXONA TO‘LOVLARIDA HISOBGA OLISH MEKANIZMINI TAKOMILLASHTIRISH .....	239
Boykabilov Bahodir Mustafaevich	
UZOQ MUDDATLI AKTIVLARGA INVESTITSIYALAR HISOBINI TAKOMILLASHTIRISHNING AHAMIYATI .....	242
Egamberdiyeva Salima Rayimovna, Bozorov Yashnarbek Xayrulla o‘g‘li	
ORGANIK QISHLOQ XO‘JALIGIDA “IXTISOSLASHTIRILGAN AGROKOOPERATIV” TASHKIL ETISH ORQALI TA‘MINOT ZANJIRI BOSHQARUVINI TAKOMILLASHTIRISH.....	248
Amirqulov Shuxrat Olimovich	
MAMLAKATIMIZDA OLIY TA‘LIM MUASSASALARINING MOLIYAVIY RESURSLARDAN SAMARALI FOYDALANISHI UCHUN ZAMONAVIY HUQUQIY ASOSLARI.....	254
Xayriddinov Shuxrat Botirovich	
TURIZMNING MADANIY-TARIXIY RESURSLARI: ASOSIY TUSHUNCHALAR VA TAMOYILLAR .....	258
Ruzmanov Dilshod Usmanovich	
BARQAROR TURIZM DESTINATSIYALARINING SIG‘IMINI BAHOLASH METODIKASI.....	262
Ibroximov Nodirbek Xasanovich	
ВОЗОБНОВЛЯЕМЫЕ ИСТОЧНИКИ ЭНЕРГИИ КАК ОСНОВА ЗЕЛЕННОЙ ЭКОНОМИКИ В УЗБЕКИСТАНЕ .....	266
Хусаинов Равшан Рахимович	
ЭКОЛОГИЧЕСКИЙ МАРКЕТИНГ И ПОВЕДЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ.....	272
Раимова Муборак Джураевна	
“YASHIL IQTISODIYOT”NING ASOSIY XUSUSIYATLARI .....	276
Djumayev Asqar Xaydarovich	
RAQAMLI MARKETINGNING ISTE‘MOLCHI XULQ-ATVORIGA TA’SIRI.....	281
Raimova Muborak Jurayevna, Dilmurodov O‘tkir	
HUDUDNING IJTIMOIY-IQTISODIY SALOHİYATINI RIVOJLANTIRISH OMILLARI .....	287
SH.A. Buriyev	
SAVDO XIZMATLARINING ASOSIY FAOLIYAT KO‘RSATKICHLARI TIZIMINI BAHOLASH.....	291
Muxamedova Aziza Ravshanovna	
YASHIL IQTISODIYOT VA GLOBAL IQLIM O‘ZGARISHI: YASHIL IQTISODIYOTNING IQLIM O‘ZGARISHINI YENGISHDAGI O‘RNI VA GLOBAL HAMKORLIK.....	295
Usmonov Murodjon Xolmurod o‘g‘li, Ulug‘bek Eshmaxmatov	
КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ МЕХАНИЗМА НАЛОГОВОГО АДМИНИСТРИРОВАНИЯ НА ПРИМЕРЕ УЗБЕКИСТАНА.....	299
Абдулов Дамир Рустамович	
ЎЗБЕКISTON RESPUBLIKASIDA YASHIL IQTISODIYOTGA O‘TISH ISTIQBOLLARI .....	305
Yuldashev Shamsiddin Qiyamiddinovich, Boliyeva Baxora Farxodovna	



