



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

№8

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

Elektron nashr. 964 sahifa.

E'lon qilishga 2025-yil 1-avgustda 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 Shoirazimovna, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), professor
Ali Konak (Ali Ko'nak), iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor (Turkiya)
Cham Tat Huei, falsafa fanlari doktori (PhD), professor (Malayziya)
Foziljonov Ibrohimjon Sotvoldix'o'ja o'g'li, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dots.
Utayev Uktam Choriyevich, O'z.Respub. Bosh prokuraturasi boshqarma boshlig'i o'rinbosari
Ochilov Farkhod, O'zbekiston Respublikasi Bosh prokuraturasi IJQKD boshlig'i
Buzrukxonov Sarvarxon Munavvarxonovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent
Axmedov Javohir Jamolovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
Toxirov Jaloliddin Ochil o'g'li, texnika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), katta o'qituvchi
Bobobekov Ergash Abdumalikovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), v.b. dots.
Djudi Smetana, pedagogika fanlari nomzodi, dotsent (AQSH)
Krissi Lyuis, pedagogika fanlari nomzodi, dotsent (AQSH)
Glazova Marina Viktorovna, Iqtisodiyot fanlari 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 Rakhimovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economics, Associate Professor
Tukhtabayev Jamshid Sharafetdinovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economics, Associate Professor
Khamidova Faridaxon Abdulkarimovna, Doctor of Economic Sciences, Associate Professor
Yakhshiboyeva Laylo Abdisattorovna, Senior Lecturer
Babayeva Zuhra Yuldashevna, Independent Researcher

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

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

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

Jurnalning ilmiyligi:

“Yashil” iqtisodiyot va taraqqiyot” jurnali

O'zbekiston Respublikasi
Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar
vazirligi huzuridagi Oliy
attestatsiya komissiyasi
rayosatining
2023-yil 1-apreldagi 336/3-
sonli qarori bilan ro'yxatdan
o'tkazilgan.



MUNDARIJA

Smart-logistika texnologiyalarini joriy etish orqali oziq-ovqat mahsulotlarini yetkazib berish tizimini optimallashtirish (Toshkent viloyati misolida).....	14
Mavlanov Sobirjon Pardabayevich	
Tijorat banklarida korporativ boshqaruvning xalqaro tamoyillari asosida boshqaruv sifatini oshirish	20
Sattarov Umirzoq	
Современные банковские продукты	24
Хужамуратов Аббос Мардонович	
Amerika qo'shma shtatlarining ijtimoiy himoya tizimi.....	29
Abdullayeva Sayyora Aleksandrovna	
Совершенствование рынка услуг высшего образования как фактор повышения занятости населения в условиях цифровой экономики.....	33
Ибрагимов Тимур Ибодуллаевич, Асланова Дилбар Хасановна	
Iqtisodiy fanlarni o'qitishda interaktiv metodlarning qo'llanilishi va ularning samaradorligi.....	39
Kabulov Baxram Kuzibaevich	
Korxonalarda raqobat razvedkasi tizimlarini rivojlantirishda innovatsion raqamli texnologiyalarining o'rni.....	45
Tursunxo'jayev Sardor Jamoliddin o'g'li	
O'zbekiston banklarida sun'iy intellekt foydalanish samaradorligini oshirish.....	51
Kamolov Sardorbek Davlatjon o'g'li	
Agrar korxonalar xo'jalik faoliyatida risklarni boshqarish bo'yicha samarali boshqaruv qarorlarini qabul qilishning metodologik asoslari.....	59
Baymirzaev Dilmurod Nematovich	
Основные направления инвестиционной политики Узбекистана в соответствии со стратегией-2030	66
Исомов Б. С.	
Tashish va saqlash xizmatlarini ko'rsatuvchi korxonalarda raqamli texnologiyalardan foydalanish holati.....	70
Rajabov Orzujon Mamasoliyevich	
Ijtimoiy infratuzilmani modernizatsiya qilishda DXSHning o'rni: madaniyat va sport sohasida imkoniyatlar	78
Baykalonov Jalil G'aybulloyevich	
Анализ состояния и перспективы развития активного и спортивного туризма в Узбекистане.....	93
Бойко Фарида Чингисовна, Ивонина Наталья Викторовна	
Переоценка и фальсификация стоимости имущества: международные практики, риски и пути решения.....	99
Мансурова Сайёра Бахтияровна	
Hudud sanoati tarkibiy o'zgarishlarini prognozlash usuli.....	106
Djumayev Farrux Toshmuratovich	
Углеродный след и декарбонизация промышленности Узбекистана: роль возобновляемой энергетики и международный опыт	111
Авезова Нилуфар Раббанакуловна, Ощепкова Эльвира Ахтемовна, С.М. Махмудов, А.А. Холиков, Авезова Нилуфар Раббанакуловна	
The process of developing startups based on management principles	119
Ilxamov Azizbek Yodgor o'g'li	
The impact of economic policy on non-performing loans: the case of Uzbekistan.....	126
Jalalov Mashkhurbek Gaybullo ugli	
Основные направления инвестиционной политики Узбекистана в соответствии со стратегией-2030	134
Исомов Б. С.	



Ko'p kvartirali uylarni boshqaruv organlari tomonidan aholiga sifatli xizmat ko'rsatishni qo'llab quvvatlashni takomillashtirish	138
Umarov Begzodbek Jaloldinovich	
O'zbekistonda iqtisodiyotni innovatsion rivojlantirishning institutsional asoslari.....	143
Fayzullayev Jonibek Negmatullayevich	
Davlat - xususiy sheriklik loyihalarining samaradorligini oshirish.....	150
Tursunov Imomnazar Egamberdiyevich, Hamroyev G'ayratjon Sultonovich	
O'zbekiston sug'urta bozorida hayot sug'urtasi xizmatlarining rivojlanish tendensiyalari va istiqbollari.....	155
Bazarov Zakir Xonqulovich	
Tijorat banklari likvidligini tartibga solish yo'llari.....	160
Tursunpo'latov Sohbnazar Kasimjon o'g'li, Nomozova Mohinur Maxmud qizi	
Atrof-muhit ifloslanishini kamaytirishda yashil moliya vositalarining roli: xalqaro tajriba va O'zbekiston imkoniyatlari	163
Yuldasheva Madina Tohir Qizi	
Geofazoviy ma'lumotlar asosida hududlarning farovonlik darajasini aniqlash	173
Toymasov Zufarjon Zokir o'g'li	
Методы и критерии оценки эффективности конкурентоспособности предприятия	179
Кучаров Абдор Сабижанович, Бобожонов Азиз Бабаханович, Алижанова Камила Тохир кизи	
Korxonalarda innovatsion jarayonlarni boshqarishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmini takomillashtirish.....	187
Narbeyeve Dilnoza Darvishaliyevna	
Development of entrepreneurship in Uzbekistan: management strategies in the context of economic reforms	192
Ibragimova Saida Ilkhomovna	
Aloqa korxonalari xizmat faoliyatida diversifikatsiya qilishning ilmiy baholash usullari va ulardan foydalanish.....	197
Tursunova Mastura Taxirovna	
Developing effective marketing strategies for tourism development in Uzbekistan	204
Fayzullayev Nodirbek Baxtiyor o'g'li	
Yakka tartibdagi tadbirkorlarni soliqqa tortish mexanizmlarini takomillashtirish masalalari.....	208
Yuldashev Yashnarjon Xolmirzayevich	
Yoshlar sanoat va tadbirkorlik zonalarida investitsiya loyihalarini bank kreditlari orqali moliyalashtirish.....	212
Jamalova Dilnoza Egamberdiyevna	
Цифровизации системы стратегического управления предприятий нефтегазовой отрасли Республики Узбекистан.....	217
Азимов Кабул	
Индекс устойчивости региона против бедности (poverty resilience index – pri): на примере бухарской области Республики Узбекистан (2024)	223
Мухамедова Мадинабону Мехридиновна	
Экономические аспекты внедрения цифровых технологий в полиграфии.....	230
Юсупхужаева Шахноза Музаффар кизи	
Mintaqalararo iqtisodiy hamkorlikni shakllantirish va barqaror rivojlantirishning ilmiy-nazariy asoslari.....	233
Sattorov R. A.	
Web3'da real vaqt ma'lumot sinxronizatsiyasi — tarmoqdagi kechikishlar va ularni kamaytirish texnologiyalari.....	240
Raimov Ulugbek Yorqinbek o'g'li	
Tijorat banklarining likvidligini tartibga solish amaliyotining dolzarb masalalari	246
Sayfutdinov Bobur Nodirovich	
Tijorat banklarining investitsion jozibadorligini oshirish yo'llari.....	255
Yuldoshev Otabek Jovli o'g'li	



