

MARKETING

ILMIY, AMALIY VA OMMABOP JURNAL



B MARKETING E INNOVATSIYA D I BIZNES S RAQAMLI MARKETING V D ELEKTRON TIJORAT

№2-SON

2025-YIL, FEVRAL

9710 xalqaro daraja



№240874

ISSN: 3060-4621



OPEN ACCESS





JURNALNING MAQSADI

Tadbirkorlik-biznes faoliyatini tashkil etishning marketing asoslarini, yo'nalishlari, echimlari, vositalarini yaratish va rivojlantirish

ALOQA UCHUN MA'LUMOTLAR

TEL: (97) 783-84-64

VEB-SAYT

www.marketingjournal.uz

ELEKTRON POCHTA:

info@marketingjournal.uz

TELEGRAM BOT:

[@marketingjournalbot](https://t.me/tidiumarketingjournal)

TELEGRAM KANAL:

<https://t.me/tidiumarketingjournal>

MUASSIS

“Tadbirkor va ishbilarmon” MCHJ

JURNALNING ILMIYLIGI

Marketing jurnali O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi Oliy attestatsiya komissiyasi rayosatining **2024-yil 04-oktabrdagi 332/5 sonli qarori** bilan milliy ilmiy nashrlar ro'yxatiga kiritilgan

INDEKSATSIYA



BOSH MUHARRIR

Xakimov Ziyodulla Axmadovich, iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent;

BOSH MUHARRIR O'RINBOSARI:

Yusupov Muxamadamin, iqtisodiyot fanlari nomzodi, professor;

TAHRIR HAY'ATI:

Abduraxmanova Gulnora Kalandarovna, i.f.d., prof., TDIU Ilmiy ishlar va innovatsiyalar bo'yicha prorektori;

Ergashxodjayeva Shaxnoza Djasurovna, i.f.d., prof., TDIU Marketing kafedrasini mudiri;

Soliyev Axmadjon Soliyevich, i.f.d., NaMTI Marketing kafedrasini professori;

Ikramov Murad Akramovich, i.f.d., TDIU Marketing kafedrasini professori;

Tursunov Boburjon Ortqimrziyevich, i.f.d., prof., TDIU Iqtisodiy xavfsizlik kafedrasini mudiri, Xalqaro statistika instituti kengashi doimiy a'zosi;

Zarova Elena Viktorovna, i.f.d., G.V.Plexanov nomidagi Rossiya iqtisodiyot universiteti professori, Xalqaro statistika instituti kengashi doimiy a'zosi

Akramov Tohir Abdirahmonovich, i.f.d., TDIU Marketing kafedrasini professori;

Ostonaqulova Gulsaraxon Muhammadyoqub qizi, i.f.d., TDIU Marketing kafedrasini professori;

Samadov Asqarjon Mishomovich, i.f.n., TDIU Marketing kafedrasini professori;

Shamshiyeva Nargizaxon Nosirxo'ja qizi, i.f.n., dots., TDIU Kengash kotibi;

Sobirov Azizbek Avazbekovich, PhD., TDIU Marketing kafedrasini dotsenti;

Sadikov Shoxrux Shuxratovich, PhD, dots., TIU Departament boshlig'i;

Musyeva Shoirazimovna, i.f.n., SamSI Marketing kafedrasini professori;

Kaxramonov Xurshidjon Shuxrat o'g'li, PhD., TDIU Marketing kafedrasini dotsenti;

Djurabayev Otabek Djurabayevich, i.f.d., TDIU Innovatsion menejment kafedrasini dotsenti;

Karimova Shirin Zoxid qizi, PhD, TDIU Axborot texnologiyalari kafedrasini katta o'qituvchisi;

Usmonov Bunyod Aktam o'g'li, PhD, TDIU Moliyaviy tahlil kafedrasini v.b.dotsenti;

Dehqonov Burxon Rustamovich, PhD., TDIU Ilmiy tadqiqot faoliyatini tashkil etish bo'limi bosh mutaxassisi;

Turobova Hulkar Rustamovna, PhD., BuxDU, Yashil iqtisodiyot va agrobiznes kafedrasini dotsenti;

Mullabayev Baxtiyarjon Bulturbaevich, DSc., Namangan muhandislik-qurilish instituti dotsenti;

Fayzullayev Javlonbek Sultonovich, DSc., TDIU, Yashil iqtisodiyot kafedrasini dotsenti;

Aliyev Yashnarjon Egamberdiyevich, DSc., TDIU, “Iqtisodiy va moliyaviy xavfsizlik” kafedrasini professori

Bobojonov Azizjon Babaxanovich, DSc, TDIU, “Raqamli iqtisodiyot” kafedrasini dotsenti

Allayarov Shamsiddin Amanullayevich, DSc, prof., TDIU, “Savdo ishi” kafedrasini mudiri

Jumaev Olimjon Sadulloevich, DSc, Raqobat siyosati va iste'molchilar huquqlari tadqiqotlari markazi direktori

Eshov Mansur Po'latovich, i.f.d., prof., Alfraganus universiteti “Menejment va marketing” kafedrasini mudiri

Elektron nashr 609 sahifa. E'lon qilishga 2025-yil 28-fevralda ruxsat etildi

HAMKORLARIMIZ:

1. Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti
2. “O'zto'qimachilik sanoat” uyushmasi