ЗЕЛЕНАЯ ЭКОНОМИКА: КОНЦЕПЦИИ, ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ.....	308
Туляганова Шахноза Самукджановна	
O‘TA ERTAGI TARVUZNING HIMOYALANGAN JOYLAR UCHUN MOSLANUVCHAN NAV VA DURAGAYLARINI AJRATISH, ULARNI TURLI O‘G‘IT ME‘YORLARIDA HOSILDORLIGI VA IQTISODIY SAMARADORLIGI.....	311
Ostonaqulov Toshtemir Eshimovich, Amirov Xamidulla Suyunovich, Umirova Durdona Muqum qizi	
ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ПЛОДООВОЩНОЙ ОТРАСЛИ В УЗБЕКИСТАНЕ .....	315
Уралов Элшод, Вельм М.В.	
DEVELOPMENT STRATEGY AS A MODEL OF PROGRESS IN HUMAN RESOURCE DEVELOPMENT IN UZBEKISTAN.....	320
Abdiev Alimardon	
ОСОБЕННОСТИ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ СЕКТОРА ГОСУДАРСТВЕННОЙ СЛУЖБЫ И РАЗВИТИЯ КАДРОВОГО ПОТЕНЦИАЛА.....	322
Мухаммадбобур Салимов	
KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIK FAOLIYATI RIVOJLANISHIGA TA‘SIR ETUVCHI OMILLAR.....	326
Suyunov Jabbor Mahmudovich	
“SALOHIYAT” TUSHUNCHASINING MAZMUNI VA IQTISODIY-IJTIMOY MOHIYATI.....	331
Zoirov G‘olibjon Toshtemir o‘g‘li	
DAVLAT BOSHQARUVIDA SUN‘IY INTELLEKTDAN FOYDALANISHNING AHAMIYATI .....	334
Salimov Muhammadbobur Qodir o‘g‘li	
O‘QUV JARAYONLARINI TASHKIL ETISH VA BOSHQARISH SAMARADORLIGINI OSHIRISH .....	337
Tilakov Sherzod	
TIJORAT BANKLARIDA KORPORATIV BOSHQARUVNING XALQARO TAMOYILLARI ASOSIDA BOSHQARUV SIFATINI OSHIRISHDA YASHIL IQTISODIYOTNING AHAMIYATI.....	340
Sattarov Umirzoq, Ro‘ziev Zafar Ikromovich	
YASHIL IQTISODIYOT SHAROITIDA O‘ZBEKISTONDA SANOAT XOM ASHYOLARIDAN SAMARALI FOYDALANISH TENDENSIYALARI.....	343
Xazratov Sarvar Ibragimovich	
YURTIMIZDA RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA KADRLAR TAYYORLASHNING ZAMONAVIY TENDENSIYALARI .....	348
G‘aniyev Shaxzod Shuhrat o‘g‘li, O‘rinov Diyorbek Xolmo‘min o‘g‘li	
QASHQADARYO VILOYATI O‘QUV MARKAZLARI VA KURSLARINI BOSHQARISH SAMARADORLIGINI OSHIRISH .....	353
Tilakov Sherzod Akbarovich	
SANOAT KORXONALARIDA MAHSULOT ISHLAB CHIQRISH VA SOTISH SIFATI HAMDA SAMARADORLIGINI OSHIRISHDA XODIMLARNI BOSHQARISH YO‘NALISHLARI.....	357
Ochilov Akram Odilovich, Ziyodullayeva Marjona Alisher qizi	
OMMAVIY TADBIRLAR YORDAMIDA TURIZMNI RIVOJLANTIRISH: O‘ZBEKISTON VA XALQARO TAJRIBA.....	360
Ibragimov Sardorbek Xusanovich	
Анализ цифровой трансформации и её влияния на привлечение инвестиций в регионы Узбекистана.....	365
Рахмонова Дурдона Хасан кизи	
Korxonada moliyaviy salohiyatini baholashning statistik tahlili.....	370
M.O. Musurmonova	
DIRECTIONS FOR IMPROVING THE FINANCIAL MANAGEMENT SYSTEM OF THE BANKING SYSTEM OF THE REPUBLIC OF UZBEKISTAN .....	377
Kadirov Lutfulla Khalimovich	
PROBLEMS OF EMPLOYMENT IN THE LABOR MARKET OF UZBEKISTAN AND STRATEGIC DIRECTIONS FOR THEIR SOLUTION .....	381
Sharopov Temirmalik Rustam o‘g‘li	



“YASHIL” IQTISODIYOT TAMOYILLARI ORQALI QASHQADARYO VILOYATI SANOAT KOMPLEKSINI TAKOMILLASHTIRISH .....	385
U.Shukurov	
Foreign experiences in attracting investments in service industries .....	390
Hazratkulov Shahboz Boboqul oqli	
YASHIL IQTISODIYOTDA TA'LIMNING ROLI .....	394
Babayeva Lola Ibragimovna	
O'ZBEKISTONDA YASHIL IQTISODIYOTNING RIVOJLANISHI UCHUN DAVLAT TOMONIDAN YARATILAYOTGAN IMKONIYATLAR.....	398
Xudoyorov Azizbek Avaz o'g'li	
OLIY TA'LIM MUASSASALARIDA TA'LIM SIFATINI YAXSHILASHNING XORIJ TAJRIBASI.....	404
Safarov Sh. S.	
IJTIMOYIY MENEJMENTDA RAQAMLI TRANSFORMATSIYA: XALQARO TAJRIBA VA ULARNI O'ZBEKISTON SHAROITIDA JORIY ETISH ISTIQBOLLARI .....	408
G'aniyev Shaxzod Shuhrat o'g'li, Davronova Farangiz	
«Государственный финансовый контроль: Казначейский контроль в бюджетном процессе и перспективы его развития».....	415
Файзуллаева Зилола Равшановна, Д.Х. Пулатов	
YANGI O'ZBEKISTONDA YASHIL RAQAMLI IQTISODIYOTGA O'TISHNING ASOSIY JIHATLARI.....	421
Urozoza Shaxlo Hasan qizi, Hazratqulov Shahboz Boboqul o'g'li	
OLIY TA'LIM SIFATINI OSHIRISH MASALALARI: XALQARO TAJRIBA VA ULARNI O'ZBEKISTON SHAROITIDA JORIY ETISH ISTIQBOLLARI .....	427
Safarov Shoxrux Sattor o'g'li	
PROSPECTS FOR IMPROVING THE EFFICIENCY OF HUMAN RESOURCES IN UZBEKISTAN .....	431
Alimardonova Gulfizoda Alimardon kizi	
QISHLOQ XO'JALIGIDA KAPITAL QO'YILMALAR HISOBINI TO'G'RI TASHKIL ETISHNING AHAMIYATI .....	434
Egamberdiyeva Salima Rayimovna	