Tijorat banklarining investitsion faolligini oshirish yo'llari.....	261
Ortiqov Sidiqjon Xolmurodovich	
Innovatsion yondashuvlar orqali davlat xaridlarida iqtisodiy samaradorlikni oshirish	266
Kurbonbekov Sardorbek Ravshanovich	
Hududlarda barqaror rivojlanish nazariyalarining sanoat korxonalari faoliyatiga ta'siri	270
Sadriddinov Baxtiyor Shamsiddin o'g'li	
Turizm platformalarining raqobatbardoshligini oshirishda zamonaviy kontent va raqamli marketing strategiyalarining integratsiyalashgan yondashuvi.....	277
Dadamirzayev Sarvarbek Ulug'bek o'g'li	
Bank xizmatlarida innovatsion texnologiyalarni kengaytirish yo'nalishlari.....	283
Almosova Shohista Jobirovna	
Модели организации казначейства в ведущих стран мира.....	288
Сагдиев Равшан Сайфуллаевич	
Paxta-to'qimachilik klasterlari faoliyatini nazariy jihatlar va rivojlantirish yo'llari.....	302
B.Sh.Shadmanov	
Qurilish sanoatini rivojlantirishda tabiiy resurslardan kompleks foydalanishning ahamiyati.....	307
Yuldasheva Mexrunisa Kasimjan qizi	
Yangi O'zbekistonning "Yashil" iqtisodiyoti: qiyosiy tahlilning asosiy tendentsiyalari	313
Ro'ziyeva Dilfuza Toshmurovna	
Oliy ta'limda raqamli texnologiyalarning muammolari va uni bartaraf etish yo'nalishlari.....	318
Abduraxmanova Malika Abdujaparovna	
Namangan viloyatining Farg'ona vodiysi qo'shni hududlari bilan iqtisodiy hamkorligining hozirgi holati va rivojlantiruvchi omillari	323
Sattarov R.A.	
Desentralizatsiyalangan ma'lumot almashish protokollari: IPFS, Filecoin va Arweave tahlili	328
Raimov Ulugbek Yorqinbek o'g'li	
Transport xizmatlari ko'rsatish biznes-jarayonlarini raqamli transformasiya talablari asosida takomillashtirish.....	333
Komilov Asror Akmalovich	
Empowering the Future: Assessing the Role of Automation, Internet of Things (IoT), and Demand Management in Enhancing Energy Efficiency of Smart Grids.....	338
Khakimjanova Surayyo Khabibullayevna	
Ta'lim jarayonida sun'iy intellektdan foydalanish tajribalari (xalqaro va mahalliy misollar)	345
Madaminov Shoxruxbek Ma'rufjon o'g'li	
Zamonaviy sharoitlarda uy-joy fondini boshqarishning moliyaviy mexanizmini takomillashtirish	352
Inoyatova Durdona Shoxaydarovna, Karimova Aziza A'zamiddin qizi	
Mijozlar tajribasini yaxshilashda raqamli integratsiya strategiyalari: "O'zbektelekom" AK tajribasi.....	358
Islamov Javlon Rasulovich	
Tijorat banklari orqali jinoiy yo'l bilan olingan daromadlarni legallashtirishga qarshi kurashish mexanizmlari.....	361
Rustamov Sunnatillo Rustamovich	
Yashil iqtisodiyot barqaror rivojlanish omili sifatida: Yevropa tajribasi.....	368
Turobjanov Murodjon Maxammadjanovich	
Ijtimoiy-iqtisodiy barqarorlikka erishishda kichik biznes va mahalla hamkorligi modellarini takomillashtirish	373
Murotov Nodir Xujamqulovich	
Xalqaro moliya institutlarining O'zbekiston bank sektori va iqtisodiyotiga ta'siri: YETTB faoliyati misolida tahlil.....	378
Alimov Azizbek Alievich	
Bankrotlik xavfini tahlil qilish modellari.....	386
Nasiriddinov Bahouddin Nuriddinovich	



Xizmat ko'rsatish korxonalarida sifat va samaradorlikni oshirishni takomillashtirish yo'llari.....	393
Burxonova Nargiza Mirshohid qizi	
Iqtisodiyotni modernizatsiyalash jarayonida bank tizimi islohotlari va ularni boshqarish strategiyalari.....	400
Hamroyev Xurshid Jalilovich	
“Temir yo'l transportida MHXSni joriy etishning ahamiyati va milliy standartlar bilan taqqoslama tahlili”	405
Babaxalov Norbo'ta Eshnazarovich	
Banking and financial services in the process of economic development digitalization and its advantages and security of the process	409
Nosirova Nargiza Jamoliddin qizi, Baxanurov Oqil Odil og'li	
Kichik biznesda moliyaviy barqarorlikni ta'minlashdagi asosiy muammolar va ularni bartaraf etish yo'llari.....	416
Abduvosit Omonboyev	
“Futurologiya va mintaqaviy iqtisodiy transformatsiya: Markaziy Osiyoda O'zbekistonning strategik senariylari”	421
Siddiqov Abdusalom Abdumalikovich	
Kichik biznes subyektlarini bank kreditlari orqali qo'llab-quvvatlashning rivojlangan xorijiy davlatlar tajribalari.....	425
Irgasheva Nigora Akbarovna	
Туристская мобильность стран персидского залива как устойчивый и перспективный источник въездного туризма в Узбекистан	434
Додиев Феруз, Голышева Елена Вячеславовна	
Turistik erkin iqtisodiy zonalarda investitsiya loyihalarini amalga oshirish: Imkoniyatlar, muammolar va istiqbollar	443
Xoliqov Dostonbek Rustam o'g'li	
Oliy ta'limda davlat-xususiy sheriklik: moliyalashtirish modelini modernizatsiya qilish yo'nalishlari.....	449
Bozorov Alisher O'zimurotovich	
Xalqaro raqamli intergatsiya, raqamlashtirish sharoitida tijorat banklari faoliyati tahlili	455
Turapov Bahromjon Alisher o'g'li	
To'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalar – iqtisodiyot taraqqiyotining muhim omili.....	461
Mamatkulova Nodira Maxkamovna	
Davlat xaridlari ishtirokchilarining elektron-skoring tizimi.....	465
Mamasoliyev Abrorbek Abdug'ani o'g'li	
Qishloq xo'jalik korxonalarida melioratsiya xarajatlari xisobining muammolari va yechimlari.....	469
Baxriev Muxiddin Sheralievich	
O'zbek banklarining xarajatlar samaradorligini stoxastik chegara modelida baholash	481
Xannayev Sherzod	
Практические подходы к выявлению и оценке налоговых рисков на основе сегментации деятельности налогоплательщиков	490
Голубова Ольга Сергеевна, Элбаева Мукаддас Рашидовна	
Iqtisodiyot tarmoqlarida investitsiyalardan samarali foydalanishni tashkil etish chora-tadbirlari va investitsiyalarni jalb qilish istiqbollari.....	496
No'monjonova Muazzam Maxbubjon qizi	
Empowering the future: The impact of automation, iot, and demand management on energy efficiency in smart grids.....	501
Khakimjanova Surayyo Khabibullayevna	
Institutsional o'zgarishlar sharoitida aholi daromadlari tarkibining oshishi va daromadlar tengsizligini kamaytirishning istiqbolli yo'nalishlari	508
Ergasheva Nafisa Baxridinovna	
Международные индексы, определяющие цифровое развитие страны	513
Талъатова Диёра Боходир кизи	