MUNDARIJA

AHOLI O'RTASIDA MOLIYAVIY SAVODXONLIKNI OSHIRISHNING AHAMIYATI	7
Nazarova Ra'no Rustamovna	
INTEGRATING UZBEKISTAN STATE BUDGET STRATEGIES WITH FINANCIAL LITERACY FOR ECONOMIC PROSPERITY	17
Nazarova Rano Rustamovna, Jamolov Bejan Xurshidovich	
O'ZBEKISTONDA YASHIL LOGISTIKANI RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI.....	26
Karrieva Yakutjan Karimovna	
KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIK SOHASINI HUDUDIY STATISTIK GURUHLASH	33
Akbarova Barno Shuxratovna	
KORXONALARDA RAQAMLI TRANSFORMATSIYA JARAYONI: RAQAMLI MARKETING VOSITALARINI INTEGRATSIYA QILISH VA SAMARADORLIKNI BAHOLASH USULLARI ..	40
Amonov Mirzohid Tuymuratovich	
JIZZAX VILOYATI FERMER XO'JALIKLARI FAOLIYATINING STATISTIK TADQIQI	47
Ayubjonov Abbas Xosilovich, Ratayev Faxriddin Irismatovich	
UY-JOY KOMMUNAL XO'JALIGINI YASHIL IQTISODIYOT KONSEPSIYALARI ASOSIDA TASHKIL ETISHNING ILMIY-NAZARIY JIHATLARI.....	58
Berdiyeva Dilfuza Axatovna, Najmiddinov Sherzod Qiyomiddin o'g'li	
KAMBAG'ALLIK DARAJASINI QISQARTIRISHGA YO'NALTIRILGAN OILAVIY TADBIRKORLIKDA INSON IMKONIYATLARIGA YONDASHUVI	65
Ernazarova Nilufar Nozimjonovna	
IQTISODIYOTNING RIVOJLANISHIDA SANOAT KORXONALARINING O'RNI VA IQTISODIY FAOLIYATINING STATISTIK TAHLILI	75
Jalolov Ilhomjon Isomiddinovich	
NEYROMARKETINGNING ZAMONAVIY REKLAMA STRATEGIYALARIGA TA'SIRI	86
Kutbitdinova Moxigul Inoyatovna, Matrizayeva Dilaram Yusubayevna	
O'ZBEKISTONDA OZIQ-OVQAT XAVFSIZLIGINI TA'MINLASHDA QISHLOQ HO'JALIK MAHSULOTALARI ISHLAB CHIQRISHNING AHAMIYATI	97
Masharipova Fazilat Axmedovna	
THE IMPORTANCE OF BENCHMARKING IN INCREASING THE COMPETITIVENESS OF MANUFACTURING ENTERPRISES.....	106
Musayeva Shoirazimovna	
KORXONALARNING FAOLIYATIDA DAROMAD VA XARAJAT HISOBINI TAKOMILLASHTIRISH	111
Muxibova Guli Yarkinovna, Turabekova Ominaxon Ulug'bek qizi	
TRANSPORT TIZIMINI RIVOJLANTIRISHNING O'ZIGA XOS JIHATLARI	119
Sapayev Axmed Durdibaevich	
"UNIVERSITET 4.0" MODEL: RAQAMLI TRANSFORMATSIYA SHAROITIDA UNIVERSITETLARNING RAQAMLI MARKETING YONDASHUVI	127
Xidoyatov Murod Batirovich	
TURIZM INDUSTRIYASINI RIVOJLANTIRISH YONDASHUVLARI.....	139
Yusupova Mexribon Uktamovna	
MINTAQADA TRANSPORT TIZIMINI TAKOMILLASHTIRISHGA TA'SIR ETUVCHI OMILLAR TADQIQI.....	148
Sapayev Axmed Durdibaevich	
O'ZBEKISTONDA YUK VA YO'LOVCHI TASHISH TIZIMINI TAKOMILLASHTIRISH YO'LLARI	154
Anvarova Dilfuza Abdusattor qizi	

BANK XIZMATLARINING TRANSFORMATSIYASI VA MOLIYAVIY TEKNOLOGIYALARINING ROLI.....	162
Azimova Nasiba Shuxratovna	
KORXONALAR FAOLIYATIDA MEHNAT INTIZOMINING IQTISODIY SAMARADORLIKKA TA’SIRI.....	170
Azizova Sayyora Xamidullayevna	
HUDUDLARNING IJTIMOIIY-IQTISODIY RIVOJLANTIRISH STRATEGIYASIDA MAHALLIY BYUDJETLAR BARQARORLIGINI TA’MINLASH YO‘LLARI.....	176
Davlatov Muradbek Saparboyevich	
SIX MAIN STAGES OF THE SUPPLY PROCESS.....	183
Ergashev Jahongir Bakhodirovich	
O‘ZBEKISTONDAGI QURILISH MATERIALLARI SANOATINING RIVOJLANISH TENDENSIYALARI.....	195
Igamova Shaxinya Zikrilloevna	
XALQARO SAYYOHLIK BOZORIDA IJTIMOIIY TARMOQLARDAN FOYDALANISHNING DOLZARB TENDENSIYALARI.....	202
Kasimova Zilola G‘ulomiddinovna	
KORXONA IQTISODIYOTIDA EKOLOGIK BOSHQARUV TIZIMINI JORIY ETISHNING O‘ZIGA XOS XUSUSIYATLARI	210
Qodirov Abduvoxid Abdumannof o‘g‘li	
O‘ZBEKISTONDA TUROPERATORLAR FAOLIYATIDA MARKETINGNI TAKOMILLASHTIRISH	220
Qutlimurotov Fayzullo Sadulayevich	
INNOVATSION MENEJMENT TAMOIYILLARI ASOSIDA KORXONALARNING BOSHQARUV SAMARADORLIGINI OSHIRISH.....	229
Shadieva Madina Djaloliddin qizi	
THE IMPORTANCE OF OPERATING EXPENSES IN MANAGEMENT COSTS	237
Turdieva Gulaida Omirbayevna, Maulenberganova Khusnida Khursand qizi	
ILM-FAN SOHASIDA BOZOR MUNOSABATLARINI TASHKIL ETISH TIZIMI VA UNI AMALGA OSHIRISH MEXANIZMI.....	247
Tursunov Bekmuxammad Omonovich	
KORPORATIV BOSHQARUVNING KOMPANIYA KAPITAL QIYMATIGA TA’SIRI	255
Urinov Bobur Nasilloevich	
O‘ZBEKISTONDA MEHMONXONA XO‘JALIGI MILLIY TASNIFLASH TIZIMINI TAKOMILLASHTIRISH YO‘LLARI.....	263
Xamitov Mubin Xabibjonovich	
RAQAMLI TEKNOLOGIYALARINING KO‘ZI OJIZLARNING INTELLEKTUAL FAOLIYATIDAGI O‘RNI	276
Mannopova Manzura Jamil qizi	
HUDUDLARDA ENERGIYA RESURS SAMARADORLIGINI OSHIRISHDA RAQAMLASHTIRISHNING IQTISODIY TAHLILI.....	284
Safarov Akbar Shokirovich	
TO‘QIMACHILIK KLASSTERLARIGA SINERGIYANING TA’SIRI VA UNING ELEMENTLARI	291
Tojiyev Sa’dulla Muhitdinovich	
УПРАВЛЕНИЕ ИННОВАЦИЯМИ В СФЕРЕ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ НА РЕГИОНАЛЬНОМ УРОВНЕ	302
Абдурахманов Зафар Мамурович	
ПОВЫШЕНИЕ ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ	311
Карабаева Гулнора Шарафитдиновна,	

