



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. 625 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 Sotvoldix'o'ja o'g'li, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dots.
Utayev Uktam Choriyevich, O'z.Respub. Bosh prokuraturasi boshqarma boshlig'i o'rinbosari
Ochilov Farkhod, O'zbekiston Respublikasi Bosh prokuraturasi IJQKD boshlig'i
Buzrukxonov Sarvarxon Munavvarxonovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent
Axmedov Javohir Jamolovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
Toxirov Jaloliddin Ochil o'g'li, texnika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), katta o'qituvchi
Bobobekov Ergash Abdumalikovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), v.b. dots.
Djudi Smetana, pedagogika fanlari nomzodi, dotsent (AQSH)
Krissi Lyuis, pedagogika fanlari nomzodi, dotsent (AQSH)
Glazova Marina Viktorovna, iqtisodiyot fanlari nomzodi (Moskva)
Nosirova Nargiza Jamoliddin qizi, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent
Sevil Piriyeva Karaman, falsafa fanlari doktori (PhD) (Turkiya)
Mirzaliyev Sanjar Makhamatjon o'g'li, TDIU ITI departamenti rahbari
Ochilov Bobur Baxtiyor o'g'li, TDIU katta o'qituvchisi



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Editorial board:

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

Ekspertlar kengashi:

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

Board of Experts:

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

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

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

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

Jurnalning ilmiyligi:

“Yashil” iqtisodiyot va taraqqiyot” jurnali

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



MUNDARIJA

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 Акромович, Очилов Акрам Одilovich	
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 Анопоченко, 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	
INNOVATION TEXNOLOGIYALAR ASOSIDA MEVA-SABZAVOTCHILIK MAHSULOTLARI KOOPERASIYASINING SAMARADORLIGINI OSHIRISH YO'LLARI	81
Raxmatulla Ergashev	
KARTOSHKI MOSLANUVCHAN NAVLARI TURLI EKISH MUDDATLARI VA MULCHALASHLARDI HOSILDORLIGI HAMDA IQTISODIY SAMARADORLIK KO'RSATKICHLARI	86
Ostonaqulov Toshtemir Eshimovich, Toshpulatova Surayo Tulqin qizi, Ismayilov Alisher Isroilovich	
YASHIL IQTISODIYOT – INNOVATSION RIVOJLANISHNING KALITI	90
Mirzayev Kulmamat Djanzakovich, Usmonov Murodjon Dushmanov 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 MUDDATLARDI 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 Irbek	
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 Бахадиорович 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	
HUDUDLARNING INNOVATSIYON SALOHİYATINI BAHOLASH	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
Xidoyatova 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	
MAKTABGACHA TA'LIM TASHKILOTLARIDA AUTSORSING XIZMATLARIDAN FOYDALANISH MEKANIZMINI TAKOMILLASHTIRISH	201
Nasiba Ergasheva	
KORXONALARDA XODIMLARNI BOSHQARISHNING ASOSIY TAMOIYILLARI	207
Djurayev Olimjon Narkulovich, Nurullayeva Vazira O'ktamovna	
ЗЕЛЁНЫЕ ИНВЕСТИЦИИ: ПЕРСПЕКТИВЫ И РИСКИ	211
Номазов Бахром Бобомуродович	
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	
O'ZBEKISTONNING "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 BOJXONA TO'LOVLARIDA HISOBGA OLISH MEKANIZMINI TAKOMILLASHTIRISH	239
Boykabilov Bahodir Mustafaevich	
UZOQ MUDDATLI AKTIVLARGA INVESTITSİYALAR 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 MOLIIYAVIY RESURSLARDAN SAMARALI FOYDALANISHI UCHUN ZAMONAVIY HUQUQIY ASOSLARI.....	254
Xayriddinov Shuxrat Botirovich	
TURIZMNING MADANIY-TARIXIY RESURLARI: ASOSIY TUSHUNCHALAR VA TAMOIYILLAR	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 IJTIMOIIY-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	
О'ZBEKISTON RESPUBLIKASIDA YASHIL IQTISODIYOTGA O'TISH ISTIQBOLLARI	305
Yuldashev Shamsiddin Qiyamiddinovich, Boliyeva Baxora Farxodovna	
ЗЕЛЕНАЯ ЭКОНОМИКА: КОНЦЕПЦИИ, ТЕНДЕНЦИИ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ.....	308
Туляганова Шахноза Самукджановна	
О'ТА 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	
"SALOHİYAT" TUSHUNCHASINING MAZMUNI VA IQTISODIY-IJTIMOIIY 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 CHIQRARISH 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	
Korxona 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 TAMOIYILLARI ORQALI QASHQADARYO VILOYATI SANOAT KOMPLEKSINI TAKOMILLASHTIRISH	385
U.Shukurov	
FOREIGN EXPERIENCES IN ATTRACTING INVESTMENTS IN SERVICE INDUSTRIES	390
Hazratkulov Shahboz Boboqul ogli	
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 XORIY TAJRIBASI.....	404
Safarov Sh. S.	
IJTIMOIIY 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	
QASHQADARYO VILOYATIDA KICHIK BIZNESNING IQTISODIY RIVOJLANISHDAGI O'RNI VA ISTIQBOLLARI	441
Berdimurodova Farzona Bahodir qizi, Sh. Xolliyev	
SUN'IY INTELLEKT TEXNOLOGIYALARINING BIZNES VA IQTISODIYOTDAGI ISTIQBOLLI YO'NALISHLARI	446
Davronova Farangiz Ilhom qizi	