Sog'liqni saqlash sohasida davlat-xususiy sheriklik instituti orqali investitsiya loiyhalarini moliyalashtirishda moliyaviy-iqtisodiy samaradorligini baholash metodologiyasi	517
Karabayev Sanjar Abdusamatovich	
Управление качеством в технологических стартапах: Баланс между скоростью и надежностью	527
Хамидуллина Гульнора Рафкатовна, Раджабов Темур Рустамович, Носиров Илхом Аббосович	
Namangan viloyatida iqtisodiy integratsiyani jarayonida eksport va import operatsiyalarining tahlili	535
Adashev Azimjon O'rinboyevich	
Korxonalarda kadrlar tayyorlash ijrosidagi mavjud muammolar va kadrlar siyosatining takomillashtirib borish xususiyatlari	541
Mamatqulov Rustam Muxammadkarimovich	
Yashirin iqtisodiyot tushunchasi, turlari va shakllanish omillari hamda uning iqtisodiyotga ta'siri.....	546
Malikov Abdulaziz Toxirjon o'g'li, S.A. Zakirova	
The purpose of assessing a person's entrepreneurial capacity is to classify their quality characteristics	562
Mansur Matkarimov, Qaxramon Madraximov, Sherjon Sherjonov, Jahongirbek Nurjonov	
Challenges in enhancing the efficient use of economic resources in agriculture within an innovative economy framework.....	568
Nodira Abdullayevna Eshquvattova	
Оценка эффективности существующих методов стратегического управления проектами	573
Мансурова Севара Мансуровна	
Создаются благоприятные условия для индивидуальных предпринимателей и самозанятых лиц	577
Батыров Фархад Бакитович	
Sug'urta kompaniyalarining moliyaviy barqarorligini oshirish metodologiyasini takomillashtirish yo'llari.....	593
Haqberdiyev Bekzod O'ktamovich	
Toshkent viloyatida metal bozorining rivojlanishi va unda kichik biznesning o'rni	600
Musayeva Shoirazimovna	
Mechanisms for ensuring employment in the services sector through the development of small business and private entrepreneurship.....	606
Turabekov Sokhibjon Sherboy ugli, Abdukhalikov Ulugbek Abdukhalikovich	
Tijorat banklarini raqamlatirish sharoitida inson resurslarini boshqarishning innovatsion yondashuvlari (BRB misolida)	611
Azimov Asrorjon Muzaffarjonovich	
The importance and current state of accounting and auditing of liabilities in enterprises	616
Khaliqnazarova Gulnaz Jalgasbay qizi	
Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikda xotin-qizlarning barqaror bandlik darajasining ekonometrik tahlili.....	622
Xoliyorova Shoxista Qahramon qizi	
Moliyaviy bozor ishtirokchilari faoliyatini samarali boshqarishda innovatsion moliyaviy vosita va metodlarning qo'llanilishi.....	627
Hotamqulova Madina Sanjar qizi	
Oliy ta'limga investitsiya kiritishning asosiy shakl va mexanizmlari	631
Almardanov Ulug'bek Qudrat o'g'li	
"Yashil" iqtisodiyotning metodologik asoslari.....	635
Babakulov Bahromqul Mamatkulovich, Sharipov Sardor Begmaxmat o'g'li, Boymurodov Jonon Komiljonovich	
O'zbekiston sharoitida davlat xaridlarini yanada rivojlantirish istiqbollari	641
Turganbaev Nursulton Bayram uli	



Tijorat banklarida jismoniy shaxslarga ko'rsatiladigan xizmatlar raqamli transformatsiyaning joriy holati tahlili	645
Qurbonov Alisher Samadovich	
Инновационные формы сотрудничества образования и индустрии для формирования компетенций в сфере устойчивого туризма: Опыт и перспективы Узбекистана.....	653
Бухарова Нигора Газиевна	
Muzey sohasida tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlar nazariyasi va ularni madaniy meros va muzeyshunoslik sohasiga tatbiq etish	657
Asadova Nigora Mehridin qizi	
Internet banking adoption in Uzbekistan	661
Karimov Erkin Yusubovich	
Elektron tijorat O'zbekiston va Xitoy raqamli iqtisodiyotini rivojlantirish drayveri sifatida	665
Samedinov Timur Selyametovich	
Yuridik shaxslar birlashuvi orqali amalga oshiriladigan xufyona soliqdan qochish sxemalarini moliyaviy instrumentlar bilan bartaraf etish yo'llari	671
To'rayev Dilshod Xasanovich	
O'zbekiston shahar ekoturizmida raqamli egizak texnologiyalarining iqtisodiy potentsiali	683
Esonboyev Baxodir Bakir o'g'li	
Yengil sanoatni rivojlanishtirishning mintaqaviy xususiyatlari	687
Fuzaylov Sarvar Abdusamatovich	
Tijorat banklarining depozit siyosatiga ta'sir qiluvchi omillar	693
Komilova Mukammal Shavkatovna	
Tadbirkorlik subyektlari faoliyatini mikromoliyalashtirish bilan bog'liq muammolar	697
Tojiyev Javlonbek Rustamovich	
Ishbilarmonlik muhitini baholashning metodologiyalari tahlili	704
Nabieva Nilufar Nabi qizi	
Jismoniy shaxslarning daromadlariga deklaratsiya asosida soliq solish mexanzmini takomillashtirish	715
Ibragimov Zafar Ismailovich	
Yashil marketing yordamida moda sanoatida mijozlar ehtiyojini samarali qondirish.....	723
Xalilova Nafisa Komilovna	
Targetlangan iqtisodiy siyosat orqali kambag'allikka qarshi kurash	727
Baratov J.N.	
Globallashuv sharoitida O'zbekiston iqtisodiyotining modernizatsiyasi va strategik rivojlanish yo'nalishlari	733
Ibrohimov Boburmirzo Baxtiyor o'g'li	
Sug'urta kompaniyalarining innovatsion faoliyati tahlili va moliyalashtirish samaradorligini aniqlash yo'nalishlari	738
Baxronova Shaxodat Baxshuloyevna	
Yo'lovchi tashish sohasida autsorsingni qo'llash istiqboli	744
Kaxarova Nilufar Yerkinjnovna	
Ta'lim klasterlari faoliyatining barqaror taraqqiyotdagi o'rni.....	748
Imamova Nilufar Asamutdinovna	
Xizmatlar eksportini rivojlanishining zamonaviy tendensiyalari.....	753
Alixonov Mirzoulug'bek Pahlavonjon o'g'li	
O'zbekistonda suv resurslaridan oqilona foydalanishda soliq mexanizmlari ta'sirini oshirish masalalari	759
Boymurotov Sodiq Rozziqovich	
Влияние состояния матери и факторов среды на развитие аллергии у детей грудного возраста.....	766
Закирова Бахора Исламовна	
Роль стандартов устойчивого развития МСФО в трансформации экономики тюркских стран	771
Маткаримов Давронбек Матякубович	



