

MARKETING

ILMIY, AMALIY VA OMMABOP JURNAL



№1 - SON

9710 xalqaro daraja



№240874



ISSN: 3060-4621

2026-YIL, YANVAR





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 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 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 Abdurahmonovich, i.f.d., TDIU, “Marketing” kafedrasini professori;

Ostonaqulova Gulnaraxon 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, dotsenti;

Fayzullayev Jaylonbek 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

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

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

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

Abduvaxidov 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.d., DSc, NamDTU, “Menejment” kafedrasini dotsenti;

Maxmudov Toxirjon Olimjonovich, PhD., NamDTU, “Marketing” 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.

Abduvaxidov Behzod xxx, PhD., Denov tadbirkorlik va pedagogika instituti “Raqamli iqtisodiyot” kafedrasini o'qituvchisi;

Rajabova Moxichexra Abduxolikovna, PhD., Buxoro davlat universiteti marketing va menejment kafedrasini o'qituvchisi.

Elektron nashr 597 sahifa. E'lon qilishga 2026-yil 31-yanvarda ruxsat etildi

MUNDARIJA

YAKKA TARTIBDAGI TADBIRKORLAR VA O'ZINI-O'ZI BAND QILGAN SHAXSLAR SEGMENTI UCHUN SHAFFOF RAQAMLI TO'LOV TEXNOLOGIYALARINI JORIY ETISH	8
Isamuxamedov Anvar Sadiqovich	
OLIY TA'LIM MUASSASALARIDA BARQAROR RAQOBAT USTUNLIKLARINI SHAKLLANTIRISH ASOSIDA STRATEGIK BOSHQARUVNI TAKOMILLASHTIRISH	15
Ismailova Nilufar Sabitdjanovna	
TO'QIMACHILIK KORXONALARIDA ISHLAB CHIQARISH RESURSLARINI STRATEGIK BOSHQARISH	27
Kazakov Olim Sabirovich	
ЭТИЧЕСКИЕ СТАНДАРТЫ СБОРА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ДАННЫХ В МЕЖДУНАРОДНЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ.....	35
Адылова Зульфия Джавдатовна, Юлчиева Мадинабону Отабек кизи	
XIZMAT KO'RSATISH KORXONALARIDA SIRKULYAR IQTISOD TAMOYILLARIDAN FOYDALANISHNING XORIJIY DAVLATLARNING ILG'OR TAJRIBALARI.....	48
Nuritdinov Ramziddin	
МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ ПОВЫШЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ НЕФТЕГАЗОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ	60
Бекмухамедова Малика Искандарбековна	
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ НЕРАВЕНСТВО: ПРИЧИНЫ И МЕРЫ ПРЕОДОЛЕНИЯ	74
Мажидова Фарангиз Фуркатзода	
IJTIMOY-IQTISODIY O'ZGARISHLAR SHAROITIDA CHAKANA SAVDO XIZMATLARINI RIVOJLANTIRISHNING XUSUSIYATLARI	83
Muxamedova Aziza Ravshanovna	
INTELLIGENT INTRUSION DETECTION: LEVERAGING REINFORCEMENT LEARNING FOR ECONOMIC SECURITY AGAINST DDOS THREATS.....	90
Bekov Sanjar Nigmandjanovich	
RAQAMLI MARKETINGNING YOSHLAR SEGMENTIDA RIVOJLANISHI	101
Normurodova Zebo Eshmaxmatovna, Ergashov Abdullo Ramazon o'g'li	
KICHIK BIZNES SUBYEKTLARIDA BOZOR AXBOROTLARIDAN FOYDALANISH VA AVTOMATIK TAHLIL QILISH TIZIMLARINI JORIY ETISH.....	106
Yo'ldoshev Nodirbek Ne'matjon o'g'li	
XORAZM VILOYATIDA KAMBAG'ALLIK DARAJASINING O'ZGARISH DINAMIKASI TAHLILI	114
Mayliyeva Sadoqat Safayozovna	

