

# MARKETING

ILMIY, AMALIY VA OMMABOP JURNAL



**№10-SON**

9710 xalqaro daraja



№240874



ISSN: 3060-4621

**2025-YIL, OKTABR**



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](http://www.marketingjournal.uz)

ELEKTRON POCHTA:

[info@marketingjournal.uz](mailto: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 prorektor;

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

**Soliyev Axmadjon Soliyevich**, i.f.d., NamDTU, “Marketing” kafedrasini professori;

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

**Tursunov Boburjon Ortqimrayevich**, 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;

**Musheva 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;

**Mullabayev Baxtiyarjon Bulturbaevich**, DSc., NamDTU, “Menejment” kafedrasini mudiri, dotsent;

**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;

**Maxamadjanov Akbar Maxamadaliyevich**, PhD., TDIU, Raqamli iqtisodiyot va axborot texnologiyalari fakulteti dekan muvini

**Eshov Mansur Po'latovich**, i.f.d., prof., Alfraganus universiteti O'quv ishlari bo'yicha prorektor;

**Abduxayidov Abdumalik Maxkamovich**, i.f.d., TDIU, “Turizm va servis” kafedrasini professori;

**Kucharov Abrorjon Sobirjanovich**, TDIU, “Biznes boshqaruvi va logistika” kafedrasini professori

**Tuychiyev Alisher Jurayevich**, Alfraganus University “Iqtisodiyot” fakulteti dekani, professor;

**Nazarova Ra'no Rustamovna**, TDIU, “Yashil” iqtisodiyot kafedrasini mudiri, Iqtisodiyot fanlari doktori, professor;

**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;

**Boltaev Umidjon Talant o'g'li**, i.f.f.d., PhD., Toshkent arxitektura qurilish instituti “Iqtisodiyot va ko'chmas mulkni boshqarish” kafedrasini dotsenti;

**Bayxonov Bahodirjon Tursunbayevich**, i.f.n., DSc, NamDTU, “Menejment” kafedrasini dotsenti;

**Pardayev Sherzod Xolmurodovich**, i.f.f.d., PhD., TDIU, “Yashil iqtisodiyot va barqaror biznes” kafedrasini dotsenti;

**Beknazarov Behzod Baxtiyor o'g'li**, PhD., Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti Samarqand filiali “Yashil iqtisodiyot va barqaror biznes” kafedrasini dotsent v.b.

**Elektron nashr** 661 sahifa. E'lon qilishga 2025-yil 31-oktabrda ruxsat etildi

# MUNDARIJA

|                                                                                                                                                                                 |            |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>MINTAQALAR RIVOJLANISHINING IMIJ YARATISHGA ASOSLAGAN NAZARIYALARI.....</b>                                                                                                  | <b>7</b>   |
| <b>Duschanov Alisher Sherzod o‘g‘li</b>                                                                                                                                         |            |
| <b>ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В УСЛОВИЯХ ИЗМЕНЕНИЯ КЛИМАТА: СЕЗОННОСТЬ И МИНИМИЗАЦИЯ ЕГО НЕГАТИВНОГО ВЛИЯНИЯ .....</b>                                                        | <b>14</b>  |
| <b>Муминов Нозим Гаффарович, Қодирзода Фазлиддин Садриддин, Гусейнов Хафиз Фехруз Оғлу, Хубони Сорбон</b>                                                                       |            |
| <b>О‘ЗBEKISTON TIJORAT BANKLARIDA INVESTITSION PORTFELNI BOSHQARISHNING SAMARALI TIZIMINI JORIY ETISH.....</b>                                                                  | <b>21</b>  |
| <b>Madrimov Shuhrat Bahodir o‘g‘li</b>                                                                                                                                          |            |
| <b>О‘ZBEKISTONDA TERICHILIK SANOATINI RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI.....</b>                                                                                                      | <b>28</b>  |
| <b>Kadirova Maraljan Matyakubovna</b>                                                                                                                                           |            |
| <b>TIKUV-TRIKOTAJ KORXONALARIDA MARKETING FAOLIYATI NATIJADORLIGI VA UNI SAMARALI BOSHQARISH.....</b>                                                                           | <b>38</b>  |
| <b>Muminov Dilmurod To‘xtasinovich</b>                                                                                                                                          |            |
| <b>О‘ZBEKISTONDA ALKOGOL VA TAMAKI MAHSULOTLARI UCHUN AKSIZ SOLIG‘I BIRXILLASHTIRILGAN STAVKALARINING SANOAT KO‘RSATKICHLARIGA TA’SIRI .....</b>                                | <b>45</b>  |
| <b>Pulatov Dilshod Xaqberdiyevich, Mamatkulov Salimjon Raxmonkulovich, Xujamuradov Abrorbek Ro‘zumurat o‘g‘li, Otabekov Otajon G‘ayrat o‘g‘li, Abdiyev Mansur Musurmonovich</b> |            |
| <b>SANOAT INFRATUZILMASINING ASOSIY KOMPONENTLARI VA ULARNI BOSHQARISH HAMDA OPTIMALLASHTIRISH MEKANIZMLARI.....</b>                                                            | <b>51</b>  |
| <b>Rasulov Jamshid Karimovich</b>                                                                                                                                               |            |
| <b>О‘ZBEKISTONDA BIG DATA VA SUN‘IY INTELLEKT (AI) YORDAMIDA TO‘QIMACHILIK KORXONALARINI BARQAROR RIVOJLANTIRISH .....</b>                                                      | <b>59</b>  |
| <b>Rustambekov Djasur Askarovich</b>                                                                                                                                            |            |
| <b>THE ROLE OF AGRICULTURE IN THE ECONOMY OF OUR COUNTRY .....</b>                                                                                                              | <b>66</b>  |
| <b>Saurova Inobat Ikramovna, Kadirbergenova Shaydo Umirbekovna</b>                                                                                                              |            |
| <b>О‘ZBEKISTON QATTIQ CHIQINDILARNI QAYTA ISHLASH KORXONALARIDA INNOVATSION MENEJMENT STRATEGIYALARIDAN FOYDALANISH .....</b>                                                   | <b>73</b>  |
| <b>Temirov Azizbek Voit o‘g‘li</b>                                                                                                                                              |            |
| <b>UZUMCHILIK SOHASIDA IQTISODIY SAMARADORLIKNI SHAKLLANTIRUVCHI OMILLAR VA ULARNING TAHLILI .....</b>                                                                          | <b>87</b>  |
| <b>Tursunov To‘lqin Jo‘raqulovich</b>                                                                                                                                           |            |
| <b>TADBIRKORLIK FAOLIYATIDA INNOVATSION BOSHQARUV USULLARIDAN FOYDALANISH .....</b>                                                                                             | <b>98</b>  |
| <b>Ubaydullayev Lutfulla Xabibullayevich</b>                                                                                                                                    |            |
| <b>KREATIV IQTISODIYOTNI VUJUDGA KELISHI VA RIVOJLANISHINING O‘ZIGA XOS XUSUSIYATLARI.....</b>                                                                                  | <b>104</b> |
| <b>Ismailov Azizbek Ruzimaxmatovich</b>                                                                                                                                         |            |
| <b>О‘ZBEKISTON HUDUDLARINING IJTIMOIIY-IQTISODIY TABAQALANISH DARAJASI TAHLIL QILISHNING USLUBIY ASOSLARINI TAKOMILLASHTIRISH .....</b>                                         | <b>111</b> |
| <b>Ibragimov Bahrom Bahodirovich</b>                                                                                                                                            |            |
| <b>IPAKCHILIK KORXONALARDA INNOVATSION FAOLIYATNI BOSHQARISH JARAYONINI RIVOJLANTIRISH MODELLARINI ISHLAB CHIQISH.....</b>                                                      | <b>117</b> |
| <b>Aliyeva Nodiraxon Abdumalikovna</b>                                                                                                                                          |            |
| <b>KICHIK BIZNES SUBYEKTLARI FAOLIYATIDA IQTISODIY RESURLARDAN FOYDALANISH SAMARADORLIGINI OSHIRISH .....</b>                                                                   | <b>124</b> |
| <b>Alimov Muhammadbobur Ibragimjonovich</b>                                                                                                                                     |            |
| <b>ВНЕДРЕНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ «УМНОГО ГОРОДА» В УПРАВЛЕНИЕ ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ .....</b>                                                                                  | <b>131</b> |
| <b>Kaхрамонов Хуршиджон Шухрат угли</b>                                                                                                                                         |            |