Sanoat korxonalarining atrof-muhitga ta'sirini baholashda iqtisodiy mexanizmlarni takomillashtirish	776
Sarvinov Alisherovna Radjabova	
Neft-gaz sanoatida amalga oshirilayotgan investisiya loyihalarida mahalliy kontent ulushini oshirish masalalari	779
Umurzakov Jamoliddin Sherbekovich	
Sanoat korxonalarida mahsulot raqobatbardoshligini oshirish yo'nalishlari	784
Naimxonov Ma'rufxon Zokirxon o'g'li	
Qishloq xo'jaligi korxonalari monitoringida raqamli texnologiyalardan foydalanishda xorij tajribasi	788
Yusupov Nizomiddin Ro'zimurod o'g'li	
Mintaqa sanoat korxonalarining strategik marketing faoliyatining tahlili	793
Kaytboyeva Nigora Bakmatovna	
Soyabon bandlarining xorijiy investorlarni himoya qilish uchun O'zbekiston huquqiy tizimiga integratsiyalashuv zaruriyati	805
Alisherova E'zoza, N.X. Rahmonqulova	
Tadbirkorlik subyektlarini kreditlashda tijorat banklari faoliyatining zamonaviy yondashuvlari	812
Urinboyev Abrorbek Maxmudjonovich	
Temir yo'l vokzallarida qo'shimcha xizmatlarni tashkil etishni samaradorligini oshirish yo'llari	817
Iskandarov Kudrat Shuxratovich	
Tijorat banklari tomonidan kreditlash mexanizmining ilmiy jihatlar va nazariy yondashuvlari	822
Kaxxarov Ulug'bek Xalmatovich	
Международная правосубъектность МНПО: институционализация влияния неправительственных организаций в формировании международных экологических и экономических норм	827
Хидоятлов Бурхон Ғайрат ўғли, С.М. Адилходжаева	
Yengil sanoat korxonalari mahsulotlarini narxlashtirish strategiyalari	831
Ravshanbekov Oybek Rustambek o'g'li	
Yevropa ittifoqi va markaziy osiyo mamlakatlaridagi soliq siyosatining inklyuziv rivojlanishdagi o'rni va omillarining qiyosiy tahlili	837
Hakimov Feruz Xurshid o'g'li	
Mintaqa turizmini rivojlantirishda raqamli marketing vositalaridan mijozlar qoniqishini kompleks baholash uslubiyati	846
Ilhamova Zarnigor Po'latjon qizi	
Mintaqaviy eksport samaradorligiga innovatsion yondashuvlarning ta'sir omillarini tadqiq etish	851
Ibadullayev Ergash Bakturdiyevich	
Buxoro viloyatida ichki turizmning hozirgi holati va istiqboldagi rivojlanish yo'llari	857
Azimov Otabek Xudayberdievich	
Tashqi bozorlarga integratsiyalashuv jarayonlarining mintqa iqtisodiyotining o'sishga ta'siri bo'yicha qarashlar	862
Ozodova Farida Zarif qizi	
Tijorat banklari moliyaviy barqarorligini ta'minlashni boshqarish strategiyalari	866
Madaminov Bekzod Allayorovich	
Qo'shilgan qiymat solig'i ma'murchiligini raqamlashtirishni takomillashtirish metodologiyasi jarayonlari	872
Muxammadov Nodir Karimovich	
O'zbekiston eksport salohiyatini soliqlar yordamida rag'batlantirish	880
Mahmudova Sevara Rahmat qizi	
Yashil moliyalashtirishda moliyaviy instrumentlar	883
Abduraxmonov Alimardon Sodiq o'g'li	
Сравнительный анализ правовых инструментов контроля трансфертного ценообразования в налоговой, таможенной и антимонопольной сферах	887
Бекзод Умматов	



Yaponiya startup tajribasini O'zbekiston sharoitida tatbiq etish istiqbollari	892
Xazratova Shohsanam Xasanboy qizi	
Рейтинг Республики Узбекистан по индексу развития электронного правительства	898
Умарова Дурдона Абдуманнабовна	
Etnomadaniy turizm tushunchasi va uning mazmun-mohiyati	905
Qilichova Orzigul Zafar qizi	
Пути адаптации международных требований к капиталу в страховом секторе Узбекистана	910
Эргашева Фарангиз Шерзод кизи	
Tijorat banklarida raqobatbardoshlikni belgilovchi omillar va ularning ta'siri tahlili	916
Shamsiyev Nurbek Fazliddin o'g'li	
Tijorat banklarida muammoli investitsion kreditlarning yuzaga kelish sabablari va ularni bartaraf etish yo'llari	921
Melikov Otabek Maxmadaminovich	
Tanlangan xalqaro mehmonxona tizimining boshqaruv uslubini tahlil qilish (Hilton mehmonxona tarmog'i misolida)	926
G'olibjon Abdiraxmanovich G'aniyev	
Sug'urta tashkilotlarida ichki audit xizmatini tashkil etish masalalari	935
Abduraimova Maftunaxon Axmatovna	
O'zbekistonda xizmatlar sohasining rivojlanish tendensiyalari va istiqbollari	941
Sheraliyev Axror Sodikovich	
Temir yo'l transportida innovatsion faoliyatni rivojlantirish yo'llari	947
Axmedov O'tkirjon Aloviddin o'g'li	
O'zbekistonda fond bozorining institutsional rivojlanishi sharoitida savdo strategiyalarini amalg oshirishdagi to'siqlar va ularni bartaraf etish mexanizmlari	954
Soliyev Istam Ixtiyorovich	
Moda sanoatida marketing samaradorligini baholash uslubi	959
Alimxodjayeva Nargiza Elshodovna	



MODA SANOATIDA MARKETING SAMARADORLIGINI BAHOLASH USLUBI

Alimxodjayeva Nargiza Elshodovna

TDIU, Marketing kafedrası dotsenti, iqtisod fanlari nomzodi

Email: nalimhodjayeva030@gmail.com

Annotatsiya: Ushbu maqolada moda sanoatida marketing samaradorligini baholashning nazariy va amaliy jihatlari yoritilgan. Brend qiymati, iste'molchi ongidagi pozitsiya, sotuv ko'rsatkichlari va neyromarketing texnologiyalari asosida samaradorlikni o'lchash usullari tahlil qilingan. Xorijiy va mahalliy olimlar tadqiqotlari asosida marketing samaradorligini baholash mezonlari shakllantirilib, milliy brendlarni xalqaro bozorda raqobatbardosh etishga qaratilgan takliflar ilgari surilgan.