TOWARDS AN INTEGRATIVE MODEL OF THE COUNTRY IMAGE	121
Duschanov Alisher Sherzod ugli	
BUXORO VILOYATIDA MEVA-SABZAVOT MAHSULOTLARI EKSPORTI TAHLILI VA MARKETING MUAMMOLARI	133
Jumayeva Zamira Bo'stonovna	
KORXONALARNING YASHIL MARKETING STRATEGIYASINI ISHLAB CHIQISHGA NAZARIY VA KONSEPTUAL YONDASHUVLARI	140
Sapayev Axmed Durdibayevich	
SANOAT KORXONALARINING UZOQ MUDDATLI RAQOBATBARDOSHLIGINI TA'MINLASHDA MARKETING YONDASHUVLARI	149
Bazarova Mamlakat Supiyevna	
RAQOBAT SIYOSATINING SAMARADORLIGI VA INSTITUTIONAL MUAMMOLAR	159
Akbarov Jasur Ikromjon o'g'li	
THE ECONOMIC AND ENVIRONMENTAL EFFICIENCY OF AGRIVOLTAIC SYSTEMS IN UZBEKISTAN'S AGRICULTURAL SECTOR	167
Amonov Sardor Zamon o'g'li	
EVALUATING RETURN ON MARKETING INVESTMENT IN B2B DISTRIBUTION	175
Jamoliddinov Fakhriyor Shodiyor o'g'li	
THE ROLE OF STRATEGIC MANAGEMENT IN ENHANCING TOURISM DESTINATION COMPETITIVENESS	184
Choriyev Farrux Xamroyevich	
TUROPATORLIK FAOLIYATINI RIVOJLANTIRISHNING ASOSIY XUSUSIYATLARI VA ZAMONAVIY ILMIY YONDASHUVLARI	194
Toshev Akmal Salimovich	
RAQAMLI TRANSFORMATSIYA VA BARQAROR RIVOJLANISH SHAROITIDA AGRAR BOZOR TAHLILI.....	206
Ahmedov Shermuhammad Omonjon o'g'li	
JAHON ZARGARLIK MAHSULOTLARI BOZORIGA KIRISHNING MARKETING STRATEGIYALARI	214
Azizova Roxila Baxodir qizi	
FERMER XO'JALIKLARI FAOLIYATINI OPTIMALLASHTIRISH ASOSIDA IQTISODIY RIVOJLANISHINI TA'MINLASH	223
Qodirov Zohidjon Eralievich	
SOG'LIQNI SAQLASH XIZMATLARI SOHASI BARQARORLIGINING HUDUDIIY VA DINAMIK TAHLILI	229
Ko'charov Xurshid Xurram o'g'li	
TO'QIMACHILIK MAXSULOTLARI SAVDOSIDA ZAMONAVIY MARKETING KONSEPSIYALARIDAN FOYDALANISH.....	236
Nurboyev Jaloliddin Mamadiyevich	
ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	243
Нуруллаева Шахноза Тохтасиновна, Saydullayeva Saodat Abdumajitovna	