НЕКОТОРЫЕ ОСОБЕННОСТИ ВНЕДРЕНИЯ ЦИРКУЛЯРНОЙ ЭКОНОМИКИ В КИТАЕ	320
Медынская Ирина Вильевна	
MODA INDUSTRIYASIDA NEYROMARKETINGDAN FOYDALANISH	339
Alimxodjayeva Nargiza Elshodovna	
KORXONALARNING EKSPORT SALOHİYATI VA RAQOBATBARDOSHLIGINI TAHLIL QILISH	346
Jiyamuradov Rustam Nuriddinovich	
RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA AXBOROT-KOMMUNIKATSIYA TEXNOLOGIYALARI YORDAMIDA BIZNES MODELLARINING SHAKLLANISHI	351
Saatova Lolakhon Ergashevna	
MODA INDUSTRIYASIDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALARNI JORIY ETISH IMKONIYATLARI	359
Ahmedova Rayhona Jasurbek qizi	
OLIY TA'LIM MUASSALARI BOSHQARUVINI RAQAMLI TEXNOLOGIYALARNI QO'LLASH ORQALI TAKOMILLASHTIRISH	367
Berdiyev Temurbek Maxmudullo o'g'li	
MINTAQALARDA KLASSTERLARNING TASHKILIY IQTISODIY MEXANIZMLARNI TAKOMILLASHTIRISH	376
Beknazarova Manzura Baxtiyorovna	
O'ZBEKISTON ISHLAB CHIQRUVCHI KORXONALARIDA BRENDNI MILLIY AN'ANALARGA MOS RAVISHDA SHAKLLANTIRISH XUSUSIYATLARI	383
Babaxodjayev Giyosiddin Nasirovich	
THE ROLE OF PROGRAMMATIC ADVERTISING IN DATA-DRIVEN MARKETING: OPTIMIZING TARGETED ADVERTISING STRATEGIES IN THE TOURISM SECTOR	392
Sodikov Mirziyo Odiljon ogli	
UMUMIY FOYDALANISHDAGI AVTOMOBIL YO'LLARINI QURISH, QAYTA QURISH ISHLARIGA XALQARO MOLIYA INSTITUTLARI MABLAG'LARINI JALB QILISH	400
Pardayev Fayzulla G'affarovich	
ПРОБЛЕМЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЯХ УЗБЕКИСТАНА	407
Гафурова Дилшода Рамазановна	
OLIY TA'LIM MUASSASALARIDA RAQAMLI MARKETING VOSITALARI: IJTIMOY MEDIA MARKETINGDAN FOYDALANISHNING IJTIMOY-IQTISODIY MEXANIZMLARI	414
Xamidov Obidjon Xafizovich	
Baxtiyorova Nigina Ulug'bek qizi	
KOMPANIYALAR KAPITAL AKTIVLARINI BAHOLASHNING NAZARIY JIHATLARI	423
Bunyod Usmonov Aktam o'g'li	
ЭКОНОМИЧЕСКАЯ БЕЗОПАСНОСТЬ В ФОРМИРОВАНИИ И РАЗВИТИИ КЛАСТЕРОВ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ: ТЕОРЕТИЧЕСКИЙ ОБЗОР	427
Садриддинова Нигора Хусниддиновна	
ИГРЫ И ИГРОВЫЕ ЗАНЯТИЯ ПО ФИНАНСОВОЙ ГРАМОТНОСТИ	433
Фозилова Фирангиза Комиловна	
BILIMLAR IQTISODIYOTINI SHAKLLANTIRISH SHAROITIDA TA'LIM SOHASINING RIVOJLANISH TENDENSIYALARI	440
Xolmirzayev Ulug'bek Abdulazizovich	
INVESTITSIYA LOYIHALARINI DAVLAT TOMONIDAN TARTIBGA SOLISHNING USTUVOR YO'NALISHLARI	448
Mullabayev Baxtiyarjon Bulturbayevich	
O'ZBEKISTONDA ELEKTRON TIJORATNING RIVOJLANISH TENDENSIYALARI	458
Sodiqova Dilafruz Zohid qizi	