Kalit so'zlar: tayyor mahsulotlar, SMM ko'rsatkichlari, xulq-atvor, moda brend, samaradorlik, marketing.

Abstract: This article explores the theoretical and practical aspects of evaluating marketing effectiveness in the fashion industry. Methods of measuring effectiveness based on brand value, consumer perception, sales indicators, and neuromarketing technologies are analyzed. Drawing on both international and local scholars' research, criteria for evaluating marketing effectiveness are developed, and recommendations are proposed to enhance the competitiveness of national brands in the international market.

Key words: finished products, SMM indicators, behavior, fashion brand, effectiveness, marketing.

Аннотация: В данной статье освещены теоретические и практические аспекты оценки эффективности маркетинга в индустрии моды. Проанализированы методы измерения эффективности на основе стоимости бренда, позиции в сознании потребителей, показателей продаж и технологий нейромаркетинга. На основе исследований зарубежных и отечественных ученых сформированы критерии оценки эффективности маркетинга и предложены рекомендации, направленные на повышение конкурентоспособности национальных брендов на международном рынке.

Ключевые слова: готовая продукция, показатели SMM, поведение, модный бренд, эффективность, маркетинг.

KIRISH

Jahonning taniqli kiyim-kechak brendlari zamonaviy moda sanoatida raqobatbardoshlikni saqlash va o'sishni ta'minlash uchun ko'p qirrali strategik yondashuvlardan foydalanmoqda. Bugungi kunda ular barqaror moda va ekologik toza brending (eko-brening) yo'nalishlarini rivojlantirish, kiyim-kechaklarni qayta ishlash hamda ikkilamchi sotuv tizimlarini joriy etishga katta e'tibor qaratmoqda. Shu bilan birga, elektron tijorat va onlayn savdo platformalariga investitsiyalarni ko'paytirish, mijozlarni jalb etish maqsadida ijtimoiy tarmoqlar va shaxsiylashtirilgan marketingdan faol foydalanish dolzarb strategiyalar qatoriga kiradi. So'nggi yillarda global moda sanoati marketing strategiyalarini yangilashda neyromarketing yondashuvlariga tobora ko'proq e'tibor qaratmoqda. Jahon bozorida kiyim-kechak va moda mahsulotlariga bo'lgan talab ortib borar ekan, brendlar mijoz ongi va hissiyotlariga chuqur ta'sir o'tkazuvchi reklama va savdo strategiyalarini ishlab chiqmoqda.

O'zbekistonda kiyim-kechak va moda sanoati rivojida global bozorda raqobatbardoshlikni ta'minlay oladigan barqaror brend strategiyalarini ishlab chiqish masalasiga katta e'tibor qaratilmoqda. Jahonning yetakchi kiyim brendlari bilan sifat, dizayn, innovatsion yondashuv va marketing siyosati bo'yicha munosib raqobatlasha oladigan mahalliy brendlarni rivojlantirish davlat siyosati va biznes subyektlari uchun ustuvor yo'nalishlardan biri sifatida namoyon bo'lmoqda. Shu tariqa, O'zbekistonda moda sanoatida xalqaro talab va standartlarga javob beradigan, iste'molchilar ishonchini qozonuvchi, innovatsion va yuqori qo'shilgan qiymatli brendlarni yaratish orqali mamlakatning iqtisodiy salohiyatini oshirish maqsad qilingan.

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi "2022–2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida"gi PF-60-son Farmonida "To'qimachilik sanoati mahsulotlari ishlab chiqarish hajmini 2 barobarga ko'paytirish", "tayyor mahsulotlar uchun milliy brendlarni rivojlantirish va ularning eksportini oshirish, jumladan milliy va xorijiy brenddagi tayyor mahsulot eksporti hajmini 2026-yilda 5 mlrd. AQSh dollariga yetkazish" vazifalari belgilab berilgan. Belgilab berilgan vazifalarning bajarilishi mahalliy



tikuv-trikotaj korxonalarining brend jozibadorligini marketing strategiyalari asosida oshirishga qaratilgan ilmiy tadqiqotlarning amalga oshirilishini taqozo etmoqda.

MAVZUGA OID ADABIYOTLAR TAHLILI

To'qimachilik, tikuv-trikotaj va moda sanoati korxonalarida marketing samardorligini oshirishda brend yaratish va uni to'g'ri boshqarish muhim strategik vazifa hisoblanadi. Jahon ilmiy adabiyotida brend konsepsiyasi, uning iste'molchilar xulq-atvoriga ta'siri va xalqaro bozorlarda samarali joylashtirish masalalari keng yoritilgan. Xorijiy olimlar K. L. Keller, M. Mrad, F. Kotler, H. Park, S. Blasi kabi tadqiqotlarida brend kapitalini shakllantirish, imij va identifikatsiya orqali raqobat ustunligini ta'minlash mexanizmlari ilmiy asosda tahlil qilingan. Ularga ko'ra, marketing samardorligi faqat sotuv hajmini oshirish bilan emas, balki brendning uzoq muddatli qiymatini yaratish bilan o'lchanadi.

Keller K. L. [1], Mrad M. [2], Kotler F., Park H. [3], Blasi S. [4], Sedita S. R., Mogaji E., Jung S. va boshqa olimlarning ishlari bunga misoldir. Ularning tadqiqotlarida brend kapitalini shakllantirish, jozibadorlikni oshirish va iste'molchilar ongida mustahkamlash usullari ko'rsatib o'tilgan. MDH olimlaridan G. A. Bagiev [5], V. M. Tarasevich, N. A. Olmezova [6], Mirakyan A. G. [7], Kayumova R. F., Nevolyaniy Yu. M. va boshqalar brendlarni xalqaro bozorlarda ilgari surish, mahalliy brendlarni global raqobatga moslashtirish masalalarini tadqiq etgan. O'zbekistonda esa A. S. Soliyev [8], N. Q. Yo'ldoshev, M. A. Ikramov [9], A. Sh. Bekmurodov, M. R. Boltaboyev, A. A. Fattaxov, Sh. J. Ergashxo'jaeva [10] va boshqa olimlar mazkur masala bo'yicha tadqiqotlar olib borishgan.

MDH tadqiqotchilari — G. A. Bagiev, V. M. Tarasevich, N. A. Olmezova va boshqalar — mahalliy brendlarni xalqaro bozorga moslashtirish, marketing strategiyalarini hududiy xususiyatlar bilan uyg'unlashtirish masalalariga e'tibor qaratgan. Bu qarashlar marketing samardorligini hududiy bozorlar darajasida brending orqali ta'minlashda nazariy va amaliy asos bo'lib xizmat qiladi.