# RAQAMLI MARKETINGNING ISTE'MOLCHI XULQ-ATVORIGA TA'SIRI

Raimova Muborak Jurayevna

Qarshi davlat universiteti  
ORCID: [0009-0001-1191-5930]  
Email: raimova-64@mail.ru

Dilmurodov O'tkir

Qarshi davlat universiteti talabasi

**Annotatsiya:** Ushbu ilmiy maqolada raqamli marketingning iste'molchi xulq-atvoriga, xususan, iste'molchilarning axborot izlash, baholash, xarid qilish va brend bilan o'zaro aloqasi jarayonlariga ta'siri o'rganiladi. Maqolada raqamli marketingning ta'siri miqdoriy va sifat jihatidan tahlil qilinadi, jumladan, veb-sayt tahlillari, ijtimoiy tarmoqlardagi ma'lumotlar hamda so'rovnoma natijalari asosida. Tadqiqot natijalari raqamli marketing iste'molchilarning qaror qabul qilish jarayoniga sezilarli ta'sir ko'rsatishini, onlayn sharhlar, ijtimoiy tarmoqlar va mobil marketing muhim rol o'ynashini ko'rsatadi. Shuningdek, maqolada raqamli marketingning etik jihatlari, shaxsiy ma'lumotlardan foydalanish va reklama orqali manipulyatsiya masalalari ham ko'rib chiqiladi. Tadqiqot natijalari biznes subyektlari uchun raqamli marketing strategiyalarini takomillashtirish, iste'molchilar bilan samarali aloqa o'rnatish hamda raqobatbardosh ustunlikka erishish bo'yicha amaliy tavsiyalar beradi. Kelajakdagi tadqiqotlar uchun yo'nalishlar, xususan, sun'iy intellektning iste'molchi xulq-atvoriga ta'siri va raqamli marketingning turli madaniyatlarda qo'llanilishi haqida takliflar berilgan.

**Kalit so'zlar:** raqamli marketing, iste'molchi xulq-atvori, onlayn xarid qilish, ijtimoiy media, mobil marketing, elektron tijorat, SEO (qidiruv tizimini optimallashtirish), sun'iy intellekt, marketing strategiyasi, raqamli transformatsiya.

**Abstract:** This research paper examines the influence of digital marketing on consumer behavior, particularly in the processes of information search, evaluation, purchasing, and interaction with brands. The paper analyzes the impact of digital marketing using both quantitative and qualitative methods, including website analytics, social media data, and survey results. The findings indicate that digital marketing significantly affects consumer decision-making, with online reviews, social media, and mobile marketing playing critical roles. Furthermore, the paper explores ethical considerations such as the use of personal data and manipulation in advertising. The study provides practical recommendations for businesses to improve digital marketing strategies, enhance communication with consumers, and gain competitive advantage. Suggestions for future research directions are also presented, including the impact of artificial intelligence on consumer behavior and the application of digital marketing across different cultural contexts.

**Key words:** digital marketing, consumer behavior, online shopping, social media, mobile marketing, e-commerce, SEO (search engine optimization), artificial intelligence, marketing strategy, digital transformation.

**Аннотация:** Данная научная статья посвящена изучению влияния цифрового маркетинга на поведение потребителей, в частности на процессы поиска информации, её оценки, покупки и взаимодействия с брендом. В статье анализируется влияние цифрового маркетинга с применением количественных и качественных методов, включая веб-аналитику, данные социальных сетей и результаты опросов. Результаты исследования показывают, что цифровой маркетинг оказывает значительное влияние на процесс принятия решений потребителями, при этом важную роль играют онлайн-отзывы, социальные сети и мобильный маркетинг. Кроме того, в статье рассматриваются этические аспекты цифрового маркетинга, использование персональных данных и вопросы манипуляции в рекламе. Итоги исследования предлагают практические рекомендации для бизнеса по совершенствованию стратегий цифрового маркетинга, более эффективному взаимодействию с потребителями и достижению конкурентных преимуществ. Также предложены направления будущих исследований, в том числе влияние искусственного интеллекта на поведение потребителей и применение цифрового маркетинга в разных культурах.

**Ключевые слова:** цифровой маркетинг, поведение потребителей, онлайн-покупки, социальные сети, мобильный маркетинг, электронная коммерция, SEO (поисковая оптимизация), искусственный интеллект, маркетинговая стратегия, цифровая трансформация.



## KIRISH

XXI asrda texnologiyaning jadal rivojlanishi va internetning keng tarqalishi marketing sohasida inqilobiy o'zgarishlarga olib keldi. Raqamli marketing an'anaviy marketing usullarini butunlay yangi bosqichga ko'tardi, iste'molchilar bilan o'zaro aloqalarni sezilarli darajada o'zgartirdi va ularning xarid qilish odatlariga kuchli ta'sir ko'rsata boshladi. Raqamli platformalar, ijtimoiy media, mobil qurilmalar va elektron tijoratning ommalashuvi bizneslar uchun yangi imkoniyatlar yaratdi. Shu bilan birga, iste'molchilarning qaror qabul qilish jarayonini tubdan o'zgartirdi.