|                                                                                                                                              |            |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫМ РАЗВИТИЕМ СТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ.....</b>                                | <b>141</b> |
| <b>Ортикхужаева Юлдуз Азатовна</b>                                                                                                           |            |
| <b>OZIQ-OVQAT XAVFSIZLIGINI TA'MINLASHDA QISHLOQ XO'JALIGI MAHSULOTLAR BOZORINI RIVOJLANTIRISH USTUVOR MASALALARI.....</b>                   | <b>151</b> |
| <b>Aliev Yashnarjon Egamberdievich</b>                                                                                                       |            |
| <b>RESURS TEJAMKOR QURILISH MATERIALLARI ISHLAB CHIQRISHNING IQTISODIY ASOSLARI VA TARMOQ SAMARADORLIGI.....</b>                             | <b>157</b> |
| <b>Allasugirov Nurmuxammed Baxtiyarovich</b>                                                                                                 |            |
| <b>TO'QIMACHILIK KORXONALARINING ASSORTIMENT SIYOSATI VA UNI BOSHQARISHGA ILMIY YONDASHUVLAR.....</b>                                        | <b>163</b> |
| <b>Boboxo'jayev Baxtiyor Nazirxo'jayevich</b>                                                                                                |            |
| <b>QURILISH SANOATI INVESTITSION JOZIBADORLIGINI SHAKLLANTIRISHNING MOHIYATI VA SHART-SHAROITIARI.....</b>                                   | <b>170</b> |
| <b>Boltayev Umidjon Talant o'g'li</b>                                                                                                        |            |
| <b>UMUMIY OVQATLANISH KORXONALARIDA MASHINAVIY O'RGANISH USULLARI ORQALI TALABNI TAHLIL QILISHGA USLUBIY YONDASHULAR.....</b>                | <b>182</b> |
| <b>Sharibaev Rasuljon Nosir o'g'li, Muxitdinov Shuhrat Ziyavitdinovich, Ibragimov Isroil Usmanovich</b>                                      |            |
| <b>ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОЙ МОДЕЛИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА.....</b>                        | <b>189</b> |
| <b>Ахмедов Камолхон, Исраилов Рустамбек Ибрагимович</b>                                                                                      |            |
| <b>TADBIRKORLIK SUBYEKTLARIDA INVESTITSİYALARDAN UNUMLI FOYDALANISHNING NAZARIY ASOSLARI.....</b>                                            | <b>198</b> |
| <b>Isakov Axmadali Esanbaevich</b>                                                                                                           |            |
| <b>KORXONALAR EKSPORT SALOHİYATINI RIVOJLANTIRISHDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALARDAN FOYDALANISH YO'NALISHLARI.....</b>                             | <b>207</b> |
| <b>Karrieva Yakutjan Karimovna</b>                                                                                                           |            |
| <b>СРАВНИТЕЛЬНАЯ ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ ПО ПОКАЗАТЕЛЯМ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ.....</b>                                   | <b>214</b> |
| <b>Ахмедов Камолхон, Исраилов Рустамбек Ибрагимович</b>                                                                                      |            |
| <b>FRANCHAYZING VA KLASSTER YONDASHUVI SHAROITIDA UMUMIY OVQATLANISH KORXONALARINI RIVOJLANTIRISHNING TASHKILIY-IQTISODIY MEXANIZMI.....</b> | <b>225</b> |
| <b>Sharibaev Rasuljon Nosir o'g'li, Muxitdinov Shuhrat Ziyavitdinovich, Ibragimov Isroil Usmanovich</b>                                      |            |
| <b>ELEKTRON TIJORATDA SUN'IY INTELLEKT TEXNOLOGIYALARIDAN FOYDALANISHNING AHAMIYATI.....</b>                                                 | <b>231</b> |
| <b>Shaislamova Muazzamxon Raximxodjaevna</b>                                                                                                 |            |
| <b>PAXTA-TO'QIMACHILIK KLASSTERLARINI HUDUDIY RIVOJLANTIRISH MODELLARI VA MEZONLARI.....</b>                                                 | <b>238</b> |
| <b>Sharipov Rasulbek Siddiqovich</b>                                                                                                         |            |
| <b>PARKENT TUMANIDA OLTIN BEL TOG' KURORTINI RIVOJLANTIRISHNING MARKETING STRATEGIYALARI.....</b>                                            | <b>246</b> |
| <b>Ashurov Abdulaziz Rustamovich, Ishmuratov Baxodir Xusanovich, Mahmudov Ziyoviddin Shamsiddinovich, Fatema Nabizada Javid</b>              |            |
| <b>MINTAQADA KLASSTERLARNI RIVOJLANTIRISHDA ZAMONAVIY MODELLARNI QO'LLASH MASALALARI.....</b>                                                | <b>260</b> |
| <b>Kadirov San'at Yuldashevich</b>                                                                                                           |            |
| <b>AGROKLASSTERLARNING IQTISODIY SAMARADORLIGINI OSHIRISH KO'RSATKICHLARINI BAHOLASH.....</b>                                                | <b>266</b> |
| <b>O'rinboyev Ulug'bek Otabekovich</b>                                                                                                       |            |
| <b>RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA BIZNES MODELLARINING RIVOJLANISH BOSQICHLARI.....</b>                                                      | <b>273</b> |
| <b>Saatova Lolakhon Ergashevna</b>                                                                                                           |            |
| <b>HUDUDLARNI IJTIMOIY-IQTISODIY RIVOJLANISHIGA OMILLAR TA'SIRINI BAHOLASH.....</b>                                                          | <b>281</b> |
| <b>Salayeva Lobar Ulug'bek qizi</b>                                                                                                          |            |
| <b>RAQAMLI TRANSFORMATSIYA SHAROITIDA SANOAT KORXONALARINING BARQARORLIGINI TA'MINLASH OMILLARI.....</b>                                     | <b>290</b> |
| <b>To'rayev Sardorbek To'rayevich</b>                                                                                                        |            |
| <b>MINTAQQA IQTISODIY SALOHİYATINI OSHIRISHNING ILMIY-NAZARIY JIHATLARI.....</b>                                                             | <b>297</b> |
| <b>Turayev Og'abek Kaxramonovich</b>                                                                                                         |            |