ZAMONAVIY RAQAMLI TEXNOLOGIYALAR YORDAMIDA PUL VA BANK TIZIMLARINI TASHKIL ETISHNING ISTIQBOLLARI HAMDA AHAMIYATI	452
Axtamova Ozoda Ulug'bek qizi, Cho'liyeva Gulsanam Yulchi qizi, G'aniyev Shaxzod Shuhrat o'g'li	
O'ZBEKISTON IQTISODIYOTI: TARKIBIY O'ZGARISHLARNING ZAMONAVIY YO'NALISHLARI	460
N. Qo'ziboyeva	
O'ZBEKISTON IQTISODIYOTINI TARKIBIY O'ZGARISHLAR ORQALI RIVOJLANTIRISHNING ZARURATI.....	466
Vayskulov Ramazon Alisher o'g'li	
QASHQADARYO VILOYATIDA TURIZM KLASSTERLARINI RIVOJLANTIRISH VA IQTISODIY INTEGRATSIYA.....	470
Xushvaqtov Ramziddin	
ILMIY SALOHİYAT VA OLIY TA'LIM SIFATINING UZVIY BOG'LIQLIGI: TAHLIL VA TAVSIYALAR	476
Muratov A'zam Alisher o'g'li, Ochilov Akram Odilovich	
YASHIL IQTISODIYOTNING RIVOJLANISH TENDENSIYALARI: GREEN CREDIT	480
Eshtemirova Ma'rifat Akram qizi, Kabilova Shaxnoza Jurayevna	
DEHQON XO'JALIGI MAHSULOTLARI NARXLARINING DINAMIKASI VA BOZOR MUVOZANATI MODELLARINI QO'RISH.	483
Ergashov Yashnarbek Istamovich	
The Role of Renewable Energy in the Green Economy.....	488
Khudoyberdiyeva Olima, Yakhshikulova Mokhinur	
O'zbekistonda yashil iqtisodiyotga o'tish: asosiy muammolar va imkoniyatlar	494
Jumanazarov Asilbek Utkirbek o'g'li, Ulug'bek Eshmaxmatov	
SANOAT KORXONALARINING RAQOBAT USTUNLIGI ORQALI BARQAROR RIVOJLANISHINI TA'MINLASH OMILLARI	498
Ro'ziqulov Jamshid Ulug'bek o'g'li	
O'ZBEKISTONDA INSON RESURLARINI BOSHQARISH SIYOSATINING ZAMONAVIY TRENDLARI HAMDA RAQAMLI TRANSFORMATSIYASI.....	504
Shodiyev Jahongir 504	
YASHIL IQTISODIYOT: O'ZBEKISTONNING BARQAROR RIVOJLANISH ISTIQBOLLARI	509
Babayeva Lola Ibragimovna, Sh. S. Sa'dullayev	
QISHLOQ XO'JALIGI SOHASIDA MAHSULOTLAR INTENSIV RIVOJLANISHINI TA'MINLASH JARAYONLARI	512
Saburov Jumanazar Salievich	
SUG'URTA XIZMATLARI SAMARADORLIGINI OSHIRISH YO'LLARI VA MEXANIZMLARI.....	516
E.Sobirov	
"YASHIL IQTISODIYOT"GA O'TISH ORQALI TABIIY RESURLARDAN SAMARALI FOYDALANISH VA IQTISODIY FAOLIYATNING ATROF-MUHITGA SALBIY TA'SIRINI KAMAYTIRISH	520
Xo'janova Gulshoda Otamurodovna	
QISHLOQ JOYLARDA XIZMAT KO'RSATISH SOHASINI RIVOJLANTIRISHNING KONSEPTUAL YO'NALISHLARI	526
Dilafroz Taylakova	
KORXONALARDA EKOLOGIK INVESTITSION LOYIHALARNING SAMARADORLIGINI BAHOLASH USULLARI TAHLILI.....	532
Ulashov Aliboy Rashid o'g'li	
YURTIMIZDA RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA BANK VA MOLIYAVIY TIZIMLAR UCHUN YANGI IMKONIYATLAR TAHLILI HAMDA KELGUSIDAGI ISTIQBOLLARI	538
G'aniyev Shaxzod Shuhrat o'g'li, Alarov Asilbek Oybek o'g'li	
SANOAT KORXONALARINING EKOLOGIK BARQARORLIGI VA EKOLOGIK IQTISODIYOTNING RIVOJLANISH MASALALARI.....	545
O'rinov Diyor, Xolliyev Sh.B.	



