

YASHIL

IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

№6

Google Scholar

OPEN ACCESS

ULRICHSWEB[®]
GLOBAL SERIALS DIRECTORY

OpenAIRE

ROAD

НАУЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ
БИБЛИОТЕКА
LIBRARY.RU

Academic
Resource
Index
ResearchBib

ISSN
INTERNATIONAL
STANDARD
SERIAL
NUMBER
INTERNATIONAL CENTRE

CYBERLENINKA

BASE

INDEX COPERNICUS
INTERNATIONAL

Crossref



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. 929 sahifa.

E'lon qilishga 2025-yil 1-iyunda ruxsat etildi.

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'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 doktori (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
Golisheva Yelena Vyacheslavovna, Iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent.



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Editorial board:

Salimov Okil Umrzokovich, Academician of the Academy of Sciences of Uzbekistan
Abdurakhmanov Kalandar Khodjayeich, 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 Victorovna, Doctor of Sciences in Economics (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
Golisheva Yelena Vyacheslavovna, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor.

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

O'zbekistonda yashil iqtisodiyotni shakllantirishda xitoy va rossiya investitsiyalarining qiyosiy tahlili.....	20
Malikov Numonjon Kamalovich	
Raqamli texnologiyalarning makroiqtisodiy barqarorlikka ta'siri	26
Sherzod Rajabov, Istora Abdusalomova	
Reducing inequality through human capital development: a comparative analysis of policies in the european union and uzbekistan	30
Ilxomjonov Jaxongir Alisher o'g'li	
Hududiy raqamli infratuzilmaning xizmat ko'rsatish sektoriga ta'siri: samarqand viloyati misolida	39
Musinov Dilshod Sultanovich	
Ways to improve quality in hotels through digital technologies	44
N.A. Rakhmonova	
Проблемы и пути внедрения механизма налогового стимулирования центров инновационного роста нового узбекистана.....	48
Умаров Б. С.	
Влияние протекционистской политики на инвестиционные стратегии промышленных предприятий.....	55
Ёдгоров Сардорбек Самадович	
Fiskal siyosat tahlili: aholi bandligi; aholi daromadlari; soliqqa tortish.....	61
Isroilov Boxodir Ibragimovich, Navruzova Farog'at Abdihamid qizi	
Problems in entrepreneurial potential development: a comprehensive analysis of contemporary barriers and challenges	67
Baxtiyor Xabibullayev Abdulvoxid o'g'li	
Tijorat banklarida aholi omonatlarining jozibadorligini oshirishning metodologik asoslari va amaliy yo'nalishlari	73
Xakimov Zoxid Norbo'tayevich	
To'lov aylanmasining mohiyatini aniqlashda to'lov va to'lov oqimlarining roli.....	78
I.F.Sayfiddinov	
Moliyaviy inklyuzivlikni ta'minlovchi samarali soliq siyosati.....	83
Artikov Ne'matulla Abdusalamovich	
Youth, digital finance, and the gig economy in uzbekistan	86
Akmal Boymurodov	
Aktsiyadorlik jamiyatlari korporativ boshqaruvda qaror qabul qilishda raqamli texnologiyalardan foydalanish masalalari	91
Xabibullaeva Shirinxon Tohir qizi	
В условиях трансформации обеспечение развитие образования и нуки в сфере подготовки управленческих кадров	98
Суюнов Дилмурод Холмурадович	
Ипотечное кредитование как инструмент социальной политики в узбекистане	104
Базарова Нигора Равшановна	
Kichik biznes subyektlari tomonidan hudud aholisi bandligini ta'minlashning ijtimoiy va iqtisodiy natijalari.....	110
Ergasheva Nigora Abdigapparovna	
Kichik korxonalar istiqbolli hududlarda sanoat ishlab chiqarish holati dinamikasi.....	114
Xonto'rayev Obbosxon Kamolxon o'g'li	
Banklarning aktivlarini daromadliligini oshirish yo'llari	118
Elbusinova Umida Khamidullaevna	



Ekologik omillar o'zgarishining dehqon xo'jaliklari yalpi hosiliga ta'siri	123
Otamurodova Dildora Abdukrimovna	
O'zbekiston tijorat banklarining yashil iqtisodiyotdagi o'rni	128
Eshev Furqat A'zamovich, Ibragimova Feruza Axtamovna, Jumanazarova Malika Baxtiyorovna, Raxmatova Mohina Dilmurod qizi	
Использование интеллектуальных технологий в процессе обслуживания клиентов банка	132
Хашимова Дилёра Пахритдиновна	
Innovatsion faoliyatning moliyaviy rag'batlantirish va boshqaruv samaradorligini belgilovchi omil va jihatlari.....	138
Baxriddinov Nodirbek Zamirdinovich	
Import tovarlari bo'yicha aksiz solig'ini undirishning nazariy asoslari.....	143
Abdurasulov Murodjon Bahrom o'g'li	
Роль цифровых валют центральных банков в модернизации платёжной инфраструктуры: мировой опыт и перспективы Узбекистана	150
Срожиддинова З.Х., Тухтасинова Д.Н.	
Tijorat banklarida chakana to'lov tizimlarini nazariy asosi.....	155
Sultonov Davronjon Rustam o'g'li	
Tikuv-trikotaj korxonalarida raqobatbardoshlikni oshirishda strategik menejmentning roli	161
Mamatraimov Islom Mamanazarovich	
Ta'lim, ekologiya va raqamlashtirish sohalarida bolalar va o'smirlar turizmini integratsiyalash: xalqaro tajribalar va O'zbekiston.....	170
Islomova Dilrabo Salomovna	
Iqtisodiy masalalarni matritsalar nazariyasi asosida modellashtirish va python dasturlash tilida yechish.....	175
Tojiyev Ilhom Ibraimovich, To'rayeva Feruza Dilmurodovna, Namozova Barchinoy G'ayrat qizi, Baxronova Zuhra Otaniyoz qizi	
Pul bozori barqarorligini ta'minlashda tijorat banklarida likvidlikni boshqarish samaradorligi	188
Sattorova Nasiba G'aniyoz qizi	
The role of digitalization of healthcare in the implementation of the safe city project	192
Akbarjon Iminov	
Аутоиммунные поражения центральной нервной системы, возникающие после стрептококковой инфекции	198
Умарова Саодат Сулаймоновна, Нормакматов Бахтиёр Ботиралиевич	
Iqtisodiyotiga yo'naltirilgan investiyalar tahlili	204
Namozov Olim Botirovich	
Creating a favorable climate for investment in agriculture	209
U.I.Djumaniyazov, B.J.Mirzaev	
Davlat ishtirokidagi korxonalarni korporativ boshqaruvni xalqaro standartlari asosida takomillashtirish	214
F.Djalilov	
Davlat tibbiyot tashkilotlarida ish beruvchining fuqarolik javobgarligini majburiy su'g'urta qilish xarajatlarini hisobi.....	222
Kuliboyev Azamat Shonazarovich	
O'zbekistonda bank operatsion xarajatlari buxgalteriya hisobi	227
Qurbonova Sitara Vahobjon qizi	
O'zbekistonda kichik biznes va tadbirkorlik subyektlarini rivojlantirishning strategik yo'nalishlari.....	233
Musayev Ozodjon Shavkat o'g'li	
Пути обеспечения стабильного экономического роста в условиях перехода к зелёной экономике, совершенствования государственной экономической политики и повышения эффективности внедрения принципов цикличной экономики.....	237
Худайбергенова Адалат Негматуллаевна, Убайдуллаев Сирожиддин Жамшидович, Файзиёва Хамида	