|                                                                                                                                                                                 |            |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>TRANSFORMATSION IQTISODIY RIVOJLANISHDA SHAHAR BOSHQARUVINING YANGI MODELI SIFATIDA URGANCH TAJRIBASI .....</b>                                                              | <b>305</b> |
| <b>Radjabov Bunyod Madirimovich</b>                                                                                                                                             |            |
| <b>AKSIYADORLIK JAMIYATLARINING MOLIVAVIY PUL OQIMLARI VA STRATEGIK MARKETING INTEGRATSIYASI.....</b>                                                                           | <b>312</b> |
| <b>Masharipova Shahlo Adambaevna</b>                                                                                                                                            |            |
| <b>EKSPORT FAOLIYATINI DIVERSIFIKATSIYA QILISH JARAYONIDA MOLIVAVIY MEXANIZMLARNI OPTIMALLASHTIRISH YO'NALISHLARI .....</b>                                                     | <b>320</b> |
| <b>To'rayeva Yulduz Shamsiddin qizi</b>                                                                                                                                         |            |
| <b>KICHIK BIZNES SUBYEKTLARIDA RAQAMLI MARKETING TEXNOLOGIYALARINI JORIY ETISH JARAYONIDA INNOVATSION YONDASHUVLARNI TAKOMILLASHTIRISHNING NAZARIY VA AMALIY ASOSLARI .....</b> | <b>328</b> |
| <b>Tursunxo'jayeva Gulnoza Jamoliddin qizi</b>                                                                                                                                  |            |
| <b>OLIY TA'LIM VA MEHNAT BOZORI INTEGRATSIYASI ASOSIDA YUQORI MALAKALI KADRLAR BILAN TA'MINLASHNING ASOSIY YO'NALISHLARI .....</b>                                              | <b>336</b> |
| <b>Haqqulov Fazliddin Faxriddinovich</b>                                                                                                                                        |            |
| <b>SUN'IY INTELLEKT VA ANALITIK PLATFORMALAR YORDAMIDA RAQAMLI MARKETING SAMARADORLIGINI OSHIRISH YO'LLARI .....</b>                                                            | <b>345</b> |
| <b>Amonov Mirzohid Tuymuratovich</b>                                                                                                                                            |            |
| <b>BARQAROR MAHALLANI REJALASHTIRISHDA AQLLI MAHALLA TIZIMI IMKONIYATLARI.....</b>                                                                                              | <b>356</b> |
| <b>Qulmatova Sayyora Safarovna</b>                                                                                                                                              |            |
| <b>OLIY TALIMGA TALABALARNI JALB ETISHNING RAQAMLI MARKETING VOSITALARI .....</b>                                                                                               | <b>362</b> |
| <b>Isamuxametov Shukurullo Asatullayevich</b>                                                                                                                                   |            |
| <b>BANK MENEJMENTIDA MIJOZLAR BILAN MUNOSABATLARNI BOSHQARISH (CRM) TIZIMINING SAMARADORLIGINI OSHIRISH MEXANIZMLARI .....</b>                                                  | <b>369</b> |
| <b>Kuliev Naim Xalimovich</b>                                                                                                                                                   |            |
| <b>O'ZBEKISTON RESPUBLIKASIDA OLIY TA'LIM TASHKIOTLARINING IJTIMOY TARMOQLARDAGI REYTINGINI BAHOLASHGA YONDASHUVLAR .....</b>                                                   | <b>382</b> |
| <b>Maxmudov Faxriddin Umarovich</b>                                                                                                                                             |            |
| <b>MINTAQAVIY XIZMATLAR SOHASIDA INSON KAPITALINI RIVOJLANTIRISH VA MENEJMENT SIFATINING O'ZARO BOG'LIQLIGI .....</b>                                                           | <b>388</b> |
| <b>Maxmudova Nozimaxon Baxriddinxonovna</b>                                                                                                                                     |            |
| <b>FRANCHAYZING BRENDLARI UCHUN "BREND" KONSEPSIYASINING ILMIY ASOSLARI VA AMALIY NATIJALARI.....</b>                                                                           | <b>399</b> |
| <b>Xodjayev Anvar Rasulovich</b>                                                                                                                                                |            |
| <b>MINTAQQA IQTISODIY SALOHİYATINI OSHIRISHNING ILMIY-NAZARIY JIHATLARI .....</b>                                                                                               | <b>410</b> |
| <b>Turayev Og'abek</b>                                                                                                                                                          |            |
| <b>QISHLOQ XO'JALIGI MAHSULOTLARI BOZORIDA DIVERSIFIKATSIYA STRATEGIYASINING RAQOBATBARDOSHLIKKA TA'SIRI .....</b>                                                              | <b>418</b> |
| <b>Xudayberganov Jasur Baxodirovich</b>                                                                                                                                         |            |
| <b>XO'JALIK YURITUVCHI SUBYEKTLARNING TASHQI SAVDO FAOLIYATIGA BANKLAR TOMONIDAN HISOB-KITOB XIZMATI KO'RSATISH AMALIYOTINI TAKOMILLASHTIRISH .....</b>                         | <b>427</b> |
| <b>Ibodullayeva Ma'rifat To'liqin qizi</b>                                                                                                                                      |            |
| <b>TO'QIMACHILIK KORXONALARIDA MEXNAT RESURSLARIDAN FOYDALANISH SAMARADORLIGI.....</b>                                                                                          | <b>436</b> |
| <b>Yusupova Dildora Turadjanovna, Musayev Shavkatjon Kayumjonovich</b>                                                                                                          |            |
| <b>O'ZBEKISTONDA IQTISODIY ISLOHOTLAR SHAROITIDA SOLIQ SIYOSATINI TAKOMILLASHTIRISH .....</b>                                                                                   | <b>441</b> |
| <b>Jumayev Shuxrat</b>                                                                                                                                                          |            |
| <b>IMPROVING CONSUMER RIGHTS PROTECTION MECHANISMS IN UZBEKISTAN'S AUTOMOBILE DELIVERY SYSTEM: LEGAL FRAMEWORKS AND DIGITAL TRANSFORMATION DIRECTIONS .....</b>                 | <b>450</b> |
| <b>Raupov Abdurahmon Ilhomovich</b>                                                                                                                                             |            |
| <b>АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ КРЕАТИВНОЙ ИНДУСТРИИ НА ТУРИСТИЧЕСКИЙ РЫНОК КАРАКАЛПАКСТАНА .....</b>                                                                                         | <b>457</b> |
| <b>Хошимова Камилла Навфал кизи</b>                                                                                                                                             |            |
| <b>ISHLAB CHIQARISH JARAYONLARINI OPTIMALLASHTIRISHDA LEAN MENEJMENT TAMOIYILLARI.....</b>                                                                                      | <b>473</b> |
| <b>Bakayeva Mohira Axrorovna</b>                                                                                                                                                |            |

|                                                                                                                                                                             |            |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b>TURIZMDA RAQAMLI MARKETING STRATEGIYALARINING AMALIY SAMARADORLIGINI TAHLIL QILISH.....</b>                                                                              | <b>484</b> |
| <b>Zufarov Akmal Gulamiddinovich</b>                                                                                                                                        |            |
| <b>MAHSULOT TANNARXIGA KIRITILADIGAN XARAJATLARI VA ULARNI OPTIMALLASHTIRISH..</b>                                                                                          | <b>498</b> |
| <b>Djumanov Sayitmurod Alimbekovich</b>                                                                                                                                     |            |
| <b>DIGITAL TRANSFORMATION OF BANK ASSET MANAGEMENT: LESSONS FROM THE EU DIGITAL FINANCE STRATEGY FOR UZBEKISTAN (JEAN MONNET MODULE) .....</b>                              | <b>505</b> |
| <b>Shirnova Shokhsanam</b>                                                                                                                                                  |            |
| <b>ЗЕЛЕНОЕ ФИНАНСИРОВАНИЕ В ЗЕЛЕНОЙ ЭКОНОМИКЕ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА .....</b>                                                                                                  | <b>511</b> |
| <b>С. Х. Халиков</b>                                                                                                                                                        |            |
| <b>СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ТРАНСПОРТНЫХ УСЛУГ: ТЕНДЕНЦИИ, СТРУКТУРА И ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ (ОПЫТ УЗБЕКИСТАНА) .....</b>                                                       | <b>518</b> |
| <b>Кайыбеков Парухат Коньисбаевич</b>                                                                                                                                       |            |
| <b>BANK SOHASIDA RAQAMLI TRANSFORMATSIYA: FINTECH YECHIMLARI VA MIJOZLARGA XIZMAT KO'RSATISH INNOVATSIYALARI.....</b>                                                       | <b>525</b> |
| <b>Rasulov Nuriddin Abdullayevich, Axmedova Nodira Abdurashid qizi</b>                                                                                                      |            |
| <b>UZUM YETISHTIRUVCHI KICHIK VA O'RTA KORXONALAR RAQOBATBARDOSHLIGINI VA INVESTITSION JOZIBADORLIGINI OSHIRISH UCHUN INNOVATSION RAQAMLI MARKETING STRATEGIYALARI.....</b> | <b>530</b> |
| <b>Usmonova Diyora Mahmud qizi</b>                                                                                                                                          |            |
| <b>IQTISODIYOTGA TO'G'RIDAN-TO'G'RI XORIJIY INVESTITSIYALARNI JALB QILISH MEKANIZMIGA TA'SIR ETUVCHI OMILLAR TAHLILI .....</b>                                              | <b>541</b> |
| <b>Mamatkulova Nadira Makkamovna</b>                                                                                                                                        |            |
| <b>YASHIL IQTISODIYOTDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALAR (FINTECH) ORQALI MOLIYALASHTIRISH IMKONIYATLARI.....</b>                                                                     | <b>555</b> |
| <b>Allayarov Suxrob Rustamovich</b>                                                                                                                                         |            |
| <b>O'ZBEKISTONDA 2026-YILGA SOLIQ MA'MURCHILIGINI TAKOMILLASHTIRISH YUZASIDAN ISHLAB CHIQLIGAN TAKLIFLAR.....</b>                                                           | <b>564</b> |
| <b>Normurzayev Umid Xolmurzayevich</b>                                                                                                                                      |            |
| <b>SAVDO-MAMLAKAT IQTISODIYOTI RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRUVCHI MUHIM OMIL .....</b>                                                                                         | <b>575</b> |
| <b>Soliyev Axmadjon</b>                                                                                                                                                     |            |
| <b>TASHABBUSLI BYUDJET LOYIHASNINING MOLIYALASHTIRISH MANBALARI TAHLILI .....</b>                                                                                           | <b>583</b> |
| <b>Xamidov Xabibullo Xikmatulla o'g'li</b>                                                                                                                                  |            |
| <b>TADBIRKORLIK SUBYEKTLARINING INNOVATSION FAOLIYATINI MOLIYALASHTIRISH .....</b>                                                                                          | <b>591</b> |
| <b>Daniyarov Kuatbay Dauirxanovich</b>                                                                                                                                      |            |
| <b>O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI HUDUDLARIDA TURAR-JOY KO'CHMAS MULK BOZORINING RIVOJLANISH TENDENSIYALARI.....</b>                                                              | <b>601</b> |
| <b>Bayxonov Baxodirjon Tursunbayevich</b>                                                                                                                                   |            |
| <b>XALQARO STANDARTLAR ASOSIDA KONSOLIDATSIYALASHGAN MOLIYAVIY HISOBOT TUZISHNI TAKOMILLASHTIRISH.....</b>                                                                  | <b>610</b> |
| <b>Avazov Ilhom Ravshanovich</b>                                                                                                                                            |            |
| <b>ЗЕЛЕНОЕ ФИНАНСИРОВАНИЕ В ЗЕЛЕНОЙ ЭКОНОМИКЕ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА .....</b>                                                                                                  | <b>618</b> |
| <b>С.Х. Халиков</b>                                                                                                                                                         |            |
| <b>KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLARGA MOLIYAVIY YORDAM KO'PAYTIRISH .....</b>                                                                                          | <b>625</b> |
| <b>Ortiqov Ulug'bek Akrombek o'g'li</b>                                                                                                                                     |            |
| <b>TURIZM XIZMATLARINI TASHKIL ETISHDA TRANSFORMATSIYALASH JARAYONLARIDAN FOYDALANISH YO'LLARI.....</b>                                                                     | <b>631</b> |
| <b>Tajieva Shaxnoza Mamarejabovna</b>                                                                                                                                       |            |
| <b>TIJORAT BANKLARIDA DEPOZIT OPERATSIYALARNI RIVOJLANTIRISHNING AQSH TAJRIBASI</b>                                                                                         | <b>642</b> |
| <b>Rahimov Akmal Matyaqubovich</b>                                                                                                                                          |            |
| <b>INSON KAPITALINI SAMARALI BOSHQARISH ORQALI KORXONA RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISH .....</b>                                                                              | <b>653</b> |
| <b>Ochilov Akram Odilovich, Xasanova Aziza Ikromovna</b>                                                                                                                    |            |



# KICHIK BIZNES SUBYEKTLARIDA RAQAMLI MARKETING TEKNOLOGIYALARINI JORIY ETISH JARAYONIDA INNOVATSION YONDASHUVLARNI TAKOMILLASHTIRISHNING NAZARIY VA AMALIY ASOSLARI

**Tursunxo‘jayeva Gulnoza Jamoliddin qizi**

Alfraganus universiteti  
“Menejment va marketing” kafedrası  
loyiha Kichik ilmiy xodimi

## **Annotatsiya**

Mazkur maqolada kichik biznes subyektlarida raqamli marketing texnologiyalarini joriy etishning amaliy holati va innovatsion yondashuvlar darajasi o‘rganildi. So‘rovnoma va intervyu asosida to‘plangan ma’lumotlar asosida platformalardan foydalanish, mijozlar bilan aloqalar sifati va transformatsiyaga tayyorgarlik baholangan. Tahlil natijalari kichik korxonalar raqamli vositalarga qiziqish bildirayotganini, biroq ulardan samarali foydalanishda tizimlilik, malaka va texnik resurslar yetishmayotganini ko‘rsatdi. Muammo va imkoniyatlar asosida amaliy takliflar ishlab chiqildi.