O'ZBEKISTONDA YASHIL MOLİYANI RIVOJLANTIRISH IMKONIYATLARI VA STRATEGIK YO'NALISHLARNI ANIQLASH	467
Masharipova Shahlo Adambaevna	
MOBIL ALOQA TARMOQLARINING DUNYO IQTISODIYOTIDA TUTGAN O'RNI	478
Dilafroz Aripova	
TADBIRKORLIK MUHITINI YAXSHILASHNING TASHKILIY MOLİYAVIY MEXANIZIMINI TAKOMILLASHTIRISH.	489
Naziraliyev Diyorbek Imomali o'g'li	
SUG'URTA KOMPANIYALAR MOLİYAVIY BARQARORLIGIGA TA'SIR ETUVCHI RISKLAR VA ULARNI BAHOLASH USULLARI	500
Haqberdiyev Bekzod Uktamovich	
AGROKLASTER TIZIMIDA QISHLOQ XO'JALIGI TARMOG'INING RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISH MODELLARI VA ULARNI QO'LLASH STRATEGIYALARI.....	509
Jo'rayev Farrux Do'stmirzayevich	
SANOAT KORXONALARIDA ISHLAB CHIQARISH SAMARADORLIGINI OSHIRISHGA TA'SIR ETUVCHI OMILLAR TAHLILI	517
Raximov Anvar Norimovich	
MOLIYA-KREDIT MEXANIZMLARI ORQALI TADBIRKORLIK SUBYEKTLARI FAOLIYATINI RAG'BATLANTIRISH: XORIJIY MAMLAKATLARNING ILG'OR TAJRIBALARI.....	527
Ergashev Otamurod Tashtemirovich	
MUHANDISLIK TA'LIM SOHALARI TALABALARIDA TADBIRKORLIK KOMPETENSIYALARINI RIVOJLANTIRISH MODEL.	536
Butayev Tuxtasin	
O'ZBEKISTONDA SOG'LIQNI SAQLASH SOHASIDAGI ASOSIY KO'RSATKICHLAR TAHLILI.....	543
Abdusattorov Sarvar Shokirovich	
АНАЛИЗ ПРОИЗВОДСТВЕННОЙ СЕТИ МЕТОДАМИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ.....	552
Алланиязова Айсапа Муратовна	
KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIK SOHASINI BARQAROR RIVOJLANTIRISHNING INNOVATSION YONDASHUVLARI.....	564
Yadgarova Nigora Rixsulla qizi	
XORIJIY INVESTITSIYALARNI JALB QILISHNING METODOLOGIK ASOSLARI	572
Ibragimov G'anijon G'ayratovich	
O'ZBEKISTONDA ATMOSFERA IFLOSLANISHINI BAHOLASH VA BARQARORLIQNI TA'MINLASH YO'NALISHLARI.....	584
Xamdamov Shoh-Jaxon Raxmat o'g'li	
MOLIYAVIY XAVFLAR TASNIFINI SHAKLLANTIRISH MASALALARI	591
Jabborov Azamat	
RIVOJLANGAN DAVLATLAR INNOVATSION BANK XIZMATLARIDAN FOYDALANISH TAJRIBALARI.....	596
Baymuratova Madina Tursunboy qizi	
IQTISODIYOTNING TARKIBIY O'ZGARISHLARINI KICHIK BIZNES TARAQQIYOTINI TA'MINLASHDAGI ROLINI BAHOLASH MASALALARI	602
Elov Olimdjon Komilovich	

MODA INDUSTRIYASIDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALARNI JORIY ETISH IMKONIYATLARI

Ahmedova Rayhona Jasurbek qizi

TDIU marketing kafedrası tayanch doktoranti

Annotatsiya

Ushbu maqolada moda industriyasida raqamli texnologiyalarni joriy etish imkoniyatlari keng yoritib o'tilgan. Zamonaviy texnologiyalar sun'iy intellekt, blokcheyn texnologiyalari, Augmented Reality(AR) va Internet of Things (IoT)ning moda sanoatida qo'llash bo'yicha ilmiy va amaliy takliflar berib o'tilgan.

Kalit so'zlar: raqamli marketing, blokcheyn, internet, Wearable 2.0, sun'iy intellekt, Augmented reality (AR), Internet of Things (IoT)

Аннотация

В данной статье рассматриваются возможности внедрения цифровых технологий в индустрию моды. Даны научно-практические предложения по применению современных технологий, таких как искусственный интеллект, технологии блокчейн, дополненная реальность (AR) и Интернет вещей (IoT) в индустрии моды.

Ключевые слова: цифровой маркетинг, блокчейн, Интернет, Wearable 2.0, искусственный интеллект, дополненная реальность (AR), Интернет вещей (IoT).

Abstract

This article covers the possibilities of introducing digital technologies in the fashion industry. Scientific and practical proposals for the application of modern technologies such as artificial intelligence, blockchain technologies, Augmented Reality (AR) and Internet of Things (IoT) in the fashion industry have been given.

Keywords: digital marketing, blockchain, internet, Wearable 2.0, artificial intelligence, Augmented reality (AR), Internet of Things (IoT).

KIRISH

Birlashgan Millatlar Tashkilotining Barqaror Rivojlanish Maqsadlarining 9-ustuvor maqsadi "Sanoatlashtirish, innovatsiya va infratuzilma"ga qaratilgan bo'lib, unda "barqarorlik uchun barcha sanoat va infratuzilmalarni yangilash" hamda "tadqiqotlarni kuchaytirish va sanoat texnologiyalarini yangilash" muhim vazifalar sifatida belgilab berilgan. Jahon moda sanoati 3 trillion dollarlik iqtisodni yaratuvchi va jahon yalpi ichki mahsulotining 2 foizini tashkil qiluvchi eng muhim tarmoqlaridan biridir. [1] Barqarorlik maqsadlarida iste'mol va ishlab chiqarish jarayonlariga innovatsiyalarni samarali joriy etish bilan erishiladi. Ayniqsa raqamli innovatsiyalar hisoblangan narsalar Interneti (IoT), sun'iy intellekt (AI), blokcheyn, kengaytirilgan haqiqat (AR) va virtual haqiqat (VR) kabi zamonaviy raqamli texnologiyalardan foydalanish muhimdir. Bu orqali moda sanoatida aqlli mato (sog'liqni saqlash), ta'minot zanjiri, aylanma iqtisod, liboslarni tavsiya qilish tizimi, moda tendensiyalarini prognozlash, sog'liqni bashorat qilish va virtual va kengaytirilgan xarid qilish tajribalaridan foydalanish xam ustuvor tadqiqot yo'nalishlaridir. Ushbu xollarni

inobatga olgan holda O'zbekiston moda industriyasida raqamli texnologiyalarni joriy etish imkoniyatlari va muammolari aniqlash orqali samarali yechimlar taklif etish dolzarb vazifadir.

ADABIYOTLAR SHARHI

Moda industriyasida raqamli texnologiyalarni joriy etish imkoniyatlari va muammolarini aniqlashga qaratilgan tadqiqotlar 2020-yillardan keyingi yillarda mahalliy va xorijiy tadqiqotlarda keng o'rganilmoqda. Jumladan, Hardabkhadze I.(2)[2] tadqiqotlarida xom ashyo va ekologik muammolarni hisobga olgan holda raqamli moda sanoatining rivojlanish bosqichlari va istiqbollari tahlil qilgan. Moda sanoati transformatsiyasida raqamlashtirishning mohiyati, bosqichlari va rolini aniqlash uchun raqamli dizayn vositalari evolyutsiyasining kontent tahlili o'tkazib, jamiyatning moda sanoati transformatsiyasining tarixiy tahlilini amalga oshirgan.