Кудратовна, Эшбоев Миржалол Бахромович	
O'zbekiston sanoatining iqtisodiy holatini baholash	241
Mamanazarov Oybek Shomurodovich	
Maktabgacha ta'limda tayanch kompetensiyalarni shakllantirishda matematika va savod asoslarining didaktik yechimlari.....	247
Mingboyeva Guldorxon Maxmudovna	
Soliq tizimida soliq riskini baholash uslubiyoti.....	252
Nasimov Ravshanjon Azimovich	
Budjetni rejalashtirish tizimida jismoniy shaxslar daromadlari bo'yicha prognozlashni takomillashtirishning metodologik asoslari	260
Babaev Shavkat Bayramovich	
Понятие и сущность денежного потока в системе финансового управления.....	267
Машарипова Шахло Адамбаевна	
Yashil mehmonxonalarda strategik tahlil metodologiyasi	274
Rasulova Nigora Yusupovna	
Цифровая трансформация: новые возможности и современные тенденции в управлении бизнесом и инвестициями.....	279
Баратова Динора Алишеровна	
Mehmonxonalarda xizmat ko'rsatishning sifati va samaradorligini baholash.....	283
Ikromov Akbar Farhod o'g'li	
Модель внедрения open banking в Узбекистане: предложение на основе международного опыта и локальных особенностей.....	288
Камалов Шухрат Камалович, Аскарова Дилором Хожимуратовна, Баходиров Жасурбек Олёрбек ўғли, Маликов Шохрух Шокирович, Тенгелова Фарангиз Мажид кизи	
O'zbekistonda islom moliyasini joriy qilishning yo'llari	295
Ashurbayev Farrux Alisher o'g'li, Tuxsanov Eldor Dilmurod o'g'li	
AQSH tajribasiga ko'ra eksportni iqtisodiy o'sishga tasiri	299
D.E.Qarshiev	
Iqtisodiyotni tartibga solish orqali aholi farovonligini oshirishning ahamiyati	304
Berdibekov A.	
Mamlakat iqtisodiyotini rivojlantirish va aholi moliyaviy savodxonligini oshirishda inklyuziv molianing ahamiyati.....	308
Latipova Shaxnoza Maxmudovna	
Problems of the financial mechanism influence for stable and inertial development of enterprises.....	313
Zaynalov Jakhongir Rasulovich, Alieva Susanna	
Tibbiyot turizmni rivojlantirish va uning salohiyatini iqtisodiy baholashning ilmiy va uslubiy asoslari	317
Vofaxojayeva Dilafruz Marufovna	
Turistik destinatsiyalar va raqamli marketing texnologiyalari orqali turizm barqarorligini transformatsiya qilish	322
Nurmuhammadxon Oppoqqonov	
Kichik va o'rta biznes moliyaviy barqarorligining kambag'allikni kamaytirishdagi ahamiyati.....	327
Djamalov Xasan Numanjanovich	
Qoraqalpog'iston respublikasida turizmni rivojlantirishning tashkiliy va iqtisodiy salohiyatini baholash.....	335
Xoshimov Baxrom Baxadirovich	
O'zbekiston turizm sektorida tog' turizmining ulushi.....	343
Alimov Abduvakil Komil o'g'li	
O'zbekiston respublikasida investitsiya faoliyatini moliyaviy boshqarish va bunda xorij tajribasi.....	348
Ismailov Dilshod Anvarjonovich	



Tadbirkorlik faoliyatini samarali boshqarishda raqamli texnologiyalardan foydalanishning holati.....	354
Sattarov Xayrulla Fayzullayevich	
Tadbirkorlik faoliyatida innovatsiyalarni rivojlantirish strategiyasini tanlash va asoslash	358
Shakirova Madinaxon Gafurdjanovna	
O'zbekistonning xalqaro valyuta-moliya tashkilotlari bilan o'zaro hamkorlik aloqalarini mustahkamlash yo'nalishlari.....	362
Gulmurodova Marjona Olimjon qizi, Turg'unova Zohida Shavkat qizi, Umida Yuldasheva	
Jismoniy shaxslarning daromadlarini soliqqa tortish tartibini takomillashtirish.....	367
Bobomurotova Manzura Panji qizi	
Aksiyadorlik jamiyatlari va qimmatli qog'ozlar bozori o'rtasidagi iqtisodiy munosabatlar	372
Berdaliyev Javohir Jahongir o'g'li	
Farg'ona viloyati mahallalarida tadbirkorlikni va hunarmadchilikni rivojlanishi holati tahlili	379
Tuxtasinov Zafarjon Odiljonovich	
Проблемы охраны окружающей среды и формирования «зеленой экономики»	389
Ёдгорова Мухайё Шухратовна, Иминова Наргиза Акрамовна	
The evolution of passenger transport in uzbekistan and its impact on economic growth.....	392
Naubetova Ziyada Niyet kizi	
Davlat tibbiyot tashkilotlarida ish beruvchining fuqarolik javobgarligini majburiy sug'urta qilish xarajatlarining hisobi.....	397
Kuliboev Azamat Shonazarovich	
Jahon sug'urta amaliyotining O'zbekiston sug'urta bozorining rivojlanishiga ta'siri	402
Kuvatova Dinara Anvarovna	
Milliy iqtisodiyotda xorijiy investitsiyalarning ahamiyati va ta'sir mexanizmlari	406
Abdullayev Zoxid Xolxo'jayevich	
Xaridorlar bilan hisob-kitoblar auditida moliyaviy tahlil usullarini qo'llash xususiyatlari.....	411
Sagimbaev Sultanbek Turdibay o'g'li, Sultamuratov Qallibek	
The function and value of commercial banks in fostering capital market growth	416
Isakov Janabay Yakipbaevich	
Raqamli texnologiyalarning korxonalar risk boshqaruvidagi rolini swot tahlili orqali tadqiq etishning ahamiyati	427
Tojimatov Izzatbek Ikromali o'g'li	
The state and development trends of business process auditing in joint-stock companies in uzbekistan.....	439
Utegenova Sarbinaz Turdimuratovna	
Mamlakatimizda amaldagi budjetlararo munosabatlarning tartibi hisobi, hamda uning ahamiyati	444
Tuxsanov Eldor Dilmurod o'g'li, Saydullayeva Zeboxon Shukrilla qizi	
Qurilish materiallari sanoatida innovatsion klasterlarni boshqarishni takomillashtirish	462
Xaydarova E'zoza Shukurullayevna, Li Zin Bo	
Barqaror rivojlanish va yashil iqtisodiyotning mamlakatimizda so'nggi yillardagi oshib borayotgan ahamiyati	467
Bahodirova Mohigul	
Conceptual framework for boosting the financial and economic performance of investment projects in industrial enterprises.....	472
Sarriev Kahraman Ramatullaevich	
Bandlik va ayollar tadbirkorligi	477
Ibodullayeva M.S.	
Mamlakatimiz yalpi ichki mahsulotini ekonometrik prognozlash.....	482
A'zamov Musurmon Axmadovich, Islomov Javohir	



Eksport siyosatini tadbirkorlik faoliyati rivojlanishiga ta'siri	488
Suvonov Ibrohim Izbosarovich, Abdug'aniyev Murodjon Shavkat o'g'li	
Aholini ish bilan ta'minlashda qishloq aholisini mehnat salohiyatidan foydalanish.....	492
Noiba Qodirova Maxmud qizi	
Yashirin iqtisodiyotni kamaytirishda rasmiy bandlik va moliyaviy munosabatlarni rivojlantirish	497
Xalimbetov Farxad Bagibekovich, Reyimberdiyev Baburbek Adilbek o'g'li	
Analysis of touristic potential and capacity of ecotourism sites	501
Abdurakhmanova Akida Faizulla kizi	
Xorijiy investitsiya ishtirokidagi korxonalarni moliyalashtirishni takomillashtirish.....	509
Salohiddinov Jaloliddin	
Infratuzilma va bozor infratuzilmasi tushunchalarining nazariy tavsifi	516
G'aniyev Botir Baxtiyorovich	
O'zbekiston va xorijiy davlatlarda aksiyadorlik jamiyatlarining qimmatli qog'ozlar orqali kapital yig'ish strategiyalari	520
Dilnozaxon Muxitdinova	
Iqtisodiy inqiroz paytida korxonalarda likvidlikni boshqarish strategiyalari	527
Abdusalomova Nodira Bakhodirovna, Jabborova Sevinch Xusanovna	
O'zbekistonda islomiy mikromoliyaviy xizmatlar orqali ish bilan bandlikni oshirish istiqbollari.....	532
Mamatkulov Humoyun Bobir-ugli	
Textile enterprises and changing market conditions: integration of demand analysis, trend forecasting and strategic assortment management	536
Ikramova Nodira Burkxon kizi	
Aksiyadorlik korxonalari boshqaruv tizimida korporativ madaniyatni takomillashtirish	540
Umarkhodjaeva Muyassarhon Ganievna, Omanova Nargiza Rustam qizi	
Moliyaviy faoliyat natijalari hisobi va auditini takomillashtirish.....	548
Po'latov Xudoyberdi Uktamovich, Abduxoliqov Isomiddin Ikrom o'g'li	
Rivojlangan va rivojlanayotgan mamlakatlarda iqtisodiyotning real sektori korxonalariga kreditlar bo'yicha foiz stavkalariga ta'sir ko'rsatishda markaziy banklarning qayta moliyalash stavkalarining rolini tahlil qilish	553
Jabbarov Eliboy, Abdullayeva Charos Abdullo qizi	
O'zbekistonda qishloq xo'jalik mahsulotlarini qayta ishlashda innovatsiyalarning roli va iqtisodiy samaradorligi	558
Raximov Baxromjon Ibroximovich, Solohiddinov Nuriddin Sirojiddin o'g'li	
Sirkulyar iqtisodiyotni rivojlantirish orqali chiqindilarni boshqarish muammosini bartaraf etish yo'llari	563
Narzullayev Elmurod Shuxrat o'g'li, Hamrokulov Ulug'bek Abdurahmatovich	
Korxonani samarali boshqarishni ta'minlash strategiyalari	567
D.Mutalova	
Masofaviy ta'lim platformalarining qiyosiy tahlili va funksional xususiyatlari.....	571
Nabieva Nilufar Nabi qizi	
Raqamli iqtisodiyotning jamiyat hayotiga ta'siri.....	577
Aripova Ziyoda Xayrullayevna, Nurmuxamedova Tursunoy Usmonovna	
Transportda turistik xizmatlarni boshqarish mexanizmini takomillashtirish.....	581
Tuychiyev Anvarjon Muxtorjonovich	
Ipak yo'lining tarixiy madaniy merosi va hunarmandchiligi: dolzarb muammolar va tadqiqot istiqbollari	584
Xushnazarova Maxzuna Gulamdjanovna	
Eksport faoliyatini rag'batlantirishda institutsional va moliyaviy mexanizmlarning roli.....	589
Umarkulov Kodirjon Maxamadinovich	



Elektron pul evolyutsiyasi.....	595
Marpatov Mavlonxon Dadashevich	
Yashil iqtisodiyotga o'tish jarayonida sanoat korxonalarining roli.....	600
Nasullayeva Yoqutoy Nasim qizi	
O'zbekistonda turizm marketingi va raqobatbardoshligini oshirish	606
Ikramova Nasiba Axmadovna	
Kambag'allikni qisqartirishning zamonaviy yo'nalishlari.....	610
Mirzayev Qulmamat Jonuzoqovich, Shodiyev Fazliddin Qalandar o'g'li	
Jamiyatda imkoniyati cheklanganlarning bandligini ta'minlashning ijtimoiy-iqtisodiy asoslari.....	615
Tilavova Munisa Maxmudovna	
Moliyaviy matematika vositalarining O'zbekiston kredit tizimidagi qo'llanilishi.....	620
Shamsiyeva Nigora Rafiq qizi	
Ecological sustainability in tourism: regional practices and global reflections.....	626
Sayyora Safaeva	
Quyi amudaryo mintaqasida turli darajadagi destinasiyalararo ixtisoslashgan klasterlarni shakllantirish asoslari va ularning o'ziga xos jihatlari.....	631
Doschanov Tangirbergen, Ollanazarov Bekmurod Davlatmurotovich	
Fine dining restoranlarida marketing strategiyalarining shakllanishi va mijoz jalb qilishda ularning ahamiyati.....	641
Jumaniyazova Sarvinov Mansur qizi	
Soliq to'lovchilarning majburiyatlari bajarilishini kontseptual asoslari va shartlari asoslari xususida.....	644
Abdusherozov Abdullo Baxtiyorovich	
Davlat sektoridagi tashkilotlarda smetalar tuzish tartibi	651
Abdulaziz Norquchqorov Ziyadullayevich	
Качественное развитие рынка труда узбекистана.....	657
Мамадалиева Хафиза Холдаровна	
Kichik biznes subyektlarining aholi bandligini ta'minlash orqali kambag'allik darajasini pasaytirishdagi o'rni.....	664
Maxamadaliyev Boburbek Baxodir o'g'li	
Устойчивое развитие esg-менеджмента: от тренда к фундаментальной стратегии выживания и процветания.....	670
Собирова Нилуфар Бекпулат кизи	
Sirdaryo viloyatida investitsion faollikni oshirishda davlat va xususiy sektor hamkorligi	676
Mamatqulova Muxlisa Komiljon qizi	
Qurilish loyihalarini moliyalashtirishning milliy va xalqaro tajribasi	681
Yashin Iboyev	
Xizmatlar sohasida innovatsion muhitni yaratishning dolzarb masalalari.....	687
Kamoliddin Mamatqulovich Ibodov, Jamshid Abduxaliqovich Xolboyev	
Sanoat korxonalarining raqobatbardoshligini boshqarishda tovar aylanmasi tahlili.....	692
Jumayeva Gulrux Jo'raqulovna	
Xo'jalik yurituvchi subyektlarda innovatsion faoliyatning moliyaviy va boshqaruv hisobini takomillashtirish masalalari	698
Xushvaqtova Nozanin Nurbek qizi	
Effect of processing on nutrients in tomato products.....	706
Ergasheva Muhabbat Komil kizi	
Asosiy vositalarni davomiy (uzluksiz) baholash.....	710
Kuziev Islom Nematovich, Raxmonov Xurshidbek Shavkat o'g'li	
Sun'iy intellekt: Markaziy banklarni qanday o'zgartirmoqda?	715
Shahboz Qozoqov Ortiqbaevich	



Kichik biznes subyektlarida tashkil etilgan baliqchilikka ixtisoslashgan xo'jaliklarning mamlakat oziq-ovqat xavfsizligini ta'minlashdagi o'rni.....	720
Vazirov Azamat Yoqubjonovich	
Korxonalarining marketing faoliyatini strategik rivojlantirish yo'nalishlari.....	725
Isokboeva Zilola Rustam qizi	
К целям повестки 2030: анализ экономических индикаторов узбекистана	728
Салахутдинова Юлдуз Голибовна	
Современное состояние исследований в области использования цифровых технологий в инвестиционной деятельности	734
Ирмухамедова М.Д.	
Tijorat banklarining raqamli transformatsiyasi jarayoni, uning imkoniyatlari va xavf-xatarlarini tahlil qilish.....	741
Eshqobilov Ahmat Jovliyevich	
Aholi sonining o'sishi va iqtisodiy infratuzilmaga yuklanish: hududiy tahlil	745
To'rayev Nurbek Baykulovich	
O'zbekistonda oziq-ovqat xavfsizligini ta'minlash va boshqarishning hududiy rivojlantirish strategiyasi	751
Nuraliev Temurjon Erkinjon o'g'li	
O'zbekistonning zamonaviy korxona va tashkilotlarda boshqaruv masalalari	756
Ahtamova Mohigul Erkinovna	
Davlat tashkilotlarida ichki audit tuzilmalarini tashkil etishni rivojlantirish	761
Nasimov Fazliddin Sirojevich	
Yashil moliyalashtirishda sun'iy intellekt texnologiyalarining roli: imkoniyatlar va xavflar tahlili	765
Isoqulova Munisxon Abdurasul qizi	
Критерии экологичности бренда: как измерить «зеленый» имидж?	769
Носирова Чарос	
Qishloq xo'jaligini innovatsion texnologiyalar asosida boshqarish	775
Mamadiyarov Dilshad Uralovich, Normurodov Sarvar Norboy o'g'li	
«O'ztransgaz» AJ faoliyatini 2024–2027 yillarga prognozlashtirishda ekonometrik modellar asosida tahlil	784
Sindorov Davlatbek Abdumajid o'g'li, Murodov Sardor Nurali o'g'li	
Favqulodda vaziyatlarning oldini olishga qaratilgan tibbiy profilaktik ishlar.....	791
Mahmudov Otamurod Hoshimovich, Murtazova Sh.N.	
Xizmat ko'rsatish sohasida elektron tijoratni rivojlantirishga ta'sir etuvchi omillar tahlili.....	795
Maxmudov Lazizbek Ubaydullo o'g'li	
O'zbekiston chakana savdosi tizimi va uning rivojlanishi.....	806
Yaqubov Azizbek G'anibekovich	
Milliy iqtisodiyotni tartibga solishda davlatning o'rni va maqsadi	812
Amonov Mehriddin Oromiddinovich	
Investitsion faoliyatni amalga oshirishning xorij tajribasi va mamlakatimizda foydalanish istiqbollari.....	816
O'tamurodova Surayyo Shokirjon qizi	
Uy-joy fondini boshqarish samaradorligini oshirishda zamonaviy sifat menejmenti tizimining o'rni.....	822
Asadullina Nailya Ramilevna, Normurodov Sarvar Norboy o'g'li	
Значение искусственного интеллекта в области педагогики на основе мультимедийных приложений	829
Бегалиев Файзали Умаралиевич	
Sog'lomlashtirish turizmida ekologik va ijtimoiy ta'sirlarning sintezi	832
Naimov Saidjon Yusup o'g'li	



Kasbiy ta'lim tashkilotlarida o'quvchilarni raqamli kompetensiyasini baholashning metodologik asoslari.....	835
Maxkamova Zuxra Tursunpulotovna	
Обзор по теме Современные системы управления возбуждение синхронных машин и перспективы их развития (Формирования законов управления).....	841
Алиев Абдор Мураткулович	
O'zbekistonda turizm va servis sohasida davlat- xususiy sheriklik mexanizmidan foydalanish istiqbollari.....	846
Mamayusupova Dilovarxon Begmatovna	
Tijorat banklarida operatsion risklarini baholash va boshqarish tizimini tashkil qilish	850
Jaxongir Rabbimov	
Tomorqa xo'jaliklari faoliyatini tahlil qilishda statistik modellar va metodlardan foydalanish yo'nalishlari.....	855
Turobov Sherzod Alisherovich	
Совершенствование порядка расчёта и взимания НДС в узбекистане: аналитический подход.....	860
Бисенбаев Шарьяр Куанишбай ули	
Mintaqaviy iqtisodiyotda inson kapitalini raqamli transformatsiyalash masalalari.....	864
Yusubboeva Dinora Quadrat qizi	
Iqlim o'zgarishlari va rekreatsiya turizmining kelajagi: muammolar va yechimlar	870
Shaymanova Nigora Yusupovna	
Sirdaryo viloyatining turizm imkoniyatlari va o'ziga xos turizm resurslari.....	875
Tursunova Gulmira Rabbonovna	
Samarqand viloyatida investitsion-innovatsion faollikni oshirish holati va investitsiyalarning tarkibiy xususiyatlari.....	883
Bektemirov Abdumalik Bektemirovich, Axrorov Abbos Aslamjon o'g'li	
Global innovatsion indekslar va o'zbekiston: rivojlanish yo'nalishlari va bosqichlari	889
Bekmurodova Gavhar Adham qizi	
Aksiyadorlik jamiyatlarida korporativ boshqaruvga raqamli texnologiyalarni joriy qilishning ilmiy-nazariy asoslariga qarashlar	895
Suyunov Dilmurod Xolmuradovich, Xabibullayeva Shirinxon Toxir qizi	
Xalqaro standartlar asosida moliyaviy instrumentlar hisobini va auditini takomillashtirish.....	902
Nuraliyev Behzod Baxtiyor o'g'li	
Внедрение и адаптация исламского банкинга в экономике узбекистана	906
Б.Б.Ахмаджанов, М. С.Шукруллаева, Д.Р.Сафаева	
Kichik biznesning iqtisodiy o'sishni ta'minlashdagi ahamiyatini baholash uslubiyoti.....	911
Ermatov Akmaljon Adxamovich	
"Neyromarketing" asosida o'zbekiston turizm brendi tahlili	916
Narziqulov Elbek Farxod o'g'li	
Xalqaro bozorlarda zamonaviy marketing vositalaridan foydalanish	922
Meliqulov Abdulhalil Norinovich	



XALQARO BOZORLARDA ZAMONAVIY MARKETING VOSITALARIDAN FOYDALANISH

Meliqulov Abdulhalil Norinovich

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti tadqiqotchisi

Annotatsiya: Ushbu maqolada xalqaro bozorlarda zamonaviy marketing vositalaridan foydalanish masalalari tahlil etilgan. Asosiy e'tibor omni-kanalli marketing, sun'iy intellekt (AI), raqamli targetting, inflyuenser marketing va avtomatlashtirilgan marketing tizimlariga qaratilgan.

Kalit so'zlar: zamonaviy marketing, kontent marketing, elektron pochta marketingi (email marketing), ijtimoiy tarmoqlar marketingi (SMM), axborotni qidirishga mo'ljallangan tizimlar.

Abstract: This article analyzes the issues of using modern marketing tools in international markets. The main focus is on omni-channel marketing, artificial intelligence (AI), digital targeting, influencer marketing, automated marketing systems.

Key words: Modern marketing, content marketing, email marketing, social media marketing (SMM), information retrieval systems.

Аннотация: В статье анализируются вопросы использования современных маркетинговых инструментов на международных рынках. Основное внимание уделяется омниканальному маркетингу, искусственному интеллекту (ИИ), цифровому таргетингу, маркетингу влияния, автоматизированным маркетинговым системам.

Ключевые слова: Современный маркетинг, контент-маркетинг, email-маркетинг, маркетинг в социальных сетях (SMM), информационно-поисковые системы.

KIRISH

Jahon iqtisodiyotida yuz berayotgan globallashuv va raqamlashuv jarayonlari fonida korxonalar oldida bozorda faol ishtirok etish, raqobatbardosh mahsulotlar taklif qilish hamda iste'molchilarning tez o'zgaruvchan ehtiyojlariga moslashish kabi muhim vazifalar turibdi. Aynan shu sharoitda marketing faoliyati, xususan, zamonaviy marketing vositalaridan samarali foydalanish masalasi korxona faoliyati samaradorligini ta'minlovchi strategik omilga aylanmoqda.

Ta'kidlash joizki, bozor iqtisodiyoti sharoitida iste'molchilar talabi markaziy o'rinni egallaydi va barcha ishlab chiqarish, savdo, reklama hamda xizmat ko'rsatish jarayonlari aynan mijoz ehtiyojlariga yo'naltiriladi. Bunday sharoitda an'anaviy marketing usullari yetarli samara bermasligi mumkin. Shu bois, zamonaviy texnologiyalarga asoslangan, raqamli tahlillarga tayanuvchi va tezkor muloqotni ta'minlaydigan marketing hamda kommunikatsiya vositalari bugungi kun talablari darajasidagi asosiy vositaga aylanmoqda.

Zamonaviy marketing vositalariga kontent marketing, elektron pochta marketingi (email marketing), ijtimoiy tarmoqlar marketingi (SMM), axborotni qidirishga mo'ljallangan tizimlar optimallashtiruvi (SEO), internet-reklama (Google Ads, YouTube Ads, tizimli targetting), mijozlar bilan munosabatlarni boshqarish tizimlari (CRM), chat-botlar, inflyuenser marketing, reklama avtomatizatsiyasi va boshqa zamonaviy yondashuvlar kiradi. Ushbu vositalar yordamida korxonalar mijozlar bazasini aniqlashtirishi, ular bilan individual aloqalarni shakllantirishi, ehtiyojlarini tahlil qilishi va raqobat muhitida o'z mavqeini mustahkamlashi mumkin.

Bundan tashqari, zamonaviy reklama — marketingning eng ta'sirchan yo'nalishlaridan biri sifatida alohida ahamiyat kasb etadi. Jahon amaliyoti shuni ko'rsatadiki, har bir muvaffaqiyatli brend ortida strategik asosda ishlab chiqilgan reklama kampaniyasi mavjud. Korxona imidjini shakllantirish, mijoz ongida brendni mustahkamlash, tovar va xizmatlar haqida axborot yetkazish, iste'mol talabini oshirish va savdo hajmini kengaytirish kabi vazifalar aynan reklama vositalari orqali amalga oshiriladi. Bunda televizion reklama, radioefirlar, bannerlar, tashqi reklama vositalari bilan bir qatorda raqamli tarmoqlardagi reklama kanallaridan foydalanish yanada yuqori samaradorlik bermiqda.

Mamlakatimizda ham so'nggi yillarda iqtisodiyotni raqamlashtirish, tadbirkorlik muhitini yaxshilash, marketing va reklama sohalarini tartibga solishga qaratilgan yangi huquqiy-me'yoriy hujjatlar qabul qilinmoqda. Ayniqsa, xususi sektorida kichik va o'rta biznes subyektlarining raqamli marketing platformalariga bo'lgan



qiziqishi ortib bormoqda. “Target reklama”, bloggerlar orqali marketing, videokontent marketingi kabi vositalar keng qo'llanmoqda.

Ta'lim va ilmiy tadqiqot sohalarida ham zamonaviy marketing vositalariga oid bilimlarni kengaytirish, amaliyotga yo'naltirilgan tadqiqotlar olib borish orqali milliy va xalqaro bozorlarda raqobatbardosh, innovatsion va yuqori qo'shilgan qiymatga ega mahsulotlarni targ'ib qilish imkoniyatlari kengaymoqda.

MAVZUGA OID ADABIYOTLAR SHARHI

Xalqaro bozorlarda zamonaviy marketing vositalaridan foydalanish bilan bog'liq masalalar Kotler P., Kartajaya H., Setiawan I., Huan H.D., Kumar V. va Mussry J. kabi xorijiy olimlarning ilmiy tadqiqotlarida keng yoritilgan¹.

Filip Kotler — amerikalik iqtisodchi va zamonaviy marketing fanining asoschilaridan biri bo'lib, dunyodagi eng nufuzli marketologlardan hisoblanadi. Uning ilmiy ishlari strategik marketing va brend boshqaruvi, ijtimoiy (social) va insonparvar (human-centric) marketing, nodavlat, davlat va fuqarolik sektorlarida marketing falsafasi, inson qadri, texnologiya va tajribaga asoslangan yangi marketing modellari hamda raqamli marketing evolyusiyasi (Marketing 4.0, 5.0, 6.0) kabi yo'nalishlarni qamrab oladi. Ayniqsa, Kotlarning Marketing 4.0, 5.0 va 6.0 asarlari zamonaviy raqamli marketing evolyusiyasi, iqtisodiyotda transformatsion yondashuvlar va mijoz markazidagi marketing konsepsiyalarini yoritganligi bilan mashhur.

Hermawan Kartajaya — Indoneziyalik marketing mutaxassisi, MarkPlus, Inc. kompaniyasi asoschisi va boshqaruvchisi bo'lib, uning ilmiy faoliyati marketingni madaniy va ijtimoiy o'zgarishlar bilan bog'lashga qaratilgan. U mintaqaviy va milliy brendlash, ijtimoiy qadriyatlarga asoslangan marketing strategiyalari, marketing orqali jamiyatni rivojlantirish g'oyalarini ilgari surgan. Kartajayaning mashhur asarlari Filip Kotler bilan hammualliflikda yozilgan Marketing 3.0–6.0 konseptual ishlarida aks etgan.

Iwan Setiawan Indoneziyalik olim va marketing tadqiqotchisi bo'lib, raqamli texnologiyalar, foydalanuvchi xulq-atvori va statistik tahlil sohalarida faoliyat yuritgan. U omnichannel marketing, customer journey (mijoz sayohati) tahlili, digital engagement, brend ifodasi va foydalanuvchi tajribasi kabi mavzularda tadqiqotlar olib borgan. Setiawan Filip Kotler bilan birgalikda yozgan Marketing 4.0, 5.0 va 6.0 asarlarida raqamli transformatsiyaning jamiyat va iste'molchilarga ta'sirini keng tahlil qilgan.

Hooi Den Huan Singapurdagi Nanyang Technological University professori bo'lib, immersive marketing (AR/VR, metavers tajribasi), virtual tajriba dizayni, texnologiyaga asoslangan brend ifodasi va interaktiv marketing vositalari mavzularida tadqiqotlar olib borgan. U marketing sohasidagi yangi media vositalari va virtual muhitda foydalanuvchi ongini shakllantirishga oid izlanishlar bilan tanilgan. Uning ishlari Kotler bilan hammualliflikda yozilgan Marketing 6.0 asarida o'z ifodasini topgan.

V. Kumar AQShning Georgia State University professori bo'lib, u marketing analitikasi va mijoz ma'lumotlarini tahlil qilish bo'yicha yetakchi olimlardan biri hisoblanadi. Uning ilmiy ishlari Customer Lifetime Value (mijozning hayotiy qiymati), Return on Investment (investitsiyadan daromad), predictive analytics (bashoratli tahlil) va mijozlar asosida strategik qaror qabul qilishga qaratilgan. Kumar marketing samaradorligini aniqlash, bozor segmentatsiyasi va raqamli strategiyalarning iqtisodiy samarasi kabi yo'nalishlarda tadqiqotlar olib borgan.

Jacky Mussry Indoneziyalik marketing va biznes strategiyasi bo'yicha ekspert bo'lib, u MarkPlus Institute direktori va MCorp vitse-prezidenti sifatida faoliyat yuritadi. Mussry operatsion menejment, korxonada faoliyatni optimallashtirish, transformatsiya va innovatsiyaga asoslangan tashkilot modeli, resilience (barqarorlik), operational agility (moslashuvchanlik) va umumiy samaradorlikni oshirish bo'yicha tadqiqotlar olib borgan. Uning mashhur Reimagining Operational Excellence asari korxonalarda samaradorlikni oshirishga qaratilgan ilg'or modellarni taklif etadi.²

O'zbekistonda xalqaro bozorlarda zamonaviy marketing vositalaridan foydalanishning ayrim masalalari iqtisodchi olimlar A.Sh. Bekmurodov, M.S. Kasimova, Sh.J. Ergashxodjaeva, Ya.K. Karieva va I.A. Ahmedov tomonidan o'rganilgan.

1 Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). *Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital*. Wiley; Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2021). *Marketing 5.0: Technology for Humanity*. Wiley; Kotler, P., Huan, H. D., & Setiawan, I. (2024). *Marketing 6.0: The Future Is Immersive*. Wiley; Kotler, P., & Stigliano, G. (2024). *Redefining Retailing: 10 Guiding Principles for a Post-Digital World*. Wiley; Kotler, P., & Kumar, V. (2024). *Transformative Marketing: Achieving Superior Customer Engagement and Business Value*. Macmillan; Kotler, P., Kartajaya, H., & Mussry, J. (2024). *Reimagining Operational Excellence: New Strategies for a Resilient and Sustainable Business*. Wiley; Kotler, P., et al. (2024). *Humanism in Marketing – Responsible Leadership and the Human-to-Human Approach*. Springer; Kotler, P. (2024). *Marketing in the New Economy (Legend in Marketing Series)*. Vibrant Publishers.