O'ZBEKISTON OZIQ-OVQAT BOZORIDA AN'ANAVIY VA ZAMONAVIY CHAKANA SAVDO TRANSFORMATSIYALARI	250
Ahmedov Shermuhammad Omonjon o'g'li	
O'ZBEKISTON OLIY TA'LIM TIZIMIDA OLIB BORILAYOTGAN ISLOHOTLARNING AHAMIYATI	257
Gafurov Anvar Bazarbayevich	
MINTAQA IQTISODIYOTINI BARQAROR RIVOJLANTIRISHGA XIZMATLAR SOHASINI TA'SIRINI OSHIRISH	264
Achilova Firuza Kurbanovna	
IQLIM O'ZGARISHI SHAROITIDA EKOLOGIK XAVFSIZLIK BILAN BOG'LIQ XAVF-XATARLARNI BARTARAF ETISH YO'LLARI.....	274
Shamurotov Nodirbek Bakbergan o'g'li	
OZIQ-OVQAT SANOATI RAQOBATBARDOSHLIGINI INNOVATSION MARKETING STRATEGIYALARI ASOSIDA OSHIRISH	280
Hamroyev Bobir Shoyimovich	
BUXORO VILOYATIDA YASHIL TURIZMNI XORIJIY TAJRIBALAR ASOSIDA RIVOJLANTIRISH	289
Hafizov Abdulla Olimjonovich	
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ МЕХАНИЗМОВ УПРАВЛЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫМИ ПРОЦЕССАМИ В «ЗЕЛЁНОЙ» ЭКОНОМИКЕ.....	299
Ниязметова Ёқутхон Ботир қизи	
QURILISHDA LOYIHA BOSHQARUVI STRATEGIYASINING ILMIY-USLUBIY MUAMMOLARI.....	308
Pulatov Shaxron Axmedovich	
QURILISH KORXONALARINING TASHKILY TUZILMALARINING OMILLAR TA'SIRIDA SHAKILLANISHI.....	315
Raximova Nilufar Abduazizovna	
O'ZBEKISTON EKSPORTGA YO'NALTIRILGAN KORXONALARINING MARKETING KOMPLEKSINI MINTAQALAR BOZORLARIGA MOSLASHTIRISH.....	323
Axmedov Ikrom Akramovich	
MARKETING TAMOYILLARI ASOSIDA MIJOZ VA BANK MUNOSABATLARINI TARTIBGA SOLISH MEXANIZMINI TAKOMILLASHTIRISH	338
Temirova Sevara Baxodirovna	
TIJORAT BANKLARINING INNOVATSION MARKETING STRATEGIYALARIDAN FOYDALANISH BO'YICHA XALQARO TAJRIBALAR.....	345
Muminova Durdona Saydikadirovna	
TIJORAT BANKLARI BRENDING STRATEGIYASINING BANK IMIJIGA TA'SIRI.....	355
Mirzajonova Maftunaxon Jaxongir qizi	

УПРАВЛЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИМИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯМИ НА РЫНКЕ ТРУДА В РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАН НА ОСНОВЕ ГРАВИТАЦИОННОЙ МОДЕЛИ.....	364
Назаров Дмитрий Михайлович, Джурабаев Отабек Джурабаевич	
QURILISH MATERIALLARI ISHLAB CHIQARUVCHI KORXONALARNING MARKETING FAOLIYATINI BOSHQARISHDA MARKETING KOMMUNIKATSIYALARI.....	380
Uzakova Umida Ruziyevna	
ВЛИЯНИЕ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ И ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫХ ФАКТОРОВ НА МАЛЫЙ БИЗНЕС	388
Зокирова Фарангиз	
KIMYO SANOATI KORXONALARI FAOLIYATIDA IQTISODIY SALOHİYAT TUSHUNCHASINING AHAMIYATI.....	395
Vaxobov Shohjahan Valiyevich	
ERKIN IQTISODIY ZONALARNING LOGISTIKA XIZMATLARINI RIVOJLANTIRISHDA MARKETING STRATEGİYALARIDAN FOYDALANISH YO‘LLARI	402
Muxiddinov Mo‘minjon Shavqiddin o‘g‘li	
KLASTER YONDASHUVI ASOSIDA TO‘QIMACHILIK SANOATIDA INVESTITSION LOYIHALARNI BOSHQARISH METODOLOGIYASINI TAKOMILLASHTIRISH	412
Qurbonov Jasurbek Pozilovich	
QURILISH SANOATIDA INNOVATSION FAOLIYATNI STRATEGIK BOSHQARISH MEKANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISH.....	420
Ortiqxo‘jayeva Yulduz Azatovna	
TIJORAT BANKLARI MOLİYAVIY BARQARORLIGINI TA‘MINLASHDA RISK-MENEJMENTDAN FOYDALANISHNING USLUBIY JIHATLARI	428
Madaminov Bekzod Allayarovich	
BANK RISK-MENEJMENTI TIZIMIDA SUN‘IY INTELLEKT TEXNOLOGİYALARIDAN FOYDALANISH	442
Madaminov Bekzod Allayarovich	
XIZMAT KO‘RSATISH SOHASINI BARQAROR RIVOJLANTIRISHDA XALQARO MARKETING STRATEGİYALARIDAN FOYDALANISH	453
Abduvoxidov Behzod	
TIKUV – TRIKOTAJ KORXONALARI MARKETING FAOLIYATINI BOSHQARISHDA MOTIVATSIYA USULLARIDAN FOYDALANISH	460
Jalilov Jamshid G‘anijonovich	
UY-JOY KOMMUNAL XO‘JALIGINI INNOVATSION RIVOJLANISHINI BOSHQARISHNING ILG‘OR XORIJIY TAJRIBALARI	472
Kaxramonov Xurshidjon Shuhrat o‘g‘li	
ADVANCING UZBEKISTAN’S ENERGY SECTOR THROUGH PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIPS: KEY REFORMS, IMPLEMENTED PROJECTS, AND SUSTAINABILITY PROSPECTS	481
Juraev Javohir Tulagan ugli	