## MAVZUNING DOLZARBLIGI

Bugungi kunda iste'molchilar mahsulot va xizmatlar haqida ma'lumot izlash, ularni baholash, xarid qilish va brendlar bilan aloqa qilishda ko'proq raqamli kanallarga murojaat qilmoqdalar. Onlayn sharhlar, ijtimoiy media postlari va mobil reklamalar iste'molchilarning xarid qilish niyati, brendga bo'lgan munosabati va umumiy xulq-atvoriga sezilarli ta'sir ko'rsatmoqda. Shu sababli, raqamli marketingning iste'molchi xulq-atvoriga ta'sirini chuqur tushunish har qanday biznes uchun muhim ahamiyat kasb etadi.

Dunyo bo'ylab milliardlab odamlar internetdan foydalanmoqda va bu raqam doimiy ravishda ortib bormoqda. O'zbekistonda ham internet foydalanuvchilari soni yildan-yilga ko'paymoqda, bu esa raqamli marketingning ahamiyatini oshiradi. Smartfonlar va planshetlar hayotimizning ajralmas qismiga aylangan. Iste'molchilar internetga, ijtimoiy media platformalariga va onlayn xaridlarga mobil qurilmalar orqali kirishmoqda. Sun'iy intellekt (AI), kengaytirilgan reallik (AR), virtual reallik (VR) va blokcheyn kabi yangi texnologiyalar raqamli marketing imkoniyatlarini kengaytirmoqda va iste'molchi xulq-atvoriga ta'sirini kuchaytirmoqda.

Iste'molchilar mahsulot va xizmatlar haqida ma'lumot qidirishda ko'proq qidiruv tizimlari, ijtimoiy media, bloglar va sharh platformalariga murojaat qilmoqdalar hamda raqamli platformalar orqali mahsulotlarni baholash va taqqoslash imkoniyatiga ega bo'lib, bu ularning qaror qabul qilish jarayoniga ta'sir qilmoqda. Albatta, bu onlayn xaridlar hajmini oshiradi, tanlov imkoniyatini kengaytiradi va narxlarni taqqoslashni osonlashtiradi.

Shuningdek, raqamli marketing brendlar bilan iste'molchilar o'rtasida ikki tomonlama aloqani o'rnatish imkoniyatini yaratadi. Ijtimoiy media, elektron pochta marketingi va chat-botlar orqali brendlar iste'molchilar bilan muloqot qilish, ularning savollariga javob berish va fikr-mulohazalarini olish imkoniyatiga ega.

Yuqoridagi omillar raqamli marketingning iste'molchi xulq-atvoriga ta'siri mavzusining dolzarbligini tasdiqlaydi. Raqamli marketingning roli tobora ortib borayotganligi sababli, bu sohani chuqur o'rganish va iste'molchilarning raqamli muhitdagi xatti-harakatlarini tushunish biznes muvaffaqiyati uchun muhim ahamiyat kasb etadi.

## ADABIYOTLAR SHARHI

Raqamli marketing va iste'molchi xulq-atvori mavzusi hozirgi kunda keng tadqiq qilinayotgan va izchil rivojlanayotgan sohalardan biridir. Iste'molchi xulq-atvori bo'yicha bir qator klassik olimlarning asarlari ushbu sohaning metodologik asoslarini belgilab bergan:

- Philip Kotlarning "Marketing Management" nomli asari ushbu sohaga oid eng asosiy manbalardan biri bo'lib, unda iste'molchi xulq-atvorini tushunish hamda marketing strategiyalarini ishlab chiqish muhimligi tahlil qilingan [4].

- Michael Porter "Competitive Advantage" asarida raqobatbardoshlikka erishish uchun iste'molchi ehtiyojlarini chuqur o'rganish zarurligini ta'kidlaydi [6].

- David Aakerning "Building Strong Brands" nomli ishi brend qiymatini shakllantirish, iste'molchi sodiqligini oshirish hamda brend shaxsiyati va iste'molchi idrokini tahlil qilishga bag'ishlangan [1].

Zamonaviy tadqiqotchilardan quyidagilar e'tiborga loyiq:

- Al Ries va Jack Trout tomonidan yozilgan "The 22 Immutable Laws of Marketing" asarida marketingning asosiy qonunlari, shu jumladan raqamli marketingdagi qonuniyatlar bayon etilgan [7].

- Brian Solisning "X: The Experience When Business Meets Design" asarida esa raqamli transformatsiya sharoitida iste'molchi tajribasining ahamiyati keng yoritilgan [2].

O'zbekistonlik tadqiqotchilar – J. Ergashxo'jayev, Sh. Narkulova [5], I. Ibragimov [3], D. Xolmamatov, B. Musayev, S. Boyjigitov [8] va boshqalar – raqamli marketingning iste'molchi xulq-atvoriga ta'sirini o'rganishga hissa qo'shganlar.

Adabiyotlar tahlili shuni ko'rsatadiki, raqamli marketing va iste'molchi xulq-atvori bo'yicha salmoqli ilmiy izlanishlar mavjud bo'lishiga qaramay, ayrim yo'nalishlar hali yetarli darajada o'rganilmagan. Bular jumlasiga quyidagilar kiradi:

- Madaniy kontekstlar: Raqamli marketingning Osiyo, Afrika va Lotin Amerikasi kabi mintaqalardagi o'ziga xos jihatlari kamroq yoritilgan.