2 Бекмуродов А.Ш. Эффективность маркетинга средств производства. Автореф. дис. докт. экон. – Т., 1993.; Karieva Ya.K. O'zbekistonni jahon bozoriga chiqish uchun xalqaro yo'laklardan samarali foydalanishning logistik transport muammolari. Iqt. fan. dok. diss. avtoref.-T., 2004.-44 b.; Ergashxodjaeva Sh. Bozor raqobati sharoitida qishloq joylarida kooperatsiyani rivojlantirishning marketing strategiyasi. Iqt. fan. dok. diss. avtoref. –Toshkent: TDIU, 2007.; Ahmedov I.A. Korxonalar tashqi iqtisodiy faoliyatida xalqaro marketingni faollashtirishning metodologik asoslarini takomillashtirish. Iqt. fan. dok. diss. avtoref. -T., 2021.-76 b.



A.Sh. Bekmurodovning ilmiy ishlarida B2B (Business to Business), B2C (Business to Consumer), C2C (Consumer to Consumer), B2G (Business to Government) va G2C (Government to Citizen) yo'nalishlarida marketingni rivojlantirish orqali samaradorlikni oshirish, korxonalarda marketing faoliyatining natijadorligini baholash hamda iste'molchilarning faol xarid harakatlarini boshqarish masalalari yoritilgan.

Sh.J. Ergashxodjaeva o'z tadqiqotlarida raqobat sharoitida korxonalarning marketing faoliyatini takomillashtirish, eksport salohiyatini oshirish orqali savdo hajmini kengaytirish yo'llari bo'yicha ilmiy taklif va tavsiyalar ishlab chiqqan.

I.A. Ahmedovning ilmiy izlanishlari korxonalar tashqi iqtisodiy faoliyatida xalqaro marketingni faollashtirishga qaratilgan bo'lib, unda tashqi bozorlarda marketing strategiyasini ishlab chiqish, xalqaro marketingni tadqiq qilish metodologiyasi, eksportbop mahsulotlar ishlab chiqarishni ko'paytirish va tashqi iqtisodiy faoliyatni rivojlantirish bo'yicha korxonalarni diversifikatsiyalash modellari amaliy nuqtayi nazardan asoslab berilgan. Shuningdek, u zamonaviy marketing strategiyalarining tatbiqiy imkoniyatlarini ham atroflicha yoritgan.

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Tadqiqotda ilmiy bilishning iqtisodiy tahlil, mantiqiylik, ilmiy abstraksiyalash, guruhlash, qiyoslash, retrospektiv tahlil kabi hamda boshqa tegishli uslublaridan foydalanildi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Marketing — bu korxona faoliyatining ajralmas qismi bo'lib, u bozordagi ehtiyoj va talabni aniqlash, ushbu ehtiyojlarni qondirish maqsadida mahsulotlar va xizmatlarni ishlab chiqish, ularni iste'molchilarga yetkazish hamda foyda olishni ko'zlagan kompleks jarayonlarni o'z ichiga oladi. Marketing faqat sotish faoliyati bilan cheklanmay, balki bozorni chuqur o'rganish, iste'molchi xulq-atvorini tahlil qilish va ular bilan uzoq muddatli munosabatlarni shakllantirishga qaratilgan strategik faoliyatdir.

Hozirgi zamonaviy sharoitda marketingning roli yanada ortib bormoqda. Korxonalar o'z raqobatbardoshligini saqlab qolish va mijozlar ehtiyojini to'liq qondirish uchun marketing strategiyalarini samarali shakllantirishga intilmoqda.

Marketingning ta'rifi, asosiy vazifalari va evolyutsiyasi ushbu sohaning murakkab, biroq nihoyatda muhim yo'nalish ekanini ko'rsatadi. U har qanday biznesning muvaffaqiyatini ta'minlaydigan strategik vosita hisoblanadi. Bugungi raqobat muhiti sharoitida iste'molchiga moslashish, uning ehtiyojlarini chuqur o'rganish va ilg'or texnologiyalardan foydalanish orqali yuqori samaradorlikka erishish mumkin. Zamon talablariga mos ravishda raqamli platformalar, sun'iy intellekt va tahlil vositalari marketingning ustuvor yo'nalishlariga aylanmoqda.

Marketing o'z tarixiy taraqqiyoti davomida bir necha bosqichlardan o'tgan. Har bir bosqich o'ziga xos xususiyatlari, biznes modeli va mijozga bo'lgan munosabati bilan ajralib turadi. Quyidagi jadvalda ushbu bosqichlar batafsil yoritiladi (1-jadval).

1-jadval. Marketing konsepsiyalarining solishtirma jadvali³

Bosqich	Davr	Asosiy shiori	Asosiy e'tibor markazida	Kamchiliklari
1. Ishlab chiqarish konsepsiyasi	1900 -1930 y.	Arzon va ko'p ishlab chiqar	Ishlab chiqarish samaradorligi	Mijozning turli ehtiyojlarini inkor qilinadi
2. Tovar konsepsiyasi	1930 -1950 y.	Mijoz sifatli tovarni hohlaydi	Texnologiya va sifat	Mijoz fikri kam hisobga olinadi
3. Sotish konsepsiyasi	1950 -1970 y.	Tovarni ko'proq sotish kerak	Agressiv reklama va sotuv	Mijoz sodiqligi juda past
4. Marketing konsepsiyasi	1970 -2000 y.	Mijoz - doimo haq	Iste'molchi va unga qiymat yaratish	Raqobat shiddatli, tadqiqotlar yuqori harajatli
5. Ijtimoiy marketing konsepsiyasi	1970 - yildan hozirga qadar	Faqat mijoz emas, jamiyat manfaatlari ham muhim	Jamiyat, atrof muhit, ijtimoiy mas'uliyat	Yuqori xarajatli, KPI ni aniqlash qiyin
6. Raqamli va intellektual marketing konsepsiyasi	2015 -yildan hozirga qadar	Mijoz internetda tovar va reklama, sotuv ham u yerda	Big Data, SMM, SEO, onlayn platforma, avtomatlashtirish	Texnologik xatarlar, shaxsiy ma'lumotlarni saqlash, yuqori raqobat muammosi

3 Muallif tomonidan tuzilgan.



Bugungi keskin raqobatlashgan bozor sharoitida an'anaviy marketing usullari yetarli darajada samara bermayapti. Shu bois, bozor ishtirokchilari — korxonalar va tashkilotlar zamonaviy marketing vositalaridan foydalanishga tobora ko'proq e'tibor qaratmoqda.

"Zamonaviy marketing — bu raqamli texnologiyalar, sun'iy intellekt va ma'lumotlar tahlili yordamida inson ehtiyojlarini qondirishga yo'naltirilgan markazlashtirilgan tizimdir"⁴.

Zamonaviy marketing — bu raqamlashtirilgan dunyoda mijozlar ehtiyojlarini aniqlash, ular bilan interaktiv aloqalarni yo'lga qo'yish hamda uzoq muddatli munosabatlarni rivojlantirishga qaratilgan usuldir.

Bugungi global raqobat sharoitida har qanday korxona marketing faoliyatini raqamlashtirish, mijozlar bilan barqaror aloqalarni yo'lga qo'yish va samaradorlikni oshirish maqsadida zamonaviy marketing vositalaridan keng foydalanishi zarur. Zamonaviy marketing vositalari faqat an'anaviy reklama, fokus-guruhlar va sotuvni rag'batlantirish bilan cheklanmay, balki raqamli platformalar, ma'lumotlar tahlili, CRM tizimlari, sun'iy intellekt asosidagi yondashuvlar va ijtimoiy tarmoqlar marketingi kabi texnik imkoniyatlar orqali bozordagi raqobatbardoshlikni mustahkamlashni nazarda tutadi.

Quyidagi jadvalda zamonaviy marketing vositalari, ularning paydo bo'lgan davri, asosiy funksiyalari, afzalliklari va qo'llanilish sohalari batafsil tahlil qilinadi (2-jadval).