O'zbekiston olimlari — A. S. Soliyev, N. Q. Yo'ldoshev, M. A. Ikramov, A. Sh. Bekmurodov va boshqalar — milliy sharoitda marketing va brending nazariyalarini rivojlantirishga hissa qo'shgan. Biroq moda sanoatida brendlarni xalqaro miqyosda ilgari surish, iste'molchilar ongida ularning qiymatini mustahkamlash va neyromarketing texnologiyalari orqali samardorlikni oshirish masalalari hanuz yetarlicha tadqiq etilmagan.

Shu bois, moda sanoatida marketing samardorligini ta'minlashda innovatsion usullardan, jumladan neyromarketingdan foydalanish, milliy brendlarni global bozorga chiqarish va ularning raqobatbardoshligini oshirish bugungi kun ilmiy-tadqiqotlari uchun dolzarb vazifa bo'lib qolmoqda.

TAHLIL VA NATIJALAR

Moda sanoatida marketing samardorligini baholash ko'p o'lchovli va uslubiy jihatdan murakkab vazifa bo'lib, u ham sohaning o'ziga xos xususiyatlari, ham aloqa kanallarini o'zgartiruvchi raqamli texnologiyalarning jadal rivojlanishi bilan bog'liq [17,19]. Marketing strategiyalari asosan sotuv ko'rsatkichlari yoki bozor ulushi orqali baholanishi mumkin bo'lgan barqarorroq tarmoqlardan farqli o'laroq, moda sanoati yuqori trend dinamikasi, mahsulotlarning qisqa hayotiy davrlari va raqobatchilarning doimiy bosimi bilan ajralib turadi. Ushbu xususiyatlar an'anaviy ko'rsatkichlarning yetarli emasligiga olib keladi, bu esa tadqiqotchilar va amaliyotchilarni nafaqat to'g'ridan-to'g'ri moliyaviy natijalarni, balki brendni idrok etish, sodiqlik va iste'mol amaliyotidagi chuqur o'zgarishlarni qayd etishga qodir bo'lgan kompleks yondashuvlarni izlashga undaydi [15,25].

Muammo modadagi iste'molchilarning xatti-harakatlari ko'pincha oqilona iqtisodiy hisob-kitoblardan tashqari omillar bilan belgilanilishi bilan yanada murakkablashadi [24]. Hissiy bog'liqlik, o'ziga xoslik, madaniy kodlar va ijtimoiy ta'sir tovarning narxi yoki sifati kabi muhim rol o'ynaydi. Shu sababli marketing faoliyatini baholash metodologiyasi nomoddiy jihatlarni – ishonch, jalb qilish, brendning o'ziga xosligini idrok etishni o'lchashni o'z ichiga olishi kerak [13]. Aynan shu narsa miqdoriy (so'rovlar, regressiya modellari, SEM) va sifatli usullarni (chuqur suhbatlar, hikoyalarni tahlil qilish) birlashtirgan aralash uslubiy asoslarni faol qo'llashga, shuningdek, raqamli tahlilning innovatsion vositalarini, masalan, mashinali o'rganish, vizual salans yoki ijtimoiy media ko'rsatkichlarini tahlil qilishni joriy etishga olib keladi [14,15].

Konseptual darajada an'anaviy yondashuvlarni tizimlashtirish muallif tomonidan ishlab chiqilgan 2.0-jadvalda keltirilgan. Unda marketing samardorligini baholashning asosiy usullari, jumladan, eksperimental, so'rovnoma, ekonometrik va tahliliy yondashuvlar qiyosiy tahlil qilingan. Jadval ularning afzalliklari va cheklovlarini yaqqol ko'rish imkonini beradi, bu usullarning hech biri universal emasligini ta'kidlaydi. Aynan shu to'liqsizlik yangi yechimlarni izlash va tadqiqot e'tiborini asta-sekin integrativ va raqamli strategiyalarga qaratish zarurligini tushuntiradi [19].

Ushbu doiradan kelib chiqib, keyinchalik moda sanoatida alohida ahamiyat kasb etgan o'ziga xos yo'nalishlar ko'rib chiqiladi. Tadqiqotlarda alohida e'tibor qaratilgan yo'nalishlardan biri ijtimoiy media marketingi (SMM)dir. Rivojlanayotgan bozorlarida to'plangan empirik ma'lumotlar uning ta'siri ikki tomonlama ekanligini ko'rsatadi.



Shunday qilib, Bangladeshdagi tadqiqot shuni ko'rsatdiki, SMM, ayniqsa, interaktivlik, kontentning dolzarbligi va elektron "sarafan radio" orqali mahalliy brendlar foydasiga hissiy bog'liqlik va afzalliklarni shakllantirishga samarali hissa qo'shadi [24,21]. Biroq, xuddi shu strategiyalar barqaror sodiqlik va mustahkam assotsiatsiyalarni shakllantirish uchun yetarli bo'lmadi va eng muhimi, xaridorlik sadoqatining o'sishiga olib kelmadi [15]. Shunday qilib, layklar va qamrov kabi miqdoriy ko'rsatkichlarni uzoq muddatli samaradorlikning ishonchli ko'rsatkichi deb bo'lmaydi [21]. Shu nuqtayi nazardan, SMMni baholash ishonchning chuqurligi va iste'molchilik namunalarning barqarorligini qayd etuvchi qo'shimcha ko'rsatkichlarni kiritishni talab qiladi (buni 1-jadvalda yaqqol ko'rsatish mumkin, bu yerda SMM ko'rsatkichlari yakuniy xulq-atvor natijalari bilan taqqoslanadi).

1-jadval. SMM ko'rsatkichlari va xulq-atvor natijalari

SMM metrikasi	Kutilayotgan natija	Samarani uzoq muddatli barqarorligi	Cheklovlar
Layklar, sherlar, fikrlar	Jalb etilganlik	Past	Har doim ham sodiqlikni aks ettirmaydi
CTR va qamrov	Brendni tanib olish	O'rtacha	Hissiy aloqani kuchaytirmaydi
Maxsus kontent	Bog'liqlik	Baland	Jalb etilgan auditoriyaning talabini qondirish kerak
Sharhlar va e-WOM	Ishonch	Baland	Salbiylik bilan buzilishi mumkin

Rivojlanayotgan bozorlarni o'rganish bilan parallel ravishda hashamatli brendlar segmentiga ham e'tibor qaratilmoqda. Bu yerda ijtimoiy media yanada murakkab vazifani bajaradi: nafaqat mijozlar e'tiborini ushlab turish, balki hashamatli segmentda aloqalar va xaridorlik niyatlari o'rtasida markaziy vositachi bo'lgan ishonchni mustahkamlash. Masalan, Louis Vuitton kompaniyasining raqamli kanallardagi faolligi shuni ko'rsatdiki, ko'ngilochar kontent bir vaqtning o'zida yaqinlik, ishonch va xarid qilishga tayyorgarlikni kuchaytirishga qodir, ayni paytda kastomizatsiya va trend ishonchni mustahkamlash orqali bilvosita ta'sir ko'rsatadi [15,20]. Ushbu xulosa muhim uslubiy oqibatlariga ega: hashamatli segmentda marketing samaradorligini faqat jalb qilish ko'rsatkichlari bilan o'lchab bo'lmaydi, chunki aynan ishonch muloqotni xulq-atvor ko'rsatmalari bilan bog'laydigan asosiy o'zgaruvchi bo'lib xizmat qiladi [21]. Bu baholash modellari uchun vositachi rolini bajaradigan ishonch va yaqinlik kabi psixografik ko'rsatkichlarni kiritish zarurligini ta'kidlaydi (SMMning bevosita va bilvosita ta'sirlarini qiyosiy tahlil qilish uchun 2-jadvalga qarang).