Rathore B. tomonidan moda industriyasini rivojlantirishda raqamli marketing strategiyalari hisoblangan elektron pochta kampaniyalari, veb-saytlarni optimallashtirish, ijtimoiy media kampaniyalari, onlayn forumlar, televideniye reklamalari, mobil ilovalar va boshqa raqamli marketingdan foydalanish bo'yicha takliflar bergan. [3]

Szozda N. maqolasida chakana moda savdosini veb-rooming va ko'rgazma zalida xarid qilish niyatlari va mijozlar tajribasidagi texnologiyalar o'rtasidagi o'zaro bog'liqlikni o'rgangan.[4]

L. Alves, E. Ferreyra Kruz, S. I. Lopes, P. M. Fariya va boshqalar tomonidan moda ta'minoti zanjiridagi blokcheyn axborotning assimetriyasi kabi texnologiyalardan foydalanish bo'yicha tavsiyalar bergan. Blokcheyn, kiyimlar tashlab ketilgan aylanma iqtisodiyotni amalga oshirish imkoniyatini beradi yangi kiyimlar ishlab chiqarish uchun xom ashyo sifatida ishlatiladi.[5]

Tien N. H. va boshqalar Vetnamning Xanoy va Xoshimin kabi yirik shaharlaridagi moda sanoatidagi ikkita kuchli raqobatchilarning onlayn marketing strategiyasini tahlil qiladi va taqqoslaydi. Bu ikki kompaniyaning onlayn marketing va biznes kampaniyalarida savdoni oshirish va brendni targ'ib qilish uchun bozorda yetakchilik qilgani bu dinamizmdir deb ta'kidlanadi. Ularning tahlil natijalari maishiy moda bizneslarini rivojlantirish va shu rejimga amal qilish bo'yicha ko'rsatma bo'la oladi.[6]

Andika A. D. P., Lestari E. I. P., Uilyam A. tadqiqotida rivojlanayotgan raqamli ekotizim doirasida ta'sir o'tkazuvchilar, moda brendlari va iste'molchilar o'rtasidagi munosabatlar bilan bog'liq turli jihatlarni o'rganadi. Ular brend imijini shakllantirish, iste'molchilarning xatti-harakatlarini yo'naltirish va kengroq biznes maqsadlariga erishish uchun raqamli marketing strategiyalarini optimallashtirishda ta'sir o'tkazuvchilarning muhim ta'sirini ta'kidlaydi. Onlayn moda sanoatida amaliy tadqiqot yondashuvidan foydalangan holda, oldingi tadqiqotlar ta'sir qiluvchilar bilan hamkorlik moda brendining raqamli marketing strategiyasining asosiy elementi bo'lishligi haqida chuqur ma'lumot beradi.[7]

METODOLOGIYA

Moda industriyasida raqamli texnologiyalarni joriy etish imkoniyatlarini aniqlash uchun eng zamonaviy texnologiyalar aniqlanadi. Ilmiy tadqiqotlarda eng zamonaviy texnologiyalar sifatida quyidagilar keltirilgan:

- Augmented Reality (AR)/ Virtual Reality (AR)
- Blockchain
- Artificial intelligence (AI)
- Internet of Things (IoT)

Mazkur maqolada keltirib o'tilgan zamonaviy texnologiyalarni moda industriyasida qo'llash imkoniyatlarini aniqlash bo'yicha, muammolarga ilmiy adabiyotlarni va xalqaro brend kampaniyalar tajribalarini o'rganish asosida takliflar beriladi.

TAHLIL VA NATIJALARI

Moda sanoatini raqamlashtirish har bir mijoz uchun qulaylik, moslashuvchanlik va ishonchlilik talablariga moslashtirilgan mustahkam, innovatsion, barqaror va real vaqtda infratuzilmani joriy qilishni kuchaytiradi. Raqamli texnologiyalardan moda industriyasida keng foydalanish barqarorlikka erishishda katta yordam berishi aniqlandi. Raqamlashtirish virtual tarmoqdagi aqlli mato va boshqa kiyimlar haqidagi real vaqt ma'lumotlarini vizualizatsiya qilish imkonini beradi. Bu ma'lumotlarni tahlil qilish va undan kerakli ma'lumotlarni olish uchun turli xil tahlil usullarini qo'llashda yordam beradi. Ushbu usullar moda industriyasida raqamlashtirishni amalga oshirish imkoni bo'lgan sohalarni ko'rsatadi.

1-jadval

Moda industriyasida raqamli texnologiyalardan foydalanilgan maqolalar soni¹

Texnologiyalar	2020-2025-yil	2025-yilda
Moda industriyasida Augmented Reality	22 100	789
Moda industriyasida Blokcheyn	17 800	883
Moda industriyasida Sun'iy intellekt (AI)	24 000	2 730
Moda industriyasida Internet texnologiyasi(IoT)	16 300	1 590

Moda industriyasida sun'iy intellekt (Artificial intelligence, AI)ning o'rni katta ahamiyatga ega. Sun'iy intellekt orqali biz qariyalar, bemorlar va bolalarning sog'lig'i bilan bog'liq muammolarni tez va oson tahlil qilish, moda tendensiyalarini prognozlash va atrof-muhit parametrlariga asoslangan kiyinish bo'yicha tavsiyalar kabi ko'plab ma'lumotlardan foydalana olamiz.

Kiyim-bu tashqi ko'rinish orqali egasining ichki idrokini bildiruvchi belgi turi.[8] U foydalanuvchining afzalliklari, e'tiqodi, shaxsiyati, kasbi, ijtimoiy mavqeyi va hayotga bo'lgan qarashlari haqidagi ma'lumotlarni uzatadi. Modani bashorat qilish va kiyimni tavsiya qilish ijtimoiy tarmoqlarda tasvirlar va matnlar orqali mavjud moda ma'lumotlarini tahlil qiladi.[9] Sun'iy intellekt moda sanoatida o'z mahsulotlarini sotish usullarini o'zgartiradi. Sun'iy intellektga asoslangan marketing vositalari