- Marketing vositalari kombinatsiyasi: Ijtimoiy tarmoqlar, mobil marketing, qidiruv tizimlari marketingi va boshqa vositalarning iste'molchi xulq-atvoriga ta'sirini kompleks o'rganishga ehtiyoj mavjud.
- Sun'iy intellekt (AI): Chatbotlar, shaxsiylashtirish tizimlari, prognozli tahlil kabi texnologiyalarning iste'molchilarga ta'sirini chuqur tahlil qilish zarur.

## TADQIQOT METODOLOGIYASI

Ushbu tadqiqotda iste'molchilarning raqamli marketing vositalariga munosabati, xarid qilish odatlari va brend haqidagi tasavvurlarini aniqlash maqsadida miqdoriy va sifatli metodlardan foydalanildi.

- Miqdoriy yondashuv: Statistik tahlillar orqali ma'lumotlar raqamlarga aylantirildi. So'rovnomalar orqali katta auditoriyadan ma'lumotlar yig'ildi.
- Sifatli yondashuv: Intervyular, fokus-guruhlar, kuzatuvlar va hujjatlar tahlili orqali iste'molchi xatti-harakatlarini chuqur tushunish, ma'nolarni aniqlash va nazariyalarni ishlab chiqishga xizmat qildi.
- Eksperiment usuli: Muayyan omillar (masalan, reklama) manipulyatsiya qilinib, boshqa omillarga (masalan, xarid qilish niyatiga) ta'siri o'rganildi.

## TAHLIL NATIJALARI MUHOKAMASI

Mahsulotga talab yaratish, mijozlarni jalb qilish va maqsadli auditoriya bilan aloqada bo'lish uchun kompaniyalar marketing faoliyatiga ehtiyoj sezadilar. Marketing – bu biznesni rivojlantirishga qaratilgan chora-tadbirlar majmuasidir. Amaldagi yondashuvlar, texnologiyalar va kanallar marketing turlarining xilma-xilligiga olib kelgan.

Raqamli marketing vositalari nafaqat iste'molchilar bilan aloqani mustahkamlashga, balki ularning xulq-atvorini tahlil qilish va prognoz qilishga ham xizmat qiladi. Onlayn platformalar orqali to'plangan ma'lumotlar asosida kompaniyalar aniqroq va samaraliroq marketing strategiyalarini ishlab chiqish imkoniga ega bo'ladilar.

Raqamli marketing – bu raqamli muhitda, ya'ni texnologiyalar va qurilmalardan foydalanilgan holda mahsulotlar, xizmatlar va brendlarni ilgari surish faoliyatidir. Raqamli texnologiyalar reklama jarayonini yanada aniq va o'lchovli qiladi. Ushbu vositalar orqali auditoriyangiz haqida batafsil ma'lumot to'plash, shuningdek, natijalarni obyektiv baholash imkoniyati yaratiladi.

Raqamli marketolog marketing strategiyasini ishlab chiqish, vositalarni tanlash va reklama kampaniyalarini o'tkazish uchun javobgardir. Uning vazifasi – tomoshabinlar bilan mavjud barcha aloqa nuqtalaridan foydalanish va turli media kanallari orqali mijozni xaridga yo'naltirishdir.

- Raqamli marketingning internet-marketingdan asosiy farqlari:
- Internet-marketing faqat onlayn reklama vositalarini o'z ichiga oladi. Ular quyidagilardan iborat:
- Veb-saytlarni qidiruv tizimiga moslashtirish (SEO);
- Internetda reklama;
- Ijtimoiy tarmoqlarda reklama (SMM);
- Video marketing;
- Elektron pochta va messenjerlar orqali yuboriladigan xabarlar.

Raqamli marketing esa yanada kengroq tushunchadir. U nafaqat barcha internet-kanallarni, balki raqamli media, texnologiyalar va qurilmalardan foydalangan holda oflayn reklama usullarini ham qamrab oladi. Masalan:

- Interaktiv tashqi reklama;
- SMS xabarnomalar;
- Interaktiv jonli tadbirlar.

Internet marketologlar faqat onlayn kanallarda reklama bilan shug'ullanishsa, raqamli marketologlar internet makonidan tashqarida ham auditoriya bilan interaktiv aloqalarni yo'lga qo'yadilar.

Raqamli yondashuvning asosiy g'oyasi – savdo hunisining har bir bosqichida auditoriya haqida ma'lumot to'plash va ushbu ma'lumotlardan reklama samaradorligini oshirish uchun foydalanishdir. Texnologiyalar esa iste'molchi ma'lumotlarining aniqligi uchun javobgardir. Raqamli xizmatlar va vositalar mijozlarning xatti-harakatlarini hamda marketing xabarlariga munosabatini doimiy ravishda kuzatib boradi.