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ МЕДИЦИНСКОГО ТУРИЗМА В РЕГИОНЕ СО СПОСОБОМ КЛАСТЕРИЗАЦИИ МЕДИЦИНСКИХ УЧРЕЖДЕНИЙ	489
Юсупова Мехрибон Уктамовна	
TO‘QIMACHILIK SANOATIDA ISHLAB CHIQRISH XARAJATLARINI OPTIMALLASHTIRISH ORQALI RAQOBATBARDOSHLIKNI OSHIRISH	498
Xushvaqtoev Shuhrat Abduraufovich	
FRANCHAYZING SUBYEKTLARI O‘RTASIDAGI KOOPERATSIYANI BAHOLASHNING KO‘P MEZONLI METODIKASINI ISHLAB CHIQRISH VA SAMARADORLIKNI ANIQLASH	509
Xodjayev Anvar Rasulovich	
ISTE‘MOLCHILARNING BRENDGA SODIQLIGI VA UNING KORXONA DAROMADIGA TA‘SIRINI BAHOLASH.....	523
Xudayberganov Dilshod Tuxtabayevich, Yuldasheva Zuhrajon Urazboy qizi	
STRATEGIK USULLAR ORQALI MENEJMENT SIFATINI UZLUKSIZ TAKOMILLASHTIRISH	529
Djabriyev Akbarali Normurodovich, Muxammadiyev O‘tkir Axmedovich, Ravshanbekova Madinabonu	
MAMLAKATIMIZ IQTISODIYOTIDA YALPI ICHKI MAHSULOTNING MAKROIQTISODIY BARQARORLIKNI TA‘MINLASHDAGI ROLI VA AHAMIYATI.....	541
Xusanov Murodjon Sunnatullayevich	
TIJORAT BANKLARI FAOLIYATIDA XODIMLAR BOSHQARUVI SAMARADORLIGINI OSHIRISHDA KPI TIZIMINING AHAMIYATI.....	552
Maksudov Zuxriddin Ziyovitdinovich	
MINTAQAVIY IQTISODIYOTNING OPTIMAL TUZILMASINI SHAKLLANTIRISH VA MODELLASHTIRISHNING ZAMONAVIY YONDASHUVLARI	561
G‘aymatova Dilafrō‘z G‘ofurjonovna	
SANOAT KORXONALARIDA TEJAMKOR ISHLAB CHIQRISH TIZIMI ASOSIDA IQTISODIY SAMARADORLIKNI OSHIRISHNING NAZARIY ASOSLARI.....	572
Esheva Sarvinoz Axmatovna	
TO‘QIMACHILIK KORXONALARIDA ISHLAB CHIQRISHNI BOSHQARISH JARAYONIDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALARNI QO‘LLASH.....	583
Shuxratullayev Elmurod Dilmurod o‘g‘li	