**Kalit so‘zlar:** raqamli marketing, kichik biznes, innovatsion yondashuv, transformatsiya, strategiya, mijozlar bilan aloqa, platformalar

## **Аннотация**

В данной статье рассматривается практическое состояние внедрения технологий цифрового маркетинга в субъектах малого бизнеса и уровень применения инновационных подходов. На основе данных, собранных с помощью анкетирования и интервью, были оценены использование цифровых платформ, качество взаимодействия с клиентами и готовность к цифровой трансформации. Результаты анализа показали, что субъекты малого бизнеса проявляют интерес к цифровым инструментам, однако испытывают трудности в их системном и эффективном применении из-за нехватки квалификации и технических ресурсов. На основе выявленных проблем и возможностей были разработаны практические рекомендации.

**Ключевые слова:** цифровой маркетинг, малый бизнес, инновационные подходы, трансформация, стратегия, взаимодействие с клиентами, платформы

## **Abstract**

This paper explores the practical implementation of digital marketing technologies in small business entities and evaluates the level of innovative approaches applied. Based on data collected through surveys and interviews, the study assesses the use of digital platforms, the quality of customer interactions, and readiness for digital transformation. The analysis reveals that while small businesses show interest in digital tools, they face challenges in using them systematically and effectively due to a lack of skills and technical resources. Practical recommendations were developed based on the identified issues and opportunities.

**Keywords:** digital marketing, small business, innovative approach, transformation, strategy, customer interaction, platforms

## KIRISH

Bozor iqtisodiyotida raqobat muhitining kuchayishi va texnologiyalar asosidagi xizmat ko'rsatish shakllarining ommalashishi kichik biznes subyektlari uchun yangi imkoniyatlar ochmoqda. Raqamli marketing vositalari ushbu imkoniyatlardan samarali foydalanish uchun muhim vosita bo'lib xizmat qilmoqda. Ular yordamida mahsulot va xizmatlar tezroq yetkaziladi, mijozlar bilan aloqa tez-tez yangilanadi va xarid qilish qaroriga ta'sir ko'rsatish osonlashadi.

Kichik korxonalar faoliyati ko'p hollarda cheklangan resurslar bilan olib boriladi. Shu sababli, zamonaviy texnologiyalardan oqilona foydalanish orqali xarajatlarni kamaytirish, ish jarayonlarini soddalashtirish va savdo hajmini oshirish imkoniyati katta ahamiyat kasb etadi. Marketingda raqamli yondashuvlar aynan shunday natijalarni berishi mumkin. Ayniqsa, ijtimoiy tarmoqlar, mobil ilovalar, veb-saytlar va elektron pochta orqali olib boriladigan kampaniyalar kichik bizneslar uchun amaliy, tejamkor va qulay bo'lmoqda.

Shu bilan birga, barcha korxonalar ham raqamli texnologiyalarni bir xil darajada o'zlashtira olmayapti. Ba'zilar ularni yaxshi o'zlashtirgan bo'lsa, boshqalar texnik imkoniyatlar, tajriba yoki bilim yetishmasligi sababli bu jarayonda ortda qolmoqda. Korxonalarning bu boradagi faoliyatini o'rganish, mavjud muammolarni aniqlash va foydali yondashuvlarni baholash dolzarb ahamiyat kasb etadi.

Ushbu tadqiqot aynan shu ehtiyoj asosida shakllantirildi. Uning asosiy maqsadi — kichik biznes subyektlarining raqamli marketing texnologiyalaridan qanday foydalanayotgani, bu jarayonga qanday yondashayotgani va innovatsion usullarni qay darajada qo'llayotganini aniqlashdir. Tadqiqot davomida real korxona vakillari fikrlari asosida raqamli vositalarning samaradorligi, transformatsiyaga tayyorgarlik darajasi va asosiy muammolar chuqur o'rganildi.

## ADABIYOTLAR SHARHI

Kichik biznes korxonalari uchun raqamli marketing texnologiyalaridan foydalanish bo'yicha bir nechta asosiy ilmiy tadqiqotlar mavjud. Ular raqamli vositalar qanday ishlatilayotgani, qanday natijalar berayotgani va qanday muammolar mavjudligini yoritib beradi.

Himawati [1] ijtimoiy tarmoqlar orqali mahsulot targ'iboti va mijozlar bilan muloqotni kuchaytirish mumkinligini ta'kidlaydi. Bu, ayniqsa, Instagram va Facebook kabi platformalar orqali amalga oshirilmoqda. Bizning tadqiqot natijalari ham kichik biznes subyektlari aynan shu platformalardan eng ko'p foydalanayotganini ko'rsatdi.

Jatmiko [2] kichik bizneslar texnologiyalarni joriy etishda moliyaviy va texnik imkoniyatlar kamligidan aziyat chekayotganini ko'rsatgan. Bu holat bizning natijalarimiz bilan mos keladi — respondentlar transformatsiya uchun sharoit yetarli emasligini bildirgan.

Prustemi [3] 7P marketing modeli asosida korxonalarda strategik yondashuv qanday ishlashi mumkinligini tahlil qilgan. Ammo bizning kuzatishlarimizga ko'ra,



ko'plab kichik bizneslar marketing strategiyasini aniq shakllantirmagan va tasodifiy harakat qilmoqda.

Palarch's jurnalida chop etilgan maqolada [4] ijtimoiy tarmoqlardan foydalanish samaradorligini oshirish uchun tahliliy vositalar zarurligi ko'rsatilgan. Bizning tadqiqotda esa ushbu tahliliy vositalar (masalan, CRM, Google Analytics) juda kam qo'llanilayotgani aniqlandi.

Yenny va Haizam [5] raqamli transformatsiya bosqichlarini aniq tartib bilan tavsiflagan: xabardorlik, tayyorlov, joriy etish va optimallashtirish. Ushbu bosqichlar bizning tahlilimizda ham infografika orqali ko'rsatildi va respondentlarning ko'pi faqat dastlabki bosqichlargacha yetib borayotganini aytgan.

Acheampong [6] o'z tadqiqotida ilmiy adabiyotlar asosida raqamli marketingning asosiy yo'nalishlarini ko'rsatgan. Unga ko'ra, muvaffaqiyatli strategiya uchun nafaqat platformalardan foydalanish, balki tahlil, segmentatsiya va moslashtirish ham zarur. Bu holat bizning tadqiqotda yetishmayotgan jihatlardan biri sifatida qayd etilgan.

Lucas Pastel [7] AI va avtomatlashtirish imkoniyatlari haqida yozgan. U sun'iy intellekt texnologiyalari kichik biznesda marketingni yaxshilashi mumkinligini ta'kidlaydi. Biroq bu texnologiyalarni ishlatish uchun maxsus tayyorgarlik kerak. Bizning ishtirokchilar aynan shu tayyorgarlik darajasining pastligini bildirgan.

Cordero [8] kichik bizneslarda raqamli strategiyalar odatda tajriba va sinovlarga asoslanishini aytgan. Unga ko'ra, aniq rejalashtirish yetishmaydi, natijada texnologiyalardan foydalanish tizimsiz bo'ladi. Biz ham aynan shunday holatlarni aniqladik — korxonalar ko'pincha vositalarni foydalanishadi, lekin reja yo'q.

Umuman olganda, ilmiy manbalar kichik bizneslarda raqamli marketingning ahamiyatini tan oladi, lekin uni joriy etishda rejalashtirish, bilim va texnik imkoniyatlarning yetishmasligi asosiy muammo ekanini ko'rsatadi. Bizning tahlil natijalari ham xuddi shu muammolarni tasdiqlaydi.

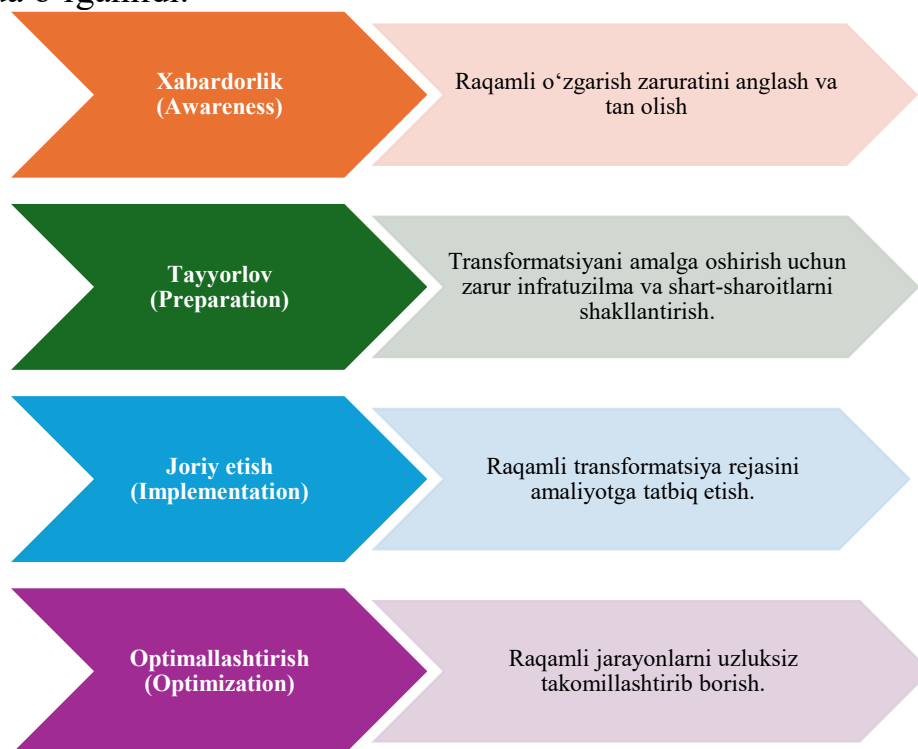
## **METODOLOGIYA**

Tadqiqot kichik biznes subyektlarida raqamli marketing texnologiyalarining qo'llanish holati va innovatsion yondashuvlarni baholashga qaratilgan. Ma'lumotlar yig'ishda aralash uslubdan foydalanildi. Strukturaviy savolnomalar yordamida raqamli vositalar, mijozlar bilan aloqalar va transformatsiyaga tayyorlik darajalari o'rganildi. Yarim tuzilgan intervyular esa amaldagi strategiyalar, muammolar va ehtiyojlar haqida chuqurroq ma'lumot olish imkonini berdi. Topilgan natijalar asosida turli raqamli platformalarning qamrovi, foydalanish darajasi va samaradorlik ko'rsatkichlari aniqlanib, ular ilgari o'rganilgan ilmiy manbalar bilan taqqoslab tahlil qilindi. Shuningdek, vizual vositalar — grafiklar va jadval ko'rinishida qo'shimcha tahliliy tushunchalar ishlab chiqildi.

## **TAHLIL VA NATIJALAR**

Ushbu tadqiqot natijalari kichik biznes subyektlari tomonidan raqamli marketing texnologiyalarining amalda qanday darajada joriy etilayotgani, bu jarayonga bo'lgan tayyorgarlik, innovatsion yondashuvlarning mavjudligi, mijozlar bilan ishlashda raqamli vositalarning qanday ishlatilayotgani va umumiy transformatsiya salohiyatini

baholashga xizmat qildi. Olingan empirik ma'lumotlar asosida asosiy to'rtta komponent – texnologiyalarning qo'llanish holati, innovatsion strategiyalarni shakllantirish, mijozlar bilan raqamli aloqalar sifati va transformatsion tayyorgarlik darajasi alohida o'rganildi.