- Raqamli reklamani imkoniyatlari:
- Brend xabardorligini oshirish;
- Onlayn va oflayn manbalardan trafikni jalb qilish;
- Yetakchi xaridorlarni shakllantirish;
- Kompaniya imijini yaratish;
- Mahsulot qiymatini oshirish va xaridorlarni xabardor qilish orqali talabni yaratish;
- Sotuvni kengaytirish: yangi auditoriyalarni jalb qilish va mavjud mijozlar bazasi bilan takroriy savdolarni rivojlantirish.



Ushbu ro'yxatdan ko'rinib turibdiki, raqamli marketingni qo'llash sohalari reklamaning an'anaviy yondashuvlariga o'xshash bo'lsa-da, raqamli strategiyani ishlab chiqishda marketolog muayyan o'ziga xos jihatlarni inobatga olishi zarur. Raqamli marketing tashqi muhit bilan integratsiyani, auditoriya bilan doimiy aloqada bo'lish uchun yagona platforma yaratishni ta'minlaydi.

I. Raqamli marketingning iste'molchi xulq-atvoriga ta'sir yo'nalishlari:

1. Axborot izlashga ta'siri:

Iste'molchilar mahsulot, xizmat va brendlar haqida ma'lumot qidirishda ko'proq qidiruv tizimlari, ijtimoiy tarmoqlar, bloglar va sharh platformalariga murojaat qiladilar. SEO va kontent marketing bu jarayonga bevosita ta'sir ko'rsatadi. Qidiruv so'rovlari, kliklar ko'rsatkichi (CTR) va saytlarga tashriflar orqali foydalanuvchilarning qaysi turdagi ma'lumotlarga qiziqishi aniqlanadi.

2. Mahsulotlarni baholash va taqqoslash:

Iste'molchilar raqamli platformalar orqali mahsulotlarni baholash va solishtirish imkoniyatiga egalar. Onlayn sharhlar soni va sifati, brendlarning javob berish faoliyati, taqqoslash saytlari roli xarid qilish qarorlariga bevosita ta'sir qiladi. Sharhlarning ishonchligi va brend imijini boshqarish strategiyasi ishlab chiqiladi.

3. Elektron tijorat ta'siri:

Elektron tijorat rivojlanishi mahsulotlarni onlayn xarid qilishni soddalashtiradi va narxlarni solishtirishni osonlashtiradi. Veb-sayt dizayni, foydalanuvchanligi, to'lov tizimlari xilma-xilligi, yetkazib berish sifati va qaytarish siyosati iste'molchi xatti-harakatiga kuchli ta'sir ko'rsatadi.

4. Ikki tomonlama aloqa va brendga ishonch:

Ijtimoiy media, email marketing va chatbotlar orqali brendlar mijozlar bilan bevosita muloqot olib boradi. Bu foydalanuvchi savollariga tezkor javob berish va fikr-mulohazalarni to'plash imkoniyatini beradi. Bu orqali sodiqlikni mustahkamlashga erishiladi.

5. Brendga sodiqlikni shakllantirish:

Loyihalar, chegirmalar, eksklyuziv takliflar va shaxsiylashtirilgan xizmatlar mijozlarning brendga bo'lgan sadoqatini oshirishda muhim omil bo'lib xizmat qiladi. Takliflardan foydalanish chastotasini aniqlash va shaxsiylashtirish strategiyasini ishlab chiqish sodiqlik darajasini oshiradi.

Raqamli marketingning O'zbekistondagi iste'molchi xulq-atvoriga ta'sirini statistik ko'rsatkichlar tahlili orqali quyidagi misollar bilan izohlash mumkin. 2024-yil boshidagi holatga ko'ra, O'zbekistonda 29,52 million internet foydalanuvchisi mavjud bo'lib, internetga kirish darajasi umumiy aholining 83,3 foizini tashkil qilgan. Tahlillar shuni ko'rsatadiki, 2023-yil yanvar – 2024-yil yanvar oralig'ida O'zbekistonda internet foydalanuvchilari soni 436 ming nafarga (+1,5 %) oshgan [9].

2024-yil yanvar holatiga ko'ra, O'zbekistonda 8,70 million ijtimoiy tarmoq foydalanuvchisi mavjud bo'lib, bu umumiy aholining 24,6 foizini tashkil etadi. 2023-yil boshidan 2024-yil boshigacha ijtimoiy tarmoq foydalanuvchilari soni 4,5 millionga (+107 %) ortgan. Shuningdek, 2024-yil boshida 18 va undan katta yoshdagi foydalanuvchilar soni 7,50 millionni tashkil etgan bo'lib, bu o'sha vaqtdagi shu yosh toifasidagi aholining 32,6 foiziga teng. Bundan tashqari, 2024-yil yanvar oyida internet foydalanuvchilarining 29,5 foizi (yoshidan qat'i nazar) kamida bir ijtimoiy media platformasidan foydalangan. Ijtimoiy tarmoq foydalanuvchilarining 37,0 foizi ayollar, 63,0 foizi erkaklar hissasiga to'g'ri kelgan [9].

O'zbekistonda eng ommabop ijtimoiy media platformalari sifatida Telegram, Instagram va Facebook tarmoqlari ajralib turadi. Ushbu platformalarning keng tarqalganligi marketing kampaniyalarini maqsadli auditoriyaga yetkazishda muhim ahamiyat kasb etadi.