RAQAMLI MARKETINGNING YOSHLAR SEGMENTIDA RIVOJLANISHI

Normurodova Zebo Eshmaxmatovna

Qarshi davlat universiteti katta o'qituvchisi

E-mail: normurodovazebo1@gmail.com

Ergashov Abdullo Ramazon o'g'li

Qarshi davlat universiteti

Iqtisodiyot fakulteti Marketing yo'nalishi talabasi

E-mail: rahimovvsmm@gmail.com

Annotatsiya

Mazkur maqolada raqamli marketingning zamonaviy jamiyatda, ayniqsa yoshlar hayotidagi o'rnini hamda uning iqtisodiy va ijtimoiy jarayonlarga ta'siri yoritilgan. Internet va raqamli texnologiyalarning keng tarqalishi raqamli savodxonlik darajasining oshishiga olib kelib, yoshlarning innovatsion fikrlashini rivojlantirmoqda. Shu bilan birga, maqolada raqamli marketing kampaniyalarining muvaffaqiyatli misollari keltirilib, O'zbekistonda ushbu yo'nalishdagi mavjud imkoniyatlar va dolzarb muammolar tahlil qilingan. Kelajakdagi istiqbollar va tavsiyalar orqali mazkur sohaning yoshlar uchun qanday yangi imkoniyatlar yaratishi ko'rsatib o'tilgan.

Kalit so'zlar: raqamli marketing, yoshlar, raqamli savodxonlik, ijtimoiy tarmoqlar, sun'iy intellekt, Big Data, VR/AR, shaxsiy brend, tadbirkorlik, axloqiy marketing, kontent strategiyasi, influencer marketing.

Аннотация

В данной статье рассматривается роль цифрового маркетинга в современном обществе и, в частности, в жизни молодежи. Расширение интернета и технологий способствует росту цифровой грамотности и развитию инновационного мышления у молодых людей. Представлены успешные примеры цифровых маркетинговых кампаний, а также проанализированы возможности и актуальные проблемы в Узбекистане. Через прогнозы и рекомендации показано, какие новые перспективы открываются для молодежи в этой сфере.

Ключевые слова: цифровой маркетинг, молодежь, цифровая грамотность, социальные сети, искусственный интеллект, большие данные, виртуальная и дополненная реальность, личный бренд, предпринимательство, этичный маркетинг, контент-стратегия, инфлюенсер-маркетинг.

Abstract

This article explores the role of digital marketing in modern society, with a focus on its influence on youth. The widespread availability of the internet and technology has increased digital literacy and fostered innovative thinking among young people. The article presents successful case studies of digital marketing campaigns and analyzes both the opportunities and challenges of the sector, particularly in the context of Uzbekistan. It also outlines future prospects and provides recommendations for empowering youth through digital marketing.

Keywords: digital marketing, youth, digital literacy, social media, artificial intelligence, big data, virtual and augmented reality, personal branding, entrepreneurship, ethical marketing, content strategy, influencer marketing.

KIRISH

Raqamli texnologiyalar taraqqiyoti marketing sohasida mutlaqo yangi bosqichni boshlab berdi. Ayniqsa, internet va ijtimoiy tarmoqlarning kundalik hayotimizga chuqur singib borishi natijasida marketing endilikda nafaqat tijorat vositasi, balki madaniy, axloqiy va ijtimoiy jarayonlarning ham faol ishtirokchisiga aylandi. Raqamli marketing, ayniqsa, yoshlar orasida keng tarqalib, ularning fikrlash tarzi, iste'mol odatlari va professional yo'nalishlarini belgilovchi muhim omilga aylanmoqda.

Garchi bugungi yosh avlod raqