

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 CHIQARISHNING 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 Durdibayevich	
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 TASHKILY 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	
AGROKLAUSTER 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
Алланязова 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	

KORXONALARDA RAQAMLI TRANSFORMATSIYA JARAYONI: RAQAMLI MARKETING VOSITALARINI INTEGRATSIYA QILISH VA SAMARADORLIKNI BAHOLASH USULLARI

Amonov Mirzohid Tuymuratovich

Buxoro davlat universiteti,
Yashil iqtisodiyot va agrobiznes kafedrası o'qituvchisi.

Annotatsiya

Mazkur maqolada korxonalarda raqamli transformatsiya jarayoni, raqamli marketing vositalarini integratsiya qilish va ularning samaradorligini baholash metodlari tahlil qilingan. Zamonaviy raqamli texnologiyalarning biznes modellari, ishlab chiqarish jarayonlari va marketing strategiyalariga ta'siri o'rganilgan. Shuningdek, raqamli marketing vositalarining xizmat ko'rsatish sohasidagi ahamiyati, raqamli iqtisodiyotning rivojlanishi va korxonalarda raqamli transformatsiya jarayonlarining strategik ahamiyati yoritilgan.

Korxonalarda raqamli marketing strategiyalarini joriy etish jarayoni va samaradorlikni baholash usullari – ROI, CPC, CAC, CR kabi ko'rsatkichlar asosida tahlil qilingan. O'zbekistondagi raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish va raqamli transformatsiyani qo'llab-quvvatlashga qaratilgan davlat dasturlari va ularning iqtisodiyotga ta'siri ham yoritilgan.

Kalit so'zlar: raqamli transformatsiya, raqamli marketing, raqamli iqtisodiyot, marketing vositalari, raqamli texnologiyalar, Big Data, IoT, ROI, CPC, CAC, CR, raqamli platforma, raqamli biznes modellari, raqobatbardoshlik, avtomatlashtirish, raqamlashtirish, elektron tijorat, onlayn marketing, raqamli strategiyalar.

Аннотация

В данной статье проанализированы процессы цифровой трансформации в предприятиях, интеграция инструментов цифрового маркетинга и методы оценки их эффективности. Изучено влияние современных цифровых технологий на бизнес-модели, производственные процессы и маркетинговые стратегии. Также освещена значимость инструментов цифрового маркетинга в сфере оказания услуг, развитие цифровой экономики и стратегическое значение процессов цифровой трансформации в предприятиях.

Проанализированы процессы внедрения стратегий цифрового маркетинга в предприятиях и методы оценки их эффективности на основе показателей, таких как ROI, CPC, CAC, CR. Кроме того, рассмотрены государственные программы, направленные на развитие цифровой экономики и поддержку цифровой трансформации в Узбекистане, а также их влияние на экономику.

Ключевые слова: цифровая трансформация, цифровой маркетинг, цифровая экономика, маркетинговые инструменты, цифровые технологии, Big Data, IoT, ROI, CPC, CAC, CR, цифровая платформа, цифровые бизнес-модели, конкурентоспособность, автоматизация, оцифровка, электронная коммерция, онлайн-маркетинг, цифровые стратегии.

Abstract

This article analyzes the process of digital transformation in enterprises, the integration of digital marketing tools, and methods for evaluating their effectiveness. The impact of modern digital technologies on business models, production processes, and marketing strategies has been studied. Additionally, the significance of digital marketing tools in the service sector, the development of the digital economy, and the strategic importance of digital transformation processes in enterprises are highlighted.

The process of implementing digital marketing strategies in enterprises and methods for assessing effectiveness—based on indicators such as ROI, CPC, CAC, and CR—have been analyzed. Furthermore, government programs aimed at developing the digital economy and supporting digital transformation in Uzbekistan and their impact on the economy have been covered.

Keywords: digital transformation, digital marketing, digital economy, marketing tools, digital technologies, Big Data, IoT, ROI, CPC, CAC, CR, digital platform, digital business models, competitiveness, automation, digitization, e-commerce, online marketing, digital strategies.

KIRISH

Bugungi global iqtisodiyotda raqamli transformatsiya korxonalar uchun zaruratga aylandi. Raqobatbardoshlikni oshirish, mahsulot va xizmatlar sifatini yaxshilash hamda samaradorlikni kuchaytirish uchun korxonalar zamonaviy texnologiyalardan foydalanmoqda. Elektron tijorat platformalari, Big Data tahlillari va raqamli marketing vositalari mijozlar ehtiyojlarini aniqlash va individual xizmat ko'rsatishda muhim rol o'ynaydi.

Raqamli transformatsiyani amalga oshirishda korxonalar quyidagi asosiy muammolarga duch kelishi mumkin:

- ✓ Malakali IT mutaxassislarining yetishmovchiligi
- ✓ IT infratuzilmasini rivojlantirish zarurati
- ✓ Kiberxavfsizlik masalalari
- ✓ An'anaviy biznes modellarini o'zgartirishdagi qiyinchiliklar

Shuning uchun raqamli transformatsiya jarayonini muvaffaqiyatli amalga oshirish uchun korxonalar aniq strategiyalar ishlab chiqishlari, kadrlar malakasini oshirishlari, xavfsizlikni ta'minlash va innovatsiyalarga investitsiya kiritishlari zarur.

ADABIYOTLAR SHARHI

Raqamli transformatsiya jarayoni korxonalar va davlat sektorida qanday rivojlanayotgani hamda uning iqtisodiy ta'siri Khodjayev A. R. [1], Rasulovich K. A. [2]lar tomonidan o'rganilgan.

Korxonalar tomonidan raqamli marketing vositalari qanday qo'llanilayotgani va ularning samaradorligini baholash usullari esa Xodjayev A. [3] hamda Tuymuratovich A. M. lar tomonidan o'rganilgan. Ularning tadqiqotlariga ko'ra, raqamli transformatsiya bugungi global iqtisodiyotda korxonalar uchun ustuvor yo'nalishlardan biriga aylangan. Bozorda raqobatbardoshlikni saqlab qolish, mahsulot va xizmatlar sifatini oshirish hamda samaradorlikni kuchaytirish maqsadida korxonalar

yangi texnologiyalarga moslashmoqda. Sanoat 4.0, sun'iy intellekt, IoT (Internet buyumlar), bulut texnologiyalari va blokcheyn kabi innovatsiyalar biznes jarayonlarini avtomatlashtirish hamda optimallashtirishda muhim rol o'ynayotganligi asoslab berilgan [4].

Zamonaviy raqamli texnologiyalardan foydalanish korxonalarining biznes modellarini qayta shakllantirishga imkon beradi. Masalan, elektron tijorat platformalari orqali bozorga chiqish hajmini oshirish, Big Data tahlillari yordamida mijozlarning ehtiyojlarini aniqlash va personalizatsiyalangan xizmat ko'rsatish imkoniyati paydo bo'ladi. Shuningdek, raqamli marketing vositalari orqali maqsadli auditoriyaga aniq yo'naltirilgan reklamalarni taqdim etish, masofaviy xizmatlar orqali xaridorlarga qulaylik yaratish bo'yicha tadqiqotlar olib borilgan.

Sun'iy intellekt, IoT, Big Data va bulut texnologiyalarining biznes jarayonlariga ta'siri Miklosik, A., Evans, N. lar [5] tomonidan keng ochib berilgan.

METODOLOGIYA

Maqolada tadqiqot o'tkazishda quyidagi metodologiyalar qo'llanilgan: Nazariy tahlil – raqamli transformatsiyaning asosiy jihatlari, uning biznes jarayonlariga ta'siri va korxonalarga keltiradigan foydalari ilmiy adabiyotlar va tadqiqotlar asosida tahlil qilingan. Empirik tadqiqot – korxonalarda raqamli marketing strategiyalarining qo'llanilishi va ularning samaradorligi o'rganilgan. Xususan, ROI, CPC, CAC va CR kabi ko'rsatkichlar yordamida natijalar baholangan. Taqqoslash usuli – dunyoning rivojlangan davlatlaridagi raqamli transformatsiya tajribasi bilan O'zbekistondagi jarayonlar solishtirilgan. Bu orqali samarali strategiyalar va ularni mahalliy sharoitga moslashtirish imkoniyatlari o'rganilgan. Statistika tahlil – ma'lumotlar tahlil qilinib, raqamli marketing vositalarining biznes jarayonlarida qanday o'rin tutishi ko'rsatib o'tilgan. Metodologik asos sifatida zamonaviy tadqiqotlar, xalqaro tajribalar va korxonalarining amaliy tajribalari tahlil qilingan.

TAHLIL VA NATIJALAR

Korxonalar raqamli texnologiyalarni joriy etish orqali operatsion xarajatlarni qisqartirish, ishlab chiqarish samaradorligini oshirish va resurslardan oqilona foydalanishga erishishi mumkin. Masalan, avtomatlashtirilgan jarayonlar inson omilini kamaytirar ekan, xato va yo'qotishlarning oldi olinadi. Shu bilan birga, raqamli platformalar va bulut tizimlarini joriy etish orqali tezkor va shaffof ma'lumot almashinuvi ta'minlanadi, bu esa qaror qabul qilish jarayonlarini yengillashtiradi.

Raqamli o'zgarishlarni joriy etishda korxonalar bir qator muammolarga duch kelishi mumkin. Ular orasida malakali mutaxassislar yetishmovchiligi, IT infratuzilmasini takomillashtirish zarurati, kiberxavfsizlik masalalari va an'anaviy biznes modellarini o'zgartirishdagi qiyinchiliklar mavjud. Shuning uchun korxonalar raqamli strategiyani aniq belgilash, xodimlar malakasini oshirish, xavfsizlikni ta'minlash va innovatsiyalarga investitsiya kiritish orqali raqamli transformatsiyani samarali amalga oshirishlari zarur.

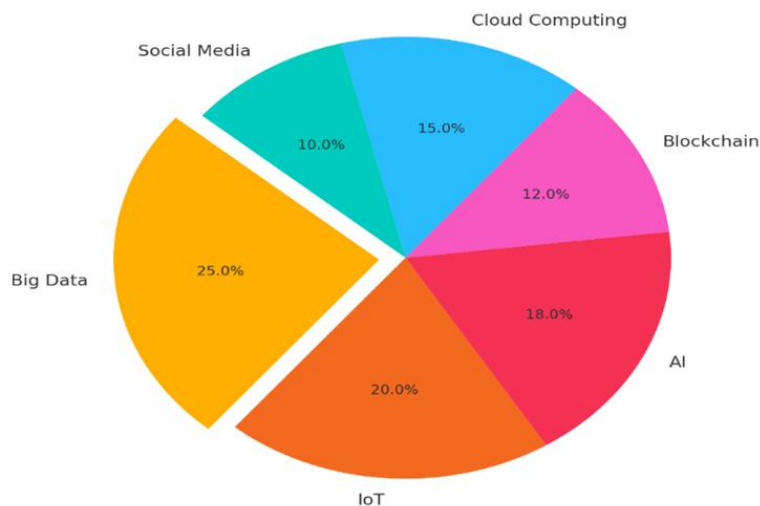
Raqamli iqtisodiyot sanoat va xizmat ko'rsatish sohalarida ulkan o'zgarishlarga olib kelmoqda. Korxonalar raqamli texnologiyalarni joriy etish orqali samaradorlikni

oshirish, bozorda o'z mavqesini mustahkamlash va yangi mijozlarga erishish imkoniyatiga ega bo'lmoqda. Elektron tijorat, moliyaviy texnologiyalar (FinTech) va sun'iy intellekt (AI) kabi sohalar iqtisodiy biznes muhitini tubdan o'zgartirib, raqamli iqtisodiyotning asosiy drayverlariga aylanmoqda.

Raqamli iqtisodiyotda ijtimoiy tarmoqlar, mobil texnologiyalar, katta ma'lumotlar (Big Data), Internet buyumlar (IoT) va bulutli hisoblash tizimlari muhim rol o'ynaydi. Ushbu texnologiyalar korxonalarga ma'lumotlardan samarali foydalanish, operatsiyalarni avtomatlashtirish va mijozlar bilan aloqani yaxshilash imkonini beradi. Masalan, Big Data tahlillari korxonalarga mijozlarning ehtiyojlarini aniqlash va bozordagi tendensiyalarni oldindan bashorat qilishda yordam beradi.

Raqamli texnologiyalar korxonalarning xarajatlarini kamaytirish, operatsiyalarni tezlashtirish va daromadni oshirishga xizmat qiladi. Masalan, raqamli bank xizmatlari (onlayn to'lovlar, kriptovalyutalar) moliyaviy operatsiyalarni tez va xavfsiz amalga oshirishga imkon beradi. Shuningdek, Internet buyumlari (IoT) sanoatda avtomatlashtirilgan nazorat va boshqaruv tizimlarini yo'lga qo'yishga yordam beradi, bu esa ishlab chiqarish samaradorligini oshiradi.

Raqamli transformatsiyaning keng joriy etilishi kelajakda yangi iqtisodiy imkoniyatlarni yaratadi, biroq u bilan birga kiberxavfsizlik, axborot maxfiyligi va raqamli kambag'allik muammolarini ham yuzaga keltiradi. Korxonalar va davlat tashkilotlari mazkur muammolarni bartaraf etish uchun kiberxavfsizlikni kuchaytirish, raqamli infratuzilmani rivojlantirish va raqamli savodxonlikni oshirishga e'tibor qaratishlari zarur.



1-rasm. Raqamli transformatsiyaning asosiy elementlari.[6]¹

Xizmat ko'rsatish sohasi korxonalari raqamli marketing vositalarini samarali joriy etish orqali mijozlarga yaqinroq bo'lish, brend mashhurligini oshirish va bozorda raqobatbardoshlikni ta'minlashlari mumkin. Quyida asosiy raqamli marketing vositalari va ularning afzalliklari haqida batafsil ma'lumot keltiriladi.

¹ Oko-Odion C., Angela O. Risk management frameworks for financial institutions in a rapidly changing economic landscape //Int J Sci Res Arch. – 2025. – T. 14. – №. 1. – C. 1182-1204.

Bugungi raqamli iqtisodiyotda korxonalar raqamli transformatsiyani amalga oshirish orqali bozorda o'z raqobatbardoshligini saqlab qolish va foydani oshirish imkoniyatiga ega. Sanoat 4.0, sun'iy intellekt (AI), IoT (Internet buyumlar), bulut texnologiyalari va blokcheyn kabi innovatsiyalar biznes jarayonlarini avtomatlashtirish va samaradorlikni oshirishda muhim rol o'ynaydi.

Raqamli texnologiyalardan foydalanish korxonalarning ish uslubini o'zgartirib, ularga yangi imkoniyatlar yaratadi. Elektron tijorat platformalari, Big Data tahlillari va raqamli marketing vositalari mijozlar bilan samarali aloqa o'rnatish va bozordagi mavqeni mustahkamlash imkonini beradi. Bunday texnologiyalar resurslarni tejash, tezkor qaror qabul qilish va xarajatlarni kamaytirishda muhim ahamiyatga ega.

Xizmat ko'rsatish sohasi korxonalari raqamli marketing strategiyalaridan foydalanib, o'z auditoriyasiga yaqinlashishlari va bozorda ustunlikka erishishlari mumkin. Ijtimoiy media marketing (SMM), qidiruv tizimlari marketingi (SEO & PPC), kontent marketing, elektron pochta marketingi va Big Data tahlillari orqali mijozlarga individual yondashish va reklama kampaniyalarini optimallashtirish mumkin.

Raqamli marketing kampaniyalarining natijadorligini aniq baholash uchun quyidagi asosiy ko'rsatkichlardan foydalaniladi: ROI (Investitsiya qaytimligi) – marketing xarajatlarning foydaga ta'sirini baholash. CPC (Bir klik narxi) – onlayn reklamalarning xarajatlarini tahlil qilish. CAC (Mijozni jalb qilish xarajatlari) – yangi mijozni jalb qilish uchun sarflangan xarajatlarni hisoblash. CR (Konversiya koeffitsiyenti) – tashrif buyuruvchilarning real xaridorga aylanish darajasini aniqlash.

Raqamli transformatsiya va marketingni samarali joriy etishda IT infratuzilmasiga sarmoya kiritish, kiberxavfsizlikni ta'minlash va malakali mutaxassislarni jalb qilish kabi muammolar mavjud. Shuning uchun korxonalar raqamli strategiyani aniq belgilashi, xodimlarning malakasini oshirishi va raqamli texnologiyalarga investitsiya kiritishi zarur.

Korxonalar raqamli transformatsiya va marketing vositalarini samarali integratsiya qilish orqali xarajatlarni kamaytirish, bozorda o'z o'rnini mustahkamlash va raqobatbardoshlikni oshirish imkoniyatiga ega. To'g'ri tanlangan raqamli strategiya va uning samaradorligini baholash usullari biznesning uzoq muddatli rivojlanishi va muvaffaqiyatini ta'minlaydi.

Bugungi kunda biznes muhiti tobora o'zgarib, raqamli texnologiyalar korxonalar faoliyatining ajralmas qismiga aylanmoqda. Raqamli transformatsiya korxonalar uchun nafaqat yangi imkoniyatlar, balki zaruratga ham aylandi. Bunda biznes jarayonlarini avtomatlashtirish, samaradorlikni oshirish va iste'molchilar bilan yaqin aloqa o'rnatish asosiy omillar sifatida e'tirof etilmoqda.

Raqamli transformatsiyaning muhim tarkibiy qismlaridan biri – raqamli marketing vositalari hisoblanadi. Zamonaviy korxonalar internet, ijtimoiy tarmoqlar, elektron tijorat va Big Data kabi texnologiyalar yordamida o'z auditoriyasiga tezroq yetib borish, ularning ehtiyojlarini aniqlash va mos mahsulot yoki xizmatlarni taklif etish imkoniyatiga ega bo'lmoqda. Ayniqsa, ROI, CPC, CAC va CR kabi ko'rsatkichlar orqali marketing samaradorligini baholash biznes qarorlarini yanada aniqroq qilishga yordam beradi.

Biroq, raqamli transformatsiyaning joriy etilishi muammosiz kechmaydi. IT infratuzilmasini yangilash, malakali kadrlarni jalb qilish, kiberxavfsizlikni ta'minlash kabi qator masalalar mavjud. Shunday bo'lsa-da, bu muammolarni bartaraf etish korxonalarga barqaror rivojlanish, bozorda ustunlik va daromadlarni oshirish imkonini beradi.

Kelajakda raqamli iqtisodiyot yanada rivojlanib, biznes jarayonlarining samaradorligi oshib borishi kutilmoqda. Shu sababli korxonalar o'z strategiyalarini raqamli transformatsiya tamoyillariga moslashtirishi, innovatsiyalarga sarmoya kiritishi va iste'molchilarga yuqori darajadagi xizmat ko'rsatishi zarur. Faqat shundagina, ular global bozorning talablariga javob bera oladigan yetakchi o'yinchilarga aylanishi mumkin.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Khodjayev A. R. et al. Efficiency of using modern information and communication technologies in small business // World Science: Problems and Innovations. – 2021. – S. 130-132.
2. Rasulovich K. A. An Engine in the New Age of Development of the Digital Economy // Economics. – 2022. – №. 1 (51). – S. 70-74.
3. Tuymuratovich A. M. Digital Marketing Strategies on Customer Engagement in the Tourism Sector of Uzbekistan // American Journal of Business Practice. – 2022. – 1 (7), 53-60.
4. Qulliyev O. Ishlab chiqarish imkoniyatlari chizig'i // Sentri nauchnix publikatsiy (buxdu.uz). – 2020. – T. 1. – №. 1.
5. Zaki, M. Digital Transformation: Harnessing Digital Technologies for the Next Generation of Services // Journal of Services Marketing, Emerald. – 2019.
6. Olson, E. M., Czaplewski, A. J., Key, T. M. Business Strategy and the Management of Digital Marketing // Business Horizons, Elsevier. – 2021.
7. Oko-Odion C., Angela O. Risk Management Frameworks for Financial Institutions in a Rapidly Changing Economic Landscape // Int J Sci Res Arch. – 2025. – T. 14. – №. 1. – S. 1182-1204.
8. Rasulovich K. A. The Role of Agro-Tourism in the Development of Socio-Economic Infrastructure in Rural Areas // Nauka i obrazovanie segodnya. – 2021. – №. 3 (62). – S. 13-14.
9. Rasulovich K. A., Tuymuratovich A. M. Efficiency of Formation of Franchise in Small Business Development // Nauka i obrazovanie segodnya. – 2021. – №. 9 (68). – S. 39-42.
10. Rasulovich K. A., Ulugbekovich K. A. Section: Economics // Polish Science Journal. – 2020. – S. 25.
11. Rasulovich K. A., Tuymuratovich A. M. Legalization of Steps to Eliminate the Harmful Effects of Cryptoma in the Economy // ACADEMICIA: An International Multidisciplinary Research Journal. – 2022. – T. 12. – №. 4. – S. 651-654.
12. Xodjayev A. et al. The Role of SMM Marketing in Small Business Development During a Pandemic // Sentri nauchnix publikatsiy (buxdu.uz). – 2020. – T. 1. – №. 1.

13. Khodjayev A. R., Amonov M. T. Bio-Economy as a New Direction of Development and One of the Anti-Crisis Mechanisms // *Ekonomika i sovremenniy menedjment: Teoriya, metodologiya, praktika.* – 2021. – S. 112-115.
14. Rasulovich K. A., Zokirovich K. M. Market Economy and its Emergence // "ONLINE-CONFERENCES" PLATFORM. – 2023. – S. 47-52.
15. Khodjayev A. R. et al. Human Capital and Its Impact on Economic Growth // *Science and Technology Research 2022.* – 2022. – S. 75-78.
16. Rasulovich K. A. An Engine in the New Age of Development of the Digital Economy // *Economics.* – 2022. – №. 1 (51). – S. 70-74.
17. Tuymuratovich A. M. Features and Benefits of E-Business // *European Journal of Business Startups and Open Society.* – 2022. – T. 2. – №. 6. – S. 1-4.
18. Tuymuratovich A. M. Digital Marketing Strategies on Customer Engagement in the Tourism Sector of Uzbekistan // *American Journal of Business Practice.* – 2022. – 1 (7), 53-60.



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**