YASHIL IQTISODOYOT VA UNDA ZAMONAVIY TEXNOLOGIYALAR.....	549
Ermuminov Elbek Erkin o'gli, Ilmiy rahbar: Yaxshiqulova Moxinur Toxir qizi	
XIZMATLAR SOHASIDA KADRLARNING TUTGAN O'RNI	553
Turayeva Nargiza Rustamovna	
IQTISODIYOTDA TARKIBIY O'ZGARISHLARNI AMALGA OSHIRISHNING USTUVOR YO'NALISHLARI	557
G.P.Erkayeva, N.H.Qo'ziyoyeva	
YASHIL IQTISODIYOTGA O'TISHNING AHAMIYATI VA O'ZBEKISTONDA YASHIL IQTISODIYOTGA O'TISH STRATEGIYASI	560
Samadova Jasmina Sherali qizi, Sh. Xolliyev	
"YASHIL" ENERGETIKA VA "YASHIL" IQTISODIYOT.....	564
Qarshiyeva Dilsora Ismoil qizi, Hazratqulov Shahboz Boboqul o'g'li	
MAMLAKAT BUDJETINING SHAKLLANISHI VA DAROMADLAR TAQSIMOTINING IQTISODIYOTDAGI ROLI	569
Ashirqulova Sevinch Sarvar qizi, Sh. Xolliyev	
O'ZBEKISTONDA YASHIL IQTISODIYOT VA RAQAMLI TEXNOLOGIYALARNI RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI	574
Urozova Shahlo Hasan qizi, Rahmonova Tillaoy Malik qizi	
"YASHIL" IQTISODIYOT INNOVATSION RIVOJLANISHINING KO'RSATGICHLARI.....	579
Mirzayev Kulmamat Djanzakovich, Usmonov Murodjon Dushmanov o'g'li	
XIZMAT KO'RSATISH SOHASIDA INNOVATSION FAOLIYATNI TARTIBGA SOLISHNING NAZARIY-METODOLOGIK ASOSLARI	583
Mirzayev Qulmamat Djonuzoqovich, Mirzayev Azzamjon Jonuzokovich, Eshquvvatova Nodira Abdullayevna	
INNOVATSION IQTISODIYOT SHAROITIDA QISHLOQ XO'JALIGIDA IQTISODIY RESURLARDAN FOYDALANISH SAMARADORLIGINI OSHIRISH MASALALARI.....	588
Mirzayev Qulmamat Djonuzoqovich, Eshquvvatova Nodira Abdullayevna	
СТРАТЕГИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАНА: РОЛЬ ИННОВАЦИЙ И ИНТЕЛЛЕКТУАЛЬНОГО КАПИТАЛА В ЭПОХУ НООНОМИКИ.....	593
Чекулаева Кристина	
МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОБЕСПЕЧЕНИЮ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ В УСЛОВИЯХ ПРИ ПЕРЕХОДЕ К ЗЕЛЁНОЙ ЭКОНОМИКЕ.....	599
Чекулаева Кристина	
YASHIL IQTISODIYOT – MAMLAKAT TARAQQIYOTINING ASOSIY OMILI.....	605
Oybek Hamdamov, Qosimov Jahongir	
RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA INSON KAPITALI SIFATINI OSHIRISHDA TA'LIMNING AHAMIYATI	608
M.Ostanova, Ro'ziyev Ramshid	
MODERN LEGAL BASIS FOR THE EFFICIENT USE OF FINANCIAL RESOURCES IN HIGHER EDUCATION INSTITUTIONS IN OUR COUNTRY	613
Ismoilova Gulrux, Khayriddinov Shukhrat Botirovich	
YASHIL IQTISODIYOTNI RIVOJLANTIRISH SHAROITIDA TABIIY - IQTISODIY MANBAALARDAN SAMARALI FOYDALANISHNING IQTISODIY MEXANIZMI	617
Mavlonov Shaxzod Shahobiddin o'g'li, Mavlonova Surayyo Xasan qizi	
YANGI O'ZBEKISTONDA SOHALARNI RAQAMLASHTIRISH SAMARADORLIGI	621
Gulrux Arslon qizi Ismoilova	



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 reklamaniing 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, B. 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 Bulo’ji” 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 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>