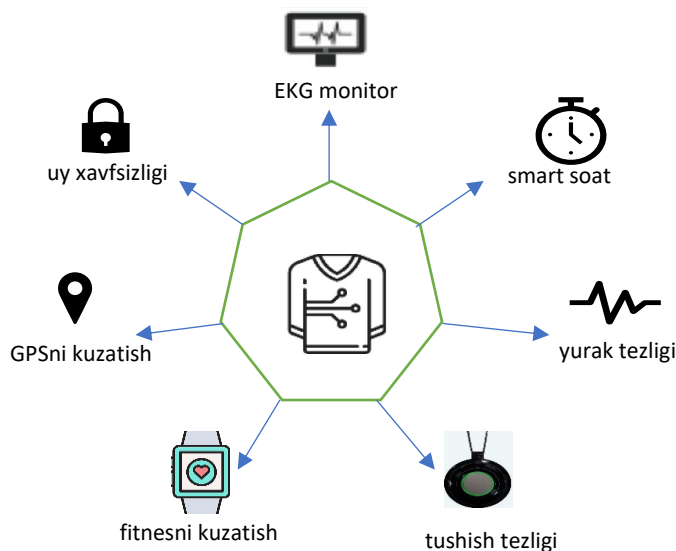
¹ Muallif ishlanmasi

yordamida korxonalar eng samarali marketing strategiyalarini aniqlash, mijozlarga to‘g‘ridan-to‘g‘ri yo‘naltirish va ularning reklama ta‘sirini maksimal darajada oshirish uchun ma‘lumotlarni tahlil qiladilar. Bu nafaqat vaqt va pulni tejaydi, balki korxonalar uchun yangi tendensiyalar va rivojlanayotgan bozorlarni aniqlash orqali raqobatchilardan oldinga siljishga katta yordam beradi. Bu moda sanoati uchun ajoyib rivojlanishdir, chunki bu korxonalar endi yangi mijozlarni topishi va ko‘proq sotuvlar yaratishligini anglatadi.

Moda sanoatida internet texnologiyalardan (IoT) foydalanishning turli xil afzalliklari mavjud. Masalan aqlli kiyimlar va kiyimlar ishlab chiqarish. Zamonaviy hayotimizda smart kiyimlarni o‘rni kundan kunga oshib bormoqda. Jumladan wearable (kiyiladigan, o‘rnatilgan) texnologiya kundalik hayotga shiddat bilan kirib keldi. Ushbu texnologiya bizning yashash tarzimizga yordam beradigan va yaxshilashga yordam beradigan ko‘plab xususiyatlarni taklif etadi. O‘rnatilgan texnologiyaga ega bu kiyimlar kelajak uchun g‘oyalar emas, ular bizning dunyomizni o‘zgartirmoqda. Ular har kuni kiyimimizdan foydalanishimizni o‘zgartirmoqda.

To‘qimachilik va elektronika rivojlanishi to‘qimachilik mahsulotlarini keng miqyosda integratsiyalashuviga va havo o‘tkazuvchan iplarni ishlab chiqarishga imkon beradi. Harorat, nafas olish, yurak urishi tezligi, stress, harakat yoki hatto gormonlar darajasi kabi biometrik ma‘lumotlarni qayta ishlash uchun smartfonlar bilan interfeysga ega bo‘lgan aqlli matolar chakana savdoda yangi davrni olib keldi.[10]

Zamonaviy tibbiyot, oldini olishdan tortib to murakkab davolash usullarigacha, davolash usullarini qat‘iy nazorat qilish bilan qo‘llab-quvvatlanadigan erta, aniq va haqiqiy tashxislarga asoslanadi. Aqlli kiyim real vaqtda sensor ma‘lumotlarini aniqlik va ishonchlilik bilan ta‘minlashga qodir.[11]



1-rasm. Kiyimga o‘rnatilgan Aqlli kiyim 2.0 qurilmasi.¹

Zamonaviy hayotimizda aqlli kiyimlarga taqiladigan qurilmalarning roli juda muhim hisoblanadi. Aqlli kiyimda taqiladigan 2.0 ko‘plab qurilmalarga ulanish va foydalanuvchi hayotini yaxshilash uchun bulut xizmatlaridan foydalanishga

¹ Muallif ishlanmasi.

moslashtirilgan.[12][13] 1-rasmda kiyimlarga taqiladigan 2.0 qurilmani imkoniyatlari tasvirlangan.

Blokcheyn xususiy blokcheyn sifatida biznes va ta'minot zanjiri ilovalari uchun ishlab chiqilgan, chunki u tasdiqlangan va identifikatsiya qilinadigan ishtirokchilarga maxfiylik va nazorat qilinadigan kirishni ta'minlaydi. Foydalanish darajasiga qarab, har bir ishtirokchi ma'lumotlarning kichik to'plamiga kirish huquqiga ega. Xususiy blokcheyn ta'minot zanjiri ishtirokchilari orasida ishonch va shaffoflikni mustahkamlashga yordam beradi. Bundan tashqari, har bir ishtirokchi barcha faktlar va usullarni raqobatchi tashkilotlarga oshkor qilmasdan o'zining strategik ustunligini saqlab qoladi. Blokcheyn barcha tranzaksiya ma'lumotlarini qamrab oladi va ta'minot zanjiri ishtirokchilariga moslashtirilgan kirishni ta'minlaydi, shu bilan birga tekshiriladi va ishonchli bo'ladi.[14]

Blokcheyn texnologiyasi ma'lumotlarning xavfsiz, shaffof va o'zgarmasligini ta'minlaydi, bu esa ishonch va javobgarlikni talab qiladigan sohalar uchun asosiy yechimga aylanadi. Moda industriyasida blokcheyn mahsulotning xom ashyo ishlab chiqarilishidan tortib mahsulot sotilishiga qadar butun hayot siklini kuzatadi.

2-jadval.