2-jadval. Zamonaviy marketing vositalari va ularning rivojlanishi⁵

№	Vosita nomi	Paydo bo'lgan yili	Asosiy vazifasi	Afzalliklari	Qo'llanilish sohasi
1	TV va radio reklama	1930-1950 y.	Katta auditoriyaga keng qamrovli ta'sir qilish	Imidj yaratish, yuqori ta'sir, taniqlilik	Brend yaratish, savdo, bank, avtosanoat
2	BTL targ'ibot	1960-y.	Offlayn shaxsiy aloqa— degustatsiya, namoyishlar, taqdimot	Jonli taassurot, brending, mahalliy ishonch	FMCG, ichiluvchi mahsulotlar, kosmetika
3	Email-marketing	1978 y.	Elektron pochta orqali axborot va takliflarni yuborish	Arzon, avtomatlashtirish oson, shaxsiylashtirish mumkin	B2B va B2C, servislari, onlayn savdo, ta'lim
4	CRM	1990-y.	Mijozlar bilan munosabatni saqlash va tahlil qilish	Mijoz sodiqligi oshadi, ma'lumotlar tizimlashtiriladi	Avtomobil, bank, sug'urta, e-commerce
5	SEO	1997 y.	Veb-saytni qidiruv tizimlarida yuqori o'ringa chiqarish	Tabiiy trafik, uzoq muddatli foyda, ishonch uyg'otadi	Veb-saytlar, internet do'konlar, bloglar
6	Google Analytics	2005 y.	Veb-sayt trafiginini kuzatish, tahlil qilish	Real vaqtda tahlil, kanal samaradorligini o'lchaydi	Barcha veb-saytlar, kontent platformalar
7	Mobile Marketing	2007 y. (iPhone)	Smartfonlar orqali push-xabar, SMS, mobil ilova orqali reklama yuborish	Joyida va real vaqtda aloqa, geo-targeting imkoni	Retail, xizmat ko'rsatish, yetkazib berish xizmatlari
8	PPC (Google Ads)	2000 y.	Klik uchun pul to'lab, maqsadli auditoriyaga reklama yetkazish	Tez natija, targetlash imkoni, ROI aniq hisoblanadi	Internet do'konlar, xizmatlar, startaplar
9	Kontent marketing	2000-y.	Foydali, qiziqarli materiallar orqali mijozni jalb qilish	Uzoq muddatli ishonch, SEO ni qo'llab-quvvatlaydi, bilimli brend imidji	Barcha sohalari: ta'lim, savdo, xizmat ko'rsatish
10	SMM	2004 y. (Facebook)	Ijtimoiy tarmoqlarda brendni targ'ib qilish va auditoriya bilan aloqa o'rnatish	Aniq targeting, interaktiv aloqa, virusli tarqalish imkoni	Instagram, Facebook, TikTok, Telegram, YouTube
11	Marketing Automation	2006 y.	Marketing jarayonlarini avtomatik ravishda boshqarish	Sog'lom A/B testlash, vaqt tejash, integratsiya imkonlari	Onlayn do'konlar, yirik mijoz bazalari

⁴ Kotler, P., Kartajaya, H., Setiawan, I. Marketing 5.0: Technology for Humanity. Wiley, 2021

⁵ Muallif tomonidan tuzilgan.



12	Influencer Marketing	2010 y.	Mashhur shaxslar orqali mahsulot yoki brendni targ'ib qilish	Ishonch uyg'otadi, virusli targ'ibot, personal ta'sir	Moda, kosmetika, turizm, texnologiyalar
13	QR-kodli bukletlar	2010 y.	Offlayn reklamaga raqamli kanalni qo'shish	Tez o'tish, tezkor faoliyat, AR va mobil integratsiya	Turizm, ko'rgazma, ta'lim, restoran va h.k.
14	Growth Hacking	2010 y.	Kreativ va arzon usullar bilan auditoriyani tez kengaytirish	Startaplar uchun samarali, tez ta'sir	"Software as a Service", ya'ni "Xizmat sifatida taqdim etiladigan dasturiy ta'minot", tech-startup, mobil ilovalar
15	Omni-channel Marketing	2012 y.	Barcha kanallarda uyg'un tajriba yaratish	Barqarorlik, mijozda yaxshi taassurot qoldiradi	Retail, kafelar, onlayn, offlayn xizmatlar
16	Gamification	2013 y.	O'yin elementlari orqali qiziqish uyg'otish va ishtirokni oshirish	Interfaollik, motivatsiya, fidbek oshadi	Til o'rganish, ta'lim, sog'liq, mobil ilovalar
17	Personalization	2014 y.	Mijozga shaxsiy taklif va kontent taqdim etish	Ishonchni oshiradi, smodqlikni kuchaytiradi	Onlayn savdo, striming, bilim, xizmat ko'rsatish
18	Hotjar, Heatmaps	2014 y.	Foydalanuvchi qaysi sahifada, qaerda ko'proq klik qilganini ko'rish	Foydalanuvchi tajribasini tahlili, sayt dizaynini optimallashtirishda yordam beradi	Veb-dizayn, internet do'konlar
19	Chatbot'lar	2016 y.	24/7 avtomatik javob berish va xizmat ko'rsatish	Xizmat tezligi, inson resursini tejaydi, har doim ishlaydi	E-commerce, bank, ta'lim, xizmatlar
20	AI-assistentlar (ChatGPT)	2020 y.	Kontent yaratish, savollarga avtomatik javob berish	Samaradorlik, vaqt tejamkorlik, shaxsiylashtirish imkoni	Ta'lim, marketing, xizmat ko'rsatish, veb-saytlar

Korxonada xalqaro bozorlarda zamonaviy marketing vositalaridan foydalanishni quyidagi yo'llar orqali amalga oshirish mumkin:

1. Marketing strategiyasini raqamlashtirish. Avvalo, korxonaning marketing strategiyasi raqamli iqtisodiyot talablariga mos ravishda qayta ko'rib chiqilishi zarur. Bunga maqsadli auditoriyani aniqlash, raqobatchilarni tahlil qilish va raqamli kanallar orqali brend strategiyasini ishlab chiqish kiradi. Masalan, B2C yo'nalishida faoliyat yuritayotgan korxonalar Instagram va TikTok kabi vizual platformalarda faol bo'lishi kerak. B2B kompaniyalar esa LinkedIn tarmog'i va elektron pochta marketingiga alohida e'tibor qaratishi lozim.

2. CRM tizimlarini joriy etish. Mijozlar bilan munosabatlarni mustahkamlash va shaxsiylashtirilgan marketingni yo'lga qo'yish uchun CRM (Customer Relationship Management) tizimlarini joriy etish zarur. CRM orqali mijozlarning xarid tarixi, qiziqishlari va aloqa ma'lumotlari yig'iladi. Bu esa sotuv hajmini 25–40 % gacha oshirish imkonini beradi.

3. Kontent-marketingni rivojlantirish. Kontent-marketing zamonaviy marketingning asosiy vositalaridan biri hisoblanadi. Bu orqali korxona o'z auditoriyasiga bilim, ishonch va qiymat yetkazadi. Bloglar, videoroliklar, infografikalar va podkastlar — barchasi mijozlar bilan barqaror aloqalarni shakllantiradi. Masalan, mahalliy kosmetika brendi haftalik "terini parvarishlash bo'yicha maslahatlar" videosi orqali YouTube kanalida 100 000 dan ortiq obunachiga ega bo'lgan.

4. Ijtimoiy tarmoqlar marketingi (SMM). Korxona o'z mahsulot va xizmatlarini keng auditoriyaga yetkazish uchun Facebook, Instagram, Telegram va TikTok tarmoqlaridan faol foydalanishi lozim. SMM vositasida mijozlar bilan bevosita muloqot qilish, fikr-mulohazalar yig'ish, tanlovlar va aksiyalar o'tkazish mumkin. Masalan, "Murad Buildings" qurilish kompaniyasi Instagram orqali uy-joylarni reklama qilish orqali mijozlar bilan to'g'ridan-to'g'ri muloqotga kirishib, onlayn bronlash xizmatidan foydalanuvchilar sonini ikki baravar oshirgan.