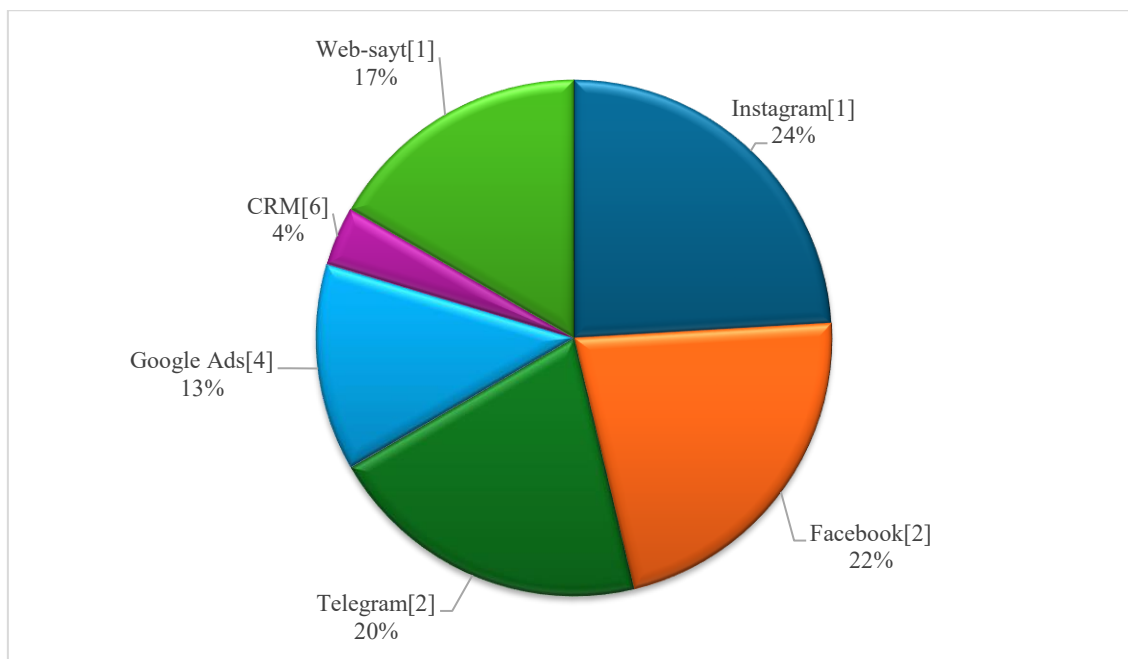


**1-rasm. Raqamli transformatsiya bosqichlari<sup>1</sup>**

1-rasmda raqamli transformatsiyaning to'rt asosiy bosqichi – xabardorlik, tayyorlov, joriy etish va optimallashtirish ketma-ketligi ko'rsatilgan. Bu bosqichlar kichik biznes subyektlari tomonidan raqamli texnologiyalarni qanday bosqichma-bosqich joriy etilishini anglatadi. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatdiki, aksariyat subyektlar faqat dastlabki ikki bosqichda faoliyat yuritmoqda – ya'ni raqamli texnologiyalarga qiziqish mavjud, lekin ular samarali tatbiq etish va optimallashtirish bosqichlariga yetib bormagan [1].

Tadqiqot savolnomasida ishtirok etgan kichik korxona vakillarining 68 foizi o'z faoliyatida raqamli marketing vositalaridan foydalanayotganini bildirgan. Bu vositalar ichida eng ko'p ishlatilayotgan platformalar ijtimoiy tarmoqlar (Facebook, Instagram, Telegram) va veb-saytlar bo'lib, ular asosan mahsulot yoki xizmat haqidagi ma'lumotlarni tarqatish hamda mijozlar bilan bevosita aloqa o'rnatish maqsadida qo'llaniladi. Shu bilan birga, so'rov natijalari shuni ko'rsatdiki, bu texnologiyalar ko'proq reklama vositasi sifatida foydalaniladi, biroq ularning samaradorligini aniqlovchi tahliliy vositalar (masalan, Google Analytics, CRM, email tracking sistemalari) juda kam hollarda qo'llaniladi [1].

<sup>1</sup> Muallif ishlanmasi



**2-rasm. Platformalar bo'yicha foydalanish (foizda)<sup>1</sup>**

2-rasmda raqamli marketingda qo'llanilayotgan platformalarning foydalanish darajasi foizlarda aks ettirilgan. Ko'rinib turibdiki, Instagram (24.1%), Facebook (22.2%) va Telegram (20.4%) eng ko'p qo'llanilayotgan vositalar sirasiga kiradi. CRM tizimlaridan foydalanish esa 3.7% bilan juda past darajada qolmoqda. Bu esa kichik biznes subyektlari hali ham mijoz axborotlarini raqamli boshqarish tizimlaridan foydalanishga tayyor emasligini anglatadi [2].

Respondentlarning faqat 22 foizi mijoz ma'lumotlarini raqamli shaklda to'plash, ularni guruhlariga ajratish yoki ma'lumotlar asosida marketing qarorlarini qabul qilish amaliyotiga ega ekanliklarini ma'lum qilishgan. Bunday holat kichik bizneslarda raqamli marketingdan foydalanish darajasi yuqoriligini emas, balki uning samaradorligi va tizimlashuvi pastligini ko'rsatadi. Bu esa natijada raqamli vositalarning faqat texnik mavjudligi emas, balki ulardan qanday foydalanilayotgani ham dolzarb tahlil obyekti aylanishi kerakligini bildiradi [3].

Tadqiqot davomida innovatsion yondashuvlarning mavjudligi ham atroflicha baholandi. Savolnomada "Sizning korxonangiz raqamli marketingda qanday innovatsion yondashuvlardan foydalanadi?" degan savolga respondentlarning 41 foizi aniq javob bera olmagan. Bu holat korxonalarning strategik yondashuvlariga ega emasligini, raqamli faoliyatlar tasodifiy va tizimsiz amalga oshirilayotganini ko'rsatadi. Faqat 15 foiz atrofidagi ishtirokchilar marketing strategiyasini mijozlarning onlayn xatti-harakatlariga moslab optimallashtirish, kontentni segmentatsiya qilish yoki dinamik reklama vositalaridan foydalanishga urinayotganini bildirgan [4].

Yarim tuzilgan intervyu natijalari ham ushbu holatni tasdiqladi. Suhbatda qatnashgan biznes egalari va marketing vakillari raqamli texnologiyalarni joriy qilish istagi borligini ta'kidlashgan, biroq bilim, malaka va amaliy tajriba yetishmovchiligi

<sup>1</sup> Muallif ishlanmasi



bunday yondashuvlarning keng miqyosda amalga oshirilishiga to'sqinlik qilayotganini aytishgan. Ayrim hollarda texnik mutaxassislar bilan ishlashdagi muammolar, ishonchsiz maslahat xizmatlari va moslashuvchan texnologiyalar yetishmasligi kabi tashqi omillar ham innovatsion strategiyalarni shakllantirishga salbiy ta'sir ko'rsatmoqda [5].

Mijozlar bilan raqamli vositalar orqali olib borilayotgan aloqalar tahlili natijalari shuni ko'rsatadiki, ushbu faoliyat shaklan mavjud bo'lsa-da, mazmunan kamchiliklarga ega. Ko'pchilik respondentlar savdo va xizmat ko'rsatishda ijtimoiy tarmoqlar orqali bevosita yozishmalarni asosiy muloqot shakli sifatida tan olgan. Biroq mijozlar bazasining tashkil etilmaganligi, ularning xatti-harakatlari asosida tahlil olib borilmasligi, aloqalarning faqat bir martalik xarid asosida tugashi ko'plab samaradorlik imkoniyatlaridan foydalanilmayotganini bildiradi [6].

CRM tizimlaridan foydalanish borasida faqat 3 ta korxona o'z faoliyatida ushbu tizimni muntazam tatbiq etayotganini bildirgan. Bu holat mijozlar bilan raqamli muloqot faqat aloqa darajasida mavjudligini, lekin axborotni yig'ish, tahlil qilish, personalizatsiya va qaror qabul qilish darajalarida yetarli darajada yo'lga qo'yilmaganligini bildiradi. Bunday sharoitda raqamli marketing faqat tashqi interfeys darajasidan namoyon bo'ladi, ichki axborot oqimi esa tahliliy kuchga ega bo'lmay qoladi [7].

Vizual identifikatsiya elementlariga nisbatan munosabatlar ham diversifikatsiyalangan. Respondentlarning yarmidan ko'pi o'z brendini logotip yoki nom orqali ifodalashga harakat qilayotganini bildirgan bo'lsa-da, ushbu elementlar foydalanuvchi tajribasini oshirish, raqamli platformalarda ajralib turish, vizual muvofiqlikni saqlash kabi jihatlar hisobga olinmagan holda yaratilgan [8]. Bu esa brend taniluvchanligi va iste'molchi ongida tasvir shakllanishiga salbiy ta'sir qiladi.