Raqamli texnologiyalarni moda industriyasida qo'llanilish natijalari va imkoniyatlari.¹

Texnologiyalar	Qanday imkoniyatlari	Qo'llanilish natijalari
Moda sanoatida Augmented Reality	Xaridorlar uchun interaktiv va shaxsiylashtirilgan tajribalar yaratish imkonini beradi, onlayn va oflayn xarid qilishni bog'laydi va barqarorlikni oshirishga yordam beradi. AR texnologiyasining rivojlanishi bilan moda sanoati yanada innovatsion va qiziqarli xarid qilish tajribalarini taklif etishi kutilmoqda.	Xarid qilish tajribasi yaxshilanadi, sotuvlar oshadi, mahsulot qaytishlari kamayadi va brendlar o'z imijlarini yangilaydi
Moda sanoatida Blokcheyn	Moda sanoatida shaffoflik, ishonch, mahsulot haqiqiylikni tasdiqlash imkoniyatlari mavjud.	Kuchli aloqalar o'rnatish va raqobatbardosh ustunlikka ega bo'lish imkoniyatlari mavjud
Moda sanoatida Sun'iy intellekt (AI)	Moda sanoatida innovatsion yechimlarni taqdim etadi, ishlab chiqarishdan tortib, mijozlarga xizmat ko'rsatishgacha bo'lgan jarayonlarni samarali va shaxsiylashtirilgan tarzda boshqarishga yordam beradi.	AI algoritmlari yordamida yangi kiyim-kechak dizaynlari yaratiladi. Ular mavjud dizaynlarni tahlil qilib, yangi g'oyalar taklif etadi. AI mijozlarning xarid qilish odatlarini o'rganib, shaxsiylashtirilgan mahsulot tavsiyalarini taklif etadi
Moda sanoatida Internet texnologiyalari	Aqlli kiyimlar va kiyimlar ishlab chiqarish,	IoT texnologiyalari smart kiyimlar ishlab chiqarish va wearable 2.0 uskunalaridan foydalanish imkoniyatlarini beradi.

Moda sanoatida blokcheynning asosiy afzalliklaridan biri shaffoflikni ta'minlash qobiliyatidir. Iste'molchilar o'z mahsulotlarining kelib chiqishi haqida ma'lumotni tobora ko'proq talab qilmoqdalar. Blokcheyn yordamida brendlar materiallar manbalari, ishlab chiqarish jarayonlari va mehnat sharoitlari haqida batafsil

¹ Muallif ishlanmasi

ma'lumotlarni taklif qilishadi. Masalan, Mijoz kiyimning to'liq tarixini, jumladan, paxtaning qayerda yetishtirilganini va ishlab chiqarilgan zavodga oid ma'lumotlarni kiyimdagi QR kodini skanerlash orqali bilib oladi.

Zamonaviy moda industriyasi texnologik taraqqiyot va iste'molchilarning xohish-istaklarining o'zgarishi bilan doimo rivojlanib bormoqda. So'nggi yillardagi eng hayajonli ishlanmalardan biri bu kengaytirilgan haqiqat (AR) ning moda sektoriga integratsiyalashuvidir. AR texnologiyasi raqamli elementlarni jismoniy dunyo bilan aralashtirish orqali xarid qilish tajribasini yaxshilaydi va iste'molchilarga mahsulotlar bilan innovatsion usullarda o'zaro ta'sir o'tkazish imkonini beradi. Moda savdosi va sanoatida AR shaxsiylashtirilgan yoki moslashtirilmagan virtual sinovlarni o'z ichiga oladi. Taqlid qilingan modellar inson qiyofasida kiyim-kechak mahsuloti naqshlarining mavjudligini takrorlash uchun foydalaniladi.[15]

Yuqoridagi jadvalda moda sanoatida raqamli texnologiyalarni qo'llanilish imkoniyatlarini hamda natijalarini ko'rib chiqamiz. (2-jadval)

Sun'iy intellekt AI moda sanoatida ko'plab yangi imkoniyatlar va innovatsiyalarni taqdim etadi. AI algoritmlari yordamida turli xil yangi dizaynlarni tahlil qilish, yaratish va taklif etish amalga oshiriladi. Shuningdek, u ijtimoiy tarmoqlardan yangi dizaynlarni aniqlab, ularni kelajakka tatbiq etadi.. Augmented Reality (AR) moda sanoating turli xil sohalarida qo'llanilishi bilan mashhur bo'lib bu sohani yanada samarali va innovatsion qilishga yordam beradi. Masalan AR yordamida mijozlar onlayn do'konlarda o'zlariga yoqqan liboslarni virtual tarzda sinab ko'radilar. Bu xizmat mijozlarga kiyimlarni sotib olishda o'zlariga mosini tanlashda yordam beradi. AR yordamida dizaynerlar turli xil yangi kiyim va aksessuarlarni virtual tarzda yaratadilar. Bu xizmat ularga yangi modellarni yaratishga katta yordam beradi. AR texnologiyasi moda sanoatida yangi imkoniyatlar yaratib mijozlar va dizaynerlar uchun qulay imkoniyatlar yaratib kelmoqda. Moda sanoatida soxta mahsulotlar keng tarqalgan muammo hisoblanadi. Blokcheyn yordamida har bir mahsulot uchun raqamli identifikator(ID)beriladi va bu unga soxta mahsulotlardan ajratish imkoniyatlarini beradi. Blokcheyn texnologiyalari kriptovalyutalar orqali xalqaro to'lovlarni shaffof va tez to'lash imkoniyatini beradi bu esa xalqaro xaridlar va yetkazib berish uchun juda qulay usul hisoblanadi.dunyo brendlaridan Prada, Cartier,LVHM, OTB, BULGARY va yana ko'plab brendlar blokchain texnologiyalaridan foydalanishni boshladilar. Masalan, LVMH "AURA" platformasi orqali lyuks mahsulotlarni haqiqiyiligini ta'minlaydi. IoT texnologiyalari moda sanoatida brendlarga mijozlar ehtiyojiga moslashish, ishlab chiqarishga jarayonini optimallashtirish va atrof muhitga ta'sirni kamaytirish imkoniyatlarini beradi. Brendlardan Nike aqlli kiyimlar va IoT bilan boshqariladigan turli xildagi sportga oid kiyimlar ishlab chiqaradi. Amazon go esa Iot orqali o'z mijozlarini xarid qilish tajribasini avtomatlashtiradi. Kelajakda raqamli texnologiyalarning moda sanoatida o'rni oshishi kutilmoqda.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Xulosa o'rnida shuni ta'kidlash joizki, Augmented Reality moda sanoatida xaridorlar uchun interaktiv va shaxsiylashtirilgan tajribalar yaratish, onlayn va oflayn xarid qilishni bog'laydi va barqarorlikni oshirish imkoniyatlarini beradi, Blokcheyn