2-jadval. SMMning bevosita va bilvosita ta'sirlari

Kommunikatsiya omili	Bevosita ta'sir	Ishonch orqali bilvosita ta'sir	Xarid niyatiga yakuniy ta'sir
Ko'ngilochar kontent	Baland	Ha	Juda baland
Moslashtirish	Past	Ha	O'rtacha
Trendlilik	Past	Ha	O'rtacha
Interaktivlik	O'rtacha	Qisman	Baland

Tizimli tahlil doirasida amalga oshirilgan metodologiyalarning kengroq sharhi modada marketing samaradorligini baholashning yagona standartlashtirilgan modeli yo'qligini tasdiqlaydi. Tadqiqotchilar klassik tajribalar va SEMdan tortib Big Data va mashinali o'rganishgacha bo'lgan barcha usullardan foydalanadilar. Ushbu strategiyalarning har biri o'zining kuchli tomonlariga ega: eksperimental dizaynlar aniq marketing stimullari va iste'molchilar reaksiyasi o'rtasidagi sabab-oqibat aloqalarini aniqlashga imkon beradi [19]; miqdoriy modellari statistik qat'iylik va gipotezalarni tasdiqlash imkoniyatini ta'minlaydi [12,16]; raqamli usullar keng ko'lamli va aniq prognozlarga yo'l ochadi [11,22,23].

Biroq, yondashuvlarning hech biri alohida moda marketingining barcha jihatlarini yetarli darajada qayd etishga qodir emas. Aynan shuning uchun ko'pchilik tadqiqotlar turli usullarni yagona doiraga birlashtirishni tavsiya qiladi. Buni sxema ko'rinishida tasvirlash mumkin (3-jadvalga qarang), unda eksperimental, miqdoriy, raqamli va sifat usullarining afzalliklari va cheklovlari ko'rsatilgan.



3-jadval. Turli usullarning afzalliklari va cheklovlari

Usul	Imtiyozlar	Cheklovlar
Tajribalar	Sabab-oqibat xulosalari	Yuqori narx, kichik tanlanma
Miqdoriy so'rovnomalar / SEM	Statistik qat'iylik, modellarning tekshiruvi	Ma'lumotlarning subyektivligi, kross-seksiya
Raqamli usullar (ML, Big Data)	Masshtablilik, bashorat qilish	Cheklangan izohlanadiganlik
Sifatli usullar	Talqin chuqurligi, madaniy kontekstlarni hisobga olish	Umumlashtirishning murakkabligi, subyektivlik

Shunday qilib, tahlilning birinchi darajasidayoq ikkita asosiy xulosani ajratib ko'rsatish mumkin. Birinchidan, modadagi baholash metodologiyasi qisqa muddatli xulq-atvor ta'sirlari har doim ham uzoq muddatli sodiqlikka aylanmaydigan sanoatning o'ziga xos xususiyatlarini hisobga olishi kerak. Ikkinchidan, qat'iy miqdoriy usullarni moslashuvchan sifat vositalari va raqamli tahlil bilan birlashtirgan kompleks yondashuvlar eng samarali hisoblanadi [19,23]. Ushbu yondashuvlar nafaqat kompaniyalarning samaradorligini o'lchashga, balki marketing faoliyati brend va iste'molchi uchun qiymatga aylanadigan yashirin mexanizmlarni aniqlashga imkon beradi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Hozirgi global raqobat sharoitida moda sanoatida marketing samaradorligini baholash nafaqat qisqa muddatli natijalar, balki uzoq muddatli strategik ustunliklarni ta'minlaydigan omillarni ham hisobga olishni talab etadi. Agar ijtimoiy media platformalari asosan auditoriyaning qisqa muddatli reaksiyasini, ya'ni layklar, sharhlar, repostlar kabi ko'rsatkichlarni kuzatish imkonini bersa, kompaniyalarning marketing kompetensiyalarini tahlil qilish moda chakana savdosida uzoq muddatli barqaror samaradorlikni belgilaydigan yanada fundamental omillarni ochib beradi. Bu esa zamonaviy marketingda «operativ ko'rsatkichlar» va «strategik kompetensiyalar» o'rtasidagi farqni anglash zaruratini ko'rsatadi.

Marketing kompetensiyalarini o'rganishda tashkilotchilik qobiliyati konsepsiyasi metodologik karkas sifatida xizmat qiladi. Bu yondashuv marketingni faqat alohida vositalar to'plami sifatida emas, balki bilimlar, ko'nikmalar va muvofiqlashtirilgan jarayonlarning tizimli namoyon bo'lishi sifatida ko'rib chiqadi. Masalan, reklama kampaniyasi, promoaksiya yoki ijtimoiy media postlari alohida holda samara berishi mumkin, ammo ular tashkilotning umumiy kompetensiyalar tizimiga uyg'unlashmasa, uzoq muddatli natija bermaydi. Demak, marketing samaradorligi kompaniyaning ichki resurslari va tashkiliy qobiliyatlarini birlashtirgan holda baholanishi kerak.

Marketing kompetensiyalarini tahlil qilishda bir nechta muhim yo'nalishlar ajratib ko'rsatish mumkin. Birinchidan, brend imijini farqlash qobiliyati – bu kompaniyaning o'z mahsulot va xizmatlarini raqobatchilardan ajratish strategiyasi hisoblanadi. Moda sanoatida bu juda muhim, chunki bozordagi takliflar ko'p va iste'molchi e'tiborini jalb qilish qiyin. Imijning aniq va to'g'ri farqlanishi iste'molchi ongida uzoq muddatli ijobiy taassurot qoldiradi.

Ikkinchidan, mahsulotlarni samarali targ'ib qilish qobiliyati. Bu yerda faqat reklamaga yo'naltirilgan harakatlar emas, balki ommaviy kommunikatsiyalar strategiyasi, influencerlar bilan hamkorlik, modalar haftaliklari va ko'rgazmalarda ishtirok etish kabi keng qamrovli vositalar nazarda tutiladi. Zamonaviy iste'molchi nafaqat mahsulotni, balki uning ortidagi qiymat va g'oyani ham sotib oladi. Shu sababli targ'ibot jarayoni kompaniya missiyasi va brending strategiyasi bilan uyg'unlashgan bo'lishi shart.

Uchinchidan, bozor haqidagi bilimlarni to'plash va tahlil qilish qobiliyati. Moda bozori tez o'zgaruvchan bo'lgani uchun tendensiyalar, iste'molchi ehtiyojlari va raqobatchilar harakatlarini muntazam monitoring qilish zarur. Bu jarayonda katta ma'lumotlar tahlili (big data), neyromarketing tadqiqotlari va sun'iy intellekt texnologiyalaridan foydalanish kompaniyaga tezkor va asosli qarorlar qabul qilish imkonini yaratadi.