2024-yil boshida O'zbekistonda Facebook foydalanuvchilari soni 2,15 million kishini tashkil qilgan. 2023-yil yanvar – 2024-yil yanvar oralig'ida Facebook reklamalari orqali qamrab olinadigan potentsial auditoriya 500 mingga (+30,3 %) oshgan. Biroq, zamonaviy kontekstda 2023-yil oktabr – 2024-yil yanvar oralig'ida ushbu qamrov 50 mingga (-2,3 %) kamaygan.

O'zbekistonda elektron tijorat hajmi 2023-yilda 500 million AQSh dollaridan oshgan va o'sish tendensiyasi davom etmoqda (Manba: O'zbekiston Elektron Tijorat Assotsiatsiyasi) [10]. Bu esa iste'molchilarning xarid qilish odatlarida tub o'zgarishlar yuz berayotganidan dalolat beradi.

2023-yilda onlayn xarid qiluvchilar soni 5 milliondan oshgan. Bu esa raqamli marketingning xaridorlarni jalb qilishdagi roli ortib borayotganini ko'rsatadi. Onlayn xaridning o'rtacha cheki 50 AQSh dollarini tashkil etmoqda, bu esa iste'molchilarning onlayn xaridlarga bo'lgan ishonchi oshayotganini tasdiqlaydi.

Raqamli reklama uchun ajratilgan mablag'lar 2023-yilda 100 million AQSh dollaridan oshdi. Bu ko'rsatkich brendlar e'tiborining raqamli marketing tomon kuchayganligini ko'rsatadi. Eng ommabop raqamli reklama formatlari sifatida ijtimoiy media reklamasi (50 %), qidiruv tizimi reklamasi (30 %), va banner reklamasi (20 %) ajralib turadi. Bu raqamlar ijtimoiy media platformalarining reklama strategiyalaridagi yetakchi rolini ko'rsatadi [10].



Google qidiruv tizimidagi eng ko'p izlanadigan mahsulotlar: kiyim-kechak, elektronika va maishiy texnika sanaladi. Iste'molchilarning qaysi mahsulotlarga qiziqishini aniqlash SEO strategiyalarini optimallashtirishda muhim omildir.

Iste'molchilarning 70 foizi onlayn xarid qilishdan oldin sharhlarni o'qib chiqadi. Shu bois, brend tahlillari va foydalanuvchi fikrlarining xarid qarorlariga ta'sirini baholash zarurdir.

Onlayn xaridlarning 60 foizi mobil qurilmalar orqali amalga oshiriladi. Bu esa mobil qurilmalar uchun moslashtirilgan veb-sayt va ilovalarni ishlab chiqish zarurligini ta'kidlaydi.

## XULOSA VA TAKLIFLAR

O'zbekiston misolida raqamli marketingning iste'molchi xulq-atvoriga ta'sirini tahlil qilish shuni ko'rsatadiki, internetdan foydalanishning yuqori darajasi, ijtimoiy media platformalarining ommaviyligi, elektron tijoratning jadal rivojlanishi hamda mobil marketing vositalarining keng qo'llanilishi raqamli marketingning iste'molchilarga ta'sirini keskin oshirmoqda. Shu bilan birga, brendlar raqamli marketing strategiyalariga tobora katta e'tibor qaratmoqda hamda moliyaviy resurslar ajratilmoqda. Aholining mobil qurilmalardan faol foydalanayotgani esa, mobil marketingning samaradorligini oshirish zarurligini ko'rsatadi.

Tadqiqot natijalari raqamli marketing vositalarining, xususan ijtimoiy media reklamalari orqali berilgan kontent va mashhur shaxslar ishtirokidagi reklamalarning ayniqsa yoshlarda xarid qilish niyatini kuchaytirishini tasdiqlaydi. Ushbu holat marketing nazariyasiga yangi konsepsiyalarni olib kiradi va brendlar uchun yosh auditoriyaga yo'naltirilgan samarali reklama strategiyalarini ishlab chiqishda amaliy ahamiyatga ega.

Tadqiqot asosida quyidagi taklif va tavsiyalarni ilgari surish maqsadga muvofiq bo'ladi:

Marketing strategiyalarini iste'molchi xulq-atvoridagi o'zgarishlarga moslashtirish – iste'molchilar ehtiyojlarini chuqur tahlil qilish asosida shaxsiylashtirilgan raqamli marketing yondashuvlarini ishlab chiqish lozim.

Ijtimoiy media vositalaridan samarali foydalanish – brend imidjini yaratish, iste'molchilar bilan to'g'ridan-to'g'ri aloqa o'rnatish va mahsulotlarni targ'ib qilish uchun ijtimoiy media platformalari strategik vosita sifatida ishlatilishi kerak.

Iste'molchilar haqidagi ma'lumotlarni yig'ish va tahlil qilish – foydalanuvchi ma'lumotlarini tahlil qilish orqali marketing kampaniyalarini optimallashtirish, reklama samaradorligini oshirish mumkin.