moda sanoatida shaffoflik, ishonch, mahsulot haqiqiylikni tasdiqlash, Artificial intelligence moda sanoatida innovatsion yechimlarni taqdim etadi, ishlab chiqarishdan tortib, mijozlarga xizmat ko'rsatishgacha bo'lgan jarayonlarni samarali va shaxsiylashtirilgan tarzda boshqarishga yordam beradi, IoT texnologiyalari smart kiyimlar ishlab chiqarish va "wearable 2.0" uskunalaridan foydalanish imkoniyatlarini beradi, biroq bu texnologiyalarni qo'llashda, maxfiylikning yo'qolishi, intruziv reklama, korxonalarning maxfiy ma'lumotlari va fuqarolarning shaxsiy ma'lumotlarining tarqalishi, ish joylarini qisqartirish, ayrim mutaxassisliklarni yo'q qilish, ishsizlik, ijtimoiy keskinlik, iqtisodiy rivojlangan mamlakatlar kompaniyalari tomonidan innovatsion bozorlarni erta egallash imkoniyati, huquqiy noaniqlik, firibgarlikning kuchayishi, axloqiy muammolar, ijtimoiy tabaqalanish kabi bir qancha muammolari mavjud.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Akram S. V. et al. Implementation of digitalized technologies for fashion industry 4.0: Opportunities and challenges //Scientific Programming. – 2022. – T. 2022. – №. 1. – S. 7523246.
2. Hardabkhadze I. et al. Fashion industry: exploring the stages of digitalization, innovative potential and prospects of transformation into an environmentally sustainable ecosystem //Eastern-European Journal of Enterprise Technologies. – 2023. – T. 1. – №. 13. – S. 121.
3. Rathore B. Fashion Transformation 4.0: Beyond Digitalization & Marketing in Fashion Industry //Eduzone: International Peer Reviewed/Refereed Multidisciplinary Journal. – 2021. – T. 10. – №. 2. – S. 54-59.
4. Szozda N. Omnichannel as a driver of digitalization: evidence from the emerging market in the fashion industry //Journal of Fashion Marketing and Management: An International Journal. – 2023. – T. 27. – №. 5. – S. 905-923.
5. L. Alves, E. Ferreira Cruz, S. I. Lopes, P. M. Faria, and A. M. Rosado da Cruz, "Towards a circular economy in the textile and apparel value chain through blockchain technology and IoT: a review," Waste Management & Research , vol. 40, no. 1, pp. 3–23, 2022
6. Tien N. H. et al. GUMAC and HNOSS digital marketing strategy in the Vietnamese fashion market // International Journal of Multidisciplinary Education and Research. – 2020. – T. 5. – No. 4. – P. 1-5.
7. Andika A. D. P., Lestari E. I. P., Uilyam A. Raqamli marketing strategiyasida ta'sir qiluvchilarning rolini tahlil qilish: Onlayn moda sanoatidagi misollar // Ilomata xalqaro ijtimoiy fanlar jurnali. – 2024. – T. 5. – №. 2. – S. 444-459.
8. C. M. Smith, The Projection of Self versus Perception of Self: Comparison of the Meaning of Clothing Intended by the Wearer and Perceived by Others, 2014
9. M. Pittman and B. Reich, "Social media and loneliness: why an Instagram picture may be worth more than a thousand Twitter words," Computers in Human Behavior, vol. 62, pp. 155–167, 2016
10. T. M. Ferná'ndez-Caramé's and P. Fraga-Lamas, "Towards the Internet of smart clothing: a review on IoT wearables and garments for creating intelligent

connected e-textiles,” *Electronics*, vol. 7, no. 12, p. 405, 2018.

11. J. Joshi, D. Kurian, S. Bhasin et al., “Health Monitoring Using Wearable Sensor and Cloud Computing,” in *Proceedings of the 2016 Int. Conf. Cybern. Robot. Control*, pp. 104–108,

12. K. Takei, W. Honda, S. Harada, T. Arie, and S. Akita, “Toward flexible and wearable human-interactive health- monitoring devices,” *Advanced Healthcare Materials*, vol. 4, pp. 487–500, 2015.

13. J. Van Den Brand, M. de Kok, M. Koetse et al., “Flexible and stretchable electronics for wearable health devices,” *Solid- State Electronics*, vol. 113, pp. 116–120, 2015

14. A. Haddud, A. DeSouza, A. Khare, and H. Lee, “Examining potential benefits and challenges associated with the Internet of Things integration in supply chains,” *Journal of Manufacturing Technology Management*, 2017

15. T. Kapitula and K. Promislow, *Spectral and Dynamical Stability of Nonlinear Waves*, Springer, Berlin, Germany, 2013



Marketing

ilmiy, amaliy va ommabop jurnali

Muharrir: Xakimov Ziyodulla Axmadovich
Ingliz tili muharriri: Tursunov Boburjon Ortiqmirzayevich
Rus tili muharriri: Kaxramonov Xurshidjon Shuxrat o'g'li
Musahhih: Karimova Shirin Zoxid qizi
Sahifalovchi va dizaynerlar: Sadikov Shoxrux Shuxratovich
Abidjonov Nodirbek Odijon o'g'li

2025-yil, fevral, 2-son

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar mas'ul. Tahririyat fikri har vaqt ham mualliflar fikriga mos kelavermasligi mumkin. Tahririyatga yuborilgan materiallar qaytarilmaydi.

Mazkur jurnalda maqolalar chop etish uchun quyidagi havolalarga murojaat qilish mumkin. Ilmiy maqola, ommabop maqola, reklama, hikoya va boshqa ilmiy-ijodiy materiallar yuborishingiz mumkin.

Materiallar va reklamalar pullik asosda chop etiladi.

Elektron pochta: info@marketingjournal.uz
Bot: [@marketinjournalbot](https://t.me/@marketinjournalbot)
Tel.: +998977838464, +998939266610

Jurnalning rasmiy sayti: <https://marketingjournal.uz>

Marketing jurnali O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi **Oliy attestatsiya komissiyasi rayosatining 2024-yil 04-oktabrdagi 332/5 sonli qarori** bilan milliy ilmiy nashrlar ro'yxatiga kiritilgan



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali 2024-yil 15-martdan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Administratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan **C-5669517** reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan. **Litsenziya raqami: №240874**



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnalining xalqaro darajasi: **9710**. ГОСТ 7.56-2002 " Seriyali nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlaro standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**