Tadqiqotning yakuniy bosqichida kichik biznes subyektlarining raqamli transformatsiyaga bo'lgan tayyorgarligi baholandi. Respondentlarning katta qismi transformatsiyani ijobiy qabul qilgan, lekin amaliy bosqichda bu jarayon sust kechayotganini ta'kidlagan. Transformatsiyaga tayyorlik darajasiga ta'sir ko'rsatuvchi ichki omillar sifatida yetarli moliyaviy resurslarning mavjud emasligi, texnik infratuzilmaning zaifligi, xodimlarning raqamli savodxonligi pastligi va o'rganishga bo'lgan qiziqish yetishmovchiligi qayd etilgan [9].

Bundan tashqari, tashqi muhit bilan bog'liq omillar — maslahat xizmatlarining sifatsizligi, texnik xizmat ko'rsatishdagi uzilishlar, moslashuvchan yechimlarning cheklanganligi ham transformatsiyani sekinlashtiruvchi sabablar sirasiga kiradi. Ayrim suhbat ishtirokchilari ilgari raqamli tizimlarni joriy qilishga uringanlarini, biroq natijadan norozilik sababli bu faoliyatni to'xtatishga majbur bo'lganliklarini bildirgan [10].

Yuqoridagi natijalar kichik bizneslar raqamli marketingni joriy etish va innovatsion yondashuvlar asosida rivojlantirishga bo'lgan intilish mavjudligini ko'rsatadi. Biroq bu jarayonlarni tizimli, strategik asosda amalga oshirish uchun zarur infratuzilma, bilim va tashabbus yetarli emas. Transformatsion o'zgarishlar samaradorligi uchun nafaqat texnologiya mavjudligi, balki ularning samarali

boshqarilishi, moslashuvchanligi va foydalanuvchi tajribasiga mosligi ham hal qiluvchi omil bo'lib qolmoqda [10].

## **XULOSA VA TAKLIFLAR**

O'rganilgan ma'lumotlar shuni ko'rsatadiki, kichik biznes subyektlari raqamli marketing vositalaridan foydalanishda faol harakat qilmoqda. Ijtimoiy tarmoqlar orqali mijozlar bilan aloqalar o'rnatilmoqda, brend taniluvchanligi ustida ishlanmoqda, raqamli reklama imkoniyatlari sinab ko'rilmogda. Bu ijobiy holat raqamli texnologiyalar bozori kichik bizneslar uchun ochiqqligini va imkoniyatlar mavjudligini tasdiqlaydi.

Shu bilan birga, bu jarayon ko'p hollarda tizimli yondashuv, strategik rejalashtirish va texnologik qo'llab-quvvatlash bilan to'liq ta'minlanmagan. Aksariyat holatlarda raqamli vositalar mavjud bo'lsa-da, ularni to'liq va samarali ishlatish mexanizmlari yo'lga qo'yilmagan. Mijozlar bilan raqamli aloqalar shakllangan bo'lsa-da, ularning davomiyligi va natijadorligi past. Transformatsiyaga bo'lgan ichki tayyorgarlik hali yetarli darajada emas.

Shu asosda quyidagi takliflar ishlab chiqildi:

1. Raqamli savodxonlikni oshirish: Kichik biznes vakillari uchun amaliy treninglar, vebinarlar va video qo'llanmalar orqali platformalardan samarali foydalanish ko'nikmalari oshirilishi kerak.

2. Soddashtirilgan strategik rejalashtirish: Kichik korxonalar uchun mos, amaliy va oddiy formatdagi marketing rejasi andozalari ishlab chiqilishi foydali bo'ladi.

3. Tahliliy vositalardan foydalanishni rag'batlantirish: Raqamli natijalarni o'lchash imkonini beruvchi bepul yoki arzon tahlil platformalarini joriy qilish tavsiya etiladi.

4. Transformatsiya bosqichlarini bosqichma-bosqich joriy qilish: Har bir korxona o'z imkoniyatidan kelib chiqib, raqamli texnologiyalarni asta-sekin joriy etishi foydaliroq natijalar beradi.

5. Hamkorlik va tajriba almashinuvi: Hududiy savdo uyushmalari, kichik biznes ittifoqlari doirasida tajriba almashish imkoniyatlari kengaytirilishi maqsadga muvofiq.

Yuqoridagi tavsiyalar kichik biznes korxonalarining raqamli marketingga moslashuvchanlik darajasini oshirish, mavjud imkoniyatlardan to'liq foydalanish va raqamli raqobatbardoshlikni kuchaytirishga xizmat qiladi. Katta sarmoya talab etmaydigan, lekin amaliyotga yaqin yondashuvlar bu yo'nalishda ijobiy natijalar beradi.

## **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI**

1. Muis, I., Adhi, T. M., & Kamalia, R. F. (2024). The impact of digital marketing and innovation on marketing performance is influenced through the development of a competitive advantage. *Revista de Gestão Social e Ambiental*, 18(8), 1–17. <https://doi.org/10.24857/rgsa.v18n8-081>

2. Hollen, C. (2018). Digital marketing communication strategies in micro social enterprises. Master's thesis, University of Jyväskylä, Finland. <https://jyx.jyu.fi/handle/123456789/59158>

3. Mitreva, M., Arsova, M., & Apasieva, T. J. (2020). Digital marketing and the potential for financial growth of small and medium-sized businesses. Goce Delcev University Working Paper Series, 11–18.
4. Sharabati, A.-A. A., et al. (2024). The impact of digital marketing on the performance of SMEs: An analytical study in light of modern digital transformations. *Sustainability*, 16(8667). <https://doi.org/10.3390/su16198667>
5. Kanojia, K., & Rathore, T. (2025). Digital marketing strategies for small businesses. *International Journal of Innovations in Science Engineering and Management*, 4(1), 38–45. <https://doi.org/10.69968/ijisem.2025v4i138-45>
6. Zueva, T. Z. (2025). Использование цифровых технологий для продвижения гостиничных услуг. *Вестник науки*, 9(4), 741–749.
7. Thaib, S., Sipatu, L. N., & Adam, R. P. (2025). 7P service marketing strategy in increasing the number of customers of Shoesserious Palu shoe laundry. *Multitech Journal of Science and Technology*, 2(9), 717–728. <https://doi.org/10.59890/mjst.v2i9.70>
8. Jatmiko, A. R., et al. (2025). Pemberdayaan masyarakat dalam mengelola limbah rumah potong hewan berbasis smart farming. *Jurnal Pengabdian Masyarakat dan Riset Pendidikan*, 4(2), 7166–7172. <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i2.2821>
9. Sufaidah, S., et al. (2025). Implementasi participatory action research dalam pemberdayaan UMKM Desa Plemahan melalui digital marketing. *Informatika: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 6(2), 113–117.
10. Himawati, D., et al. (2025). Integration of creative design and visual branding in digital marketing strategy. *International Journal of Integrative Research*, 3(10), 717–730. <https://doi.org/10.59890/ijir.v3i10.77>





# 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, oktabr, 10-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](mailto:info@marketingjournal.uz)  
Bot: [@marketingjournalbot](https://t.me/@marketingjournalbot)  
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.** FOCT 7.56-2002 "Seriya nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlaro standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**