5. Raqamli reklama kanallaridan foydalanish. Google Ads, Meta Ads (Facebook/Instagram), YouTube va Telegram botlari orqali maqsadli reklama joylashtirish mumkin. Bu orqali xaridga tayyor auditoriyani aniq yo'naltirish mumkin bo'ladi. Targeting, retargeting, A/B testlash, klik va konversiya tahlili vositalari reklama



samaradorligini oshirishga xizmat qiladi. Masalan, kichik tikuvchilik korxonasi Google Ads orqali “maktab formasi” bo'yicha reklama berib, 10 kun ichida 1200 dan ortiq buyurtma olgan.

6. Email marketing va avtomatlashtirilgan aloqa tizimlari. Email marketing — arzon, tez va yuqori ROI (Return on Investment)ga ega bo'lgan samarali kanal hisoblanadi. Korxona mijozlarga yangiliklar, individual takliflar, tavsiyalar va hisobotlarni avtomatik tarzda yetkazishi mumkin. Buning uchun Mailchimp, GetResponse, SendPulse kabi platformalar qo'llaniladi. Ushbu tizimlar foydalanuvchi faolligiga qarab avtomatik tarzda “vakansiyalar”, “chegirmalar” yoki “savol-javoblar” yuborish imkonini beradi.

7. Analitika va marketing samaradorligini baholash. Zamonaviy marketing vositalaridan foydalanishda natijalarni muntazam baholab borish muhim ahamiyatga ega. Google Analytics, Facebook Insights, Yandex Metrica kabi platformalar yordamida marketing faoliyatining natijalari, trafik manbalari, foydalanuvchi xatti-harakatlari va mijozlar oqimi tahlil qilinadi. Bu esa strategik qarorlarni ma'lumotlarga asoslangan holda qabul qilish va byudjetni eng samarali kanallarga yo'naltirish imkonini yaratadi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Bugungi kunda jahon iqtisodiyotidagi globallashuv jarayonlari va raqamli texnologiyalarning jadal rivojlanishi xalqaro bozorlarda marketing faoliyatining mazmun va shaklini tubdan o'zgartirmoqda. Aynan shu sharoitda zamonaviy marketing vositalarining roli ortib, ular mahsulot va xizmatlarni samarali targ'ib qilish, yangi mijozlarni jalb etish, mavjud mijozlarni saqlab qolish hamda bozordagi raqobatbardoshlikni ta'minlashda muhim omilga aylanmoqda.

Zamonaviy marketing vositalari — bu faqat internetda reklama joylashtirish bilan cheklanmay, balki mijozlar bilan har tomonlama, shaxsiy va interaktiv munosabatlarni shakllantirishga qaratilgan tizimdir. Xususan, elektron pochta marketingi (Email Marketing), ijtimoiy tarmoqlar orqali marketing (SMM), izlash tizimlari orqali optimallashtirish (SEO/SEM), avtomatlashtirilgan marketing tizimlari (Marketing Automation), inflyuenser marketingi va shaxsiylashtirilgan takliflar (Personalization) xalqaro bozorlardagi asosiy raqamli vositalar sirasiga kiradi.

Xalqaro bozorlarda faoliyat yuritayotgan kompaniyalar ushbu vositalar orqali turli davlatlardagi mijozlar bilan individual muloqot qilish imkoniyatiga ega bo'lmoqda. Masalan, Amazon, Nike, Apple va Samsung kabi yetakchi brendlar barcha kanallarni uyg'unlashtirgan marketing strategiyalari asosida veb-saytlar, mobil ilovalar, ijtimoiy tarmoqlar va oflayn savdo nuqtalari orqali yagona foydalanuvchi tajribasini shakllantirib, global mijozlar bazasini kengaytirishga erishmoqda. Ushbu yondashuvlar nafaqat sotuv hajmini oshiradi, balki brendga nisbatan ishonch va mijoz sadoqatini mustahkamlaydi.

Bundan tashqari, raqamli marketing vositalari orqali real vaqt rejimida mijozlarning xulq-atvori tahlil qilinib, ularning ehtiyoj va afzalliklariga mos kontent, maxsus taklif yoki reklama materiallari ishlab chiqiladi. Bu esa xalqaro miqyosda turli madaniyat, til va iste'mol psixologiyasiga moslashgan marketing strategiyalarini amalga oshirish imkonini beradi. Misol tariqasida, Netflix foydalanuvchilarga til va hudud asosida kontent tavsiya etadi, Starbucks esa har bir mamlakat uchun maxsus QR-kodli ilovalar va lokal aksiyalarni taklif etadi.

Shuningdek, xalqaro marketing amaliyotida mijoz fikrini to'plash va tahlil qilish (feedback analytics), foydalanuvchi tajribasini baholash (UX analytics), interaktiv xarita (Heatmap) va A/B testlar orqali konversiyani oshirish imkoniyati yaratilmoqda. Ayniqsa, Hotjar, Google Analytics va Microsoft Clarity kabi vositalar veb-sayt faoliyatidagi to'siq va zaif joylarni aniqlash, foydalanuvchi xatti-harakatlarini tahlil qilish hamda natijadorlikni oshirishga xizmat qilmoqda.

Biroq xalqaro bozorlarda zamonaviy marketing vositalarini joriy etishda ayrim murakkabliklar mavjud. Jumladan, turli mamlakatlarda amal qiluvchi yuridik cheklovlar (masalan, GDPR, kuki siyosati), til va madaniyat farqlari, texnik infratuzilmaning rivojlanmaganligi, shuningdek, aholining raqamli savodxonlik darajasi marketing faoliyati samaradorligiga bevosita ta'sir ko'rsatishi mumkin. Shu sababli har bir yangi bozorda faoliyat boshlashdan avval chuqur bozor tahlili, lokalizatsiya siyosati va maqsadli auditoriyani aniqlash ishlari amalga oshirilishi lozim.

Xulosa qilib aytganda, xalqaro bozorlarda zamonaviy marketing vositalaridan samarali foydalanish — bu global raqobatda ustunlikni qo'lga kiritish, mijozlarga sifatli va shaxsiylashtirilgan tajriba taqdim etish, brend qadrini mustahkamlash hamda daromad oqimini kengaytirishning eng muhim strategik yo'nalishlaridan biridir. Marketing strategiyalarini texnologik imkoniyatlar, madaniy farqlar va inson psixologiyasini hisobga olgan holda shakllantirish esa kompaniyaning barqaror muvaffaqiyati garovidir.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Bekmurodov A.Sh. - Marketing nazariyasi va amaliyoti, Toshkent, 2021.
2. Ergashxodjayeva Sh.Dj., Yusupov M. Marketing. Darslik. — T.: “Innovatsion rivojlanish nashriyot - matbaa uyi”, 2024, 372 bet.



3. Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan Marketing 6.0: AI for Human Wellbeing Wiley Publishing, 2024.
4. Chaffey, Dave Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice, 9th Edition Pearson Education, 2024.
5. Lemon, Katherine N. & Verhoef, Peter C. Customer Experience Management in the Age of AI Harvard Business Review Press, 2025 (expected).
6. Kannan, P. K., & Li, Hongshuang (Alice) AI-Driven Marketing in Global Contexts Springer, 2024.
7. Philip Kotler, Kevin Lane Keller — Marketing Management, 15th edition, Pearson Education, 2016.
8. Jean-Pierre Jeannet, H. David Hennessey — Global Marketing Strategies, 6th edition, Houghton Mifflin, 2004.
9. Keegan, Warren J. — Global Marketing Management, 8th edition, Pearson Education, 2014.
10. Al Ries & Jack Trout — Positioning: The Battle for Your Mind, McGraw-Hill, 2000.
11. Hermawan Kartajaya, Philip Kotler, Iwan Setiawan — Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital, Wiley, 2017.
12. Iwan Setiawan, Philip Kotler, Hermawan Kartajaya — Marketing 5.0: Technology for Humanity, Wiley, 2021.



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. № 6

© 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>