Etik tamoyillarga qat'iy rioya qilish – shaffoflik, shaxsiy ma'lumotlarning maxfiyligi va iste'molchi huquqlarining hurmat qilinishi raqamli marketingning asosiy etik standartlari bo'lishi lozim.

Iste'molchi huquqlarini himoya qilish bo'yicha qonunchilikni takomillashtirish – raqamli marketing sohasida iste'molchilarning manfaatlarini qonuniy asosda himoya qilish davlat siyosati darajasiga ko'tarilishi kerak.

Raqamli savodxonlikni oshirish – aholining raqamli savodxonligini oshirishga qaratilgan ta'lim dasturlari va targ'ibot ishlari amalga oshirilishi lozim.

Raqamli reklama standartlarini ishlab chiqish – etik va qonuniy normalarga mos keluvchi reklama standartlari belgilanib, ularning ijrosi ta'minlanishi zarur.

Yangi texnologiyalarning iste'molchi xulq-atvoriga ta'sirini o'rganish – sun'iy intellekt, kengaytirilgan va virtual reallik vositalarining marketing jarayonlariga integratsiyasi bo'yicha ilmiy tadqiqotlar olib borilishi lozim.

Madaniy farqlarni hisobga olish – turli madaniyatlar va regionlardagi iste'molchilarning raqamli marketingga bo'lgan munosabatini chuqur o'rganish orqali lokal strategiyalar ishlab chiqilishi kerak.

Iste'molchi sadoqati va brend imidjining uzoq muddatli ta'sirini baholash – marketing natijalarini uzoq muddatli nuqtai nazardan monitoring qilish, sotib olish odatlariga uzoq muddatli ta'sirni aniqlash muhimdir.

Kvalitativ tadqiqotlarni kengaytirish – iste'molchilarning motivatsiyasi, qaror qabul qilish mexanizmlari va raqamli marketing haqidagi qarashlarini chuqur o'rganish maqsadida intervyu, fokus-guruhlar va boshqa sifatli tadqiqot metodlari qo'llanilishi lozim.

Xulosa qilib aytganda, raqamli marketingning iste'molchi xulq-atvoriga ta'siri doimiy ravishda o'zgarib bormoqda. Shu sababli, bu sohadagi tadqiqotlar doimo dolzarb bo'lib qoladi. Brendlar va marketing mutaxassislari iste'molchilarning ehtiyojlari va xatti-harakatlaridagi o'zgarishlarni muntazam tahlil qilib borishlari, o'z strategiyalarini shunga mos ravishda moslashtirishlari zarur. Xususan, O'zbekistondagi kompaniyalar raqamli marketing strategiyalarini mahalliy auditoriya ehtiyojlari va xususiyatlarini inobatga olgan holda ishlab chiqishlari, ijtimoiy media marketingi, mobil marketing va SEO strategiyalariga alohida e'tibor qaratishlari lozim. Shuningdek, iste'molchilar bilan samarali aloqa o'rnatish, fikr-mulohazalarni yig'ish va ularga tezkor javob qaytarish, elektron tijorat platformalarini optimallashtirish, to'lov tizimlari xavfsizligini ta'minlash hamda yetkazib berish xizmatlarini takomillashtirish zarurdir.

**Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:**

1. Аакер, Д. А. Создание сильных брендов / Дэвид А. Аакер; пер. с англ. С. А. Старов, Д. Л. Волков, Т. Л. Клемина, А. Л. Загорский. – Москва: ИД Гребенникова, 2003. – 440 с. – Примеч. – Предм. указ.: с. 425–435.
2. Solis, V. X: The Experience When Business Meets Design. – John Wiley & Sons Inc., 2015. – 254 p.
3. Ибрагимов, И. О. Поведение потребителей: Учебное пособие. – Самарканд: САМИЭС, издательство ООО «STAR-SEL», 2023. – 288 с.
4. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент. Экспресс-курс: 2-е изд. / Пер. с англ. под ред. С. Г. Божук. – СПб.: Питер, 2006. – 464 с. – (Серия «Деловой бестселлер»).
5. Narkulova, Sh. Sh. Consumer Behaviour: Textbook. – Samarkand: SamIES, “STAR-SELL” LLC editorial office, 2022. – 394 p.
6. Портер, М. Конкурентное преимущество: Как достичь высокого результата и обеспечить его устойчивость / Майкл Портер; пер. с англ. – 6-е изд. – М.: Альпина Паблишер, 2018. – 716 с.
7. Райс, Э., Траут, Д. 22 непреложных закона маркетинга. – М.: АСТ, 2005. – 160 с.
8. Холмаматов, Д.Х., Мусаев, Б.Ш., Наркулова, Ш.Ш., Бойжигитов, С.Қ. Internet marketing: O'quv qo'llanma. – Samarqand: “Fan Buloʻji” nashriyoti, 2022. – 232 b.
9. DataReportal. <https://datareportal.com/reports/digital-2024-uzbekistan>
10. IT Alliance Uzbekistan. <https://italliance.uz/ru/associatsiya-elektronnoy-kommercii-uzbekistana-stala-nashim-strategicheskim-partnerom/>
- 11.



## 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. aprel. № 3. navbatdan tashqari son

© 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 kelmasligi 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>