To'rtinchidan, mijozlarga xizmat ko'rsatish va ular bilan munosabatlarni rivojlantirish qobiliyati. Moda chakana savdosida sotib oluvchi bilan samarali munosabatlar marketing samaradorligining asosiy omili hisoblanadi. Chunki modalar bozorida iste'molchi tajribasi (customer experience) juda muhim. Xizmat ko'rsatish darajasi, onlayn va oflayn tajribaning uyg'unligi, fidgekka tezkor javob berish kabi elementlar mijozlarning uzoq muddatli sadoqatini ta'minlaydi.

Shu bilan birga, marketing kompetensiyalarini rivojlantirish kompaniyaning raqobatbardoshligini ta'minlaydi. Masalan, kompetensiyalar orqali kompaniya o'zining raqobat ustunligini innovatsiyalar, xizmat ko'rsatish darajasi va mijozlar bilan munosabatlar orqali mustahkamlashi mumkin. Bu esa marketing samaradorligini faqat iqtisodiy ko'rsatkichlar emas, balki brending va mijozlar bilan munosabatlarning uzoq muddatli qiymati orqali baholash zarurligini ko'rsatadi.



Xulosa qilib aytganda, ijtimoiy media qisqa muddatli reaksiyalarni o'ldhash imkonini bersa, marketing kompetensiyalarini o'rganish kompaniyaning uzoq muddatli samaradorligini belgilaydigan strategik omillarni ochib beradi. Moda sanoatida esa bu kompetensiyalar — brending, targ'ibot, bozor tahlili va mijozlarga xizmat ko'rsatish — barqaror muvaffaqiyatning asosiy bashoratchilari sifatida xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Keller K. L., Kotler P. Branding in B2B firms //Handbook of business-to-business marketing. – Edward Elgar Publishing, 2022. – C. 205-224.;
2. Mrad M. et al. Brand addiction in the contexts of luxury and fast- fashion brands //Journal of Retailing and Consumer Services. – 2020. – T. 55. – C. 102089.;
3. Park H., Lim R. E. Fashion and the metaverse: Clarifying the domain and establishing a research agenda //Journal of Retailing and Consumer Services. – 2023. – T. 74. – C. 103413.;
4. Blasi S., Brigato L., Sedita S. R. Eco-friendliness and fashion perceptual attributes of fashion brands: An analysis of consumers' perceptions based on twitter data mining //Journal of Cleaner Production. – 2020. – T. 244. – C. 118701.;
5. Г.А.Багиев, В.М. Тарасевич. Маркетинг –Спб.: Питер, 2012; С.И. Антошкин Управление брендом инновационной продукции. Специальность 08.00.05 – экономика и управление народным хозяйством (маркетинг, управление инновациями). Дис. на соис. уч. степ. к.э.н., СПб 2017.;
6. Н.А.Ольмезова. Управление позиционированием портфеля брендов. Специальность 08.00.05 – экономика и управление народным хозяйством (маркетинг, управление инновациями). Дис.на соис. уч. степ. к.э.н., доцент – 2017. ст 109.;
7. Глупко- Федоричева С. С., Миракян А. Г. Масштабирование бизнеса: как выбрать подходящую модель развития молодому бренду одежды? //Инновации и инвестиции. – 2022. – №. 5. – С. 64-70.;
8. Soliev A.S.. Marketing. Bozorshunoslik. Darslik. 2010 yil.; N.Q. Yo'ldoshev strategik menejment. Darslik. – T.: TDIU, 2013. 140 b.;
9. M.A.Ikramov, Sh.Dj Ergashxodjaeva, Z.D.Adilova, I.U.Ne'matov Upravlentie brendom. O'quv qo'llanma. –T.: Iqtisodiyot, 2019 yil 305 bet.;
10. Sh.Dj.Ergashxodjaeva, I.Nematov Brendni boshqarish. O'quv qo'llanma. – T.: Iqtisodiyot, 2019. — 146 b.
11. Au, K.-F., Choi, T.-M., & Yu, Y. (2008). Fashion retail forecasting by evolutionary neural networks. International Journal of Production Economics, 114(2), 615–630.
12. Beheshti-Kashi, S., Karimi, H. R., Thoben, K.-D., Lütjen, M., & Teucke, M. (2015). A survey on retail sales forecasting and prediction in fashion markets. Systems Science & Control Engineering: An Open Access Journal, 3(1), 154–161. <https://doi.org/10.1080/21642583.2014.999389>
13. Fadel, K., & Konis, E. (2024). Analyzing the Influence of Marketing Strategies on Consumer Behavior in the Fast Fashion Industry: The Case of Zara in Cyprus. Revista de Gestão Social e Ambiental, 18(8), e08426. <https://doi.org/10.24857/rgsa.v18n8-160>
14. He, H., Xu, P., Jia, J., Sun, X., & Cao, J. (2024). Visual assessment of fashion merchandising based on scene saliency. International Journal of Clothing Science and Technology. <https://doi.org/10.1108/IJCST-03-2022-0037>
15. Kim, A. J., & Ko, E. (2010). Impacts of luxury fashion brand's social media marketing on customer relationship and purchase intention. Journal of Global Fashion Marketing, 1(3), 164–171. <https://doi.org/10.1080/20932685.2010.10593068>
16. Makridakis, S., Wheelwright, S., & Hyndman, R. (1998). Forecasting methods and applications (3rd ed.). Wiley.
17. Moore, M., & Fairhurst, A. (2003). Marketing capabilities and firm performance in fashion retailing. Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal, 7(4), 386–397. <https://doi.org/10.1108/13612020310496976>
18. Moore, M., & Fairhurst, A. (2003). Marketing capabilities and firm performance in fashion retailing. Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal, 7(4), 386–397. <https://doi.org/10.1108/13612020310496976>
19. Pinto, D. C., Araújo, A., & Sampaio, C. H. (2015). Assessing marketing effectiveness in fashion markets: A survey of forecasting and evaluation methods. Journal of Global Fashion Marketing, 6(1), 36–49. <https://doi.org/10.1080/21642583.2014.999389>
20. Sfar, N., & Çengel, O. (2023). The Impact of Digital Marketing on Luxury Fashion Brands. Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, 37(1), 210–225. <https://doi.org/10.1108/APJML-05-2023-1241801>
21. Sohaib, M., & Han, H. (2023). Building value co-creation with social media marketing, brand trust, and brand loyalty. Journal of Retailing and Consumer Services, 74, 103442. <https://doi.org/10.1016/j.jretconser.2023.103442>
22. Sun, Z.-L., Choi, T. M., Au, K.-F., & Yu, Y. (2008). Sales forecasting using extreme learning machine with applications in fashion retailing. Decision Support Systems, 46(1), 411–419.
23. Thomassey, S. (2010). Sales forecasts in clothing industry: The key success factor of the supply chain management. International Journal of Production Economics, 128(2), 470–483. Retrieved May 12, 2014, from <http://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S0925527310002598>
24. Wang, Y., Ahmed, S. C., Deng, S., & Wang, H. (2019). Success of Social Media Marketing Efforts in Retaining Sustainable Online Consumers: An Empirical Analysis on the Online Fashion Retail Market. Sustainability, 11(13), 3596. <https://doi.org/10.3390/su11133596>
25. Wei, L., Hong, Y., & Zeng, X. (2024). Exploring the influence of content marketing strategies on the expansion of the fashion second-hand market: a theoretical prediction study. Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal, 28(5), 950–979. <https://doi.org/10.1108/JFMM-09-2023-0232>



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. № 8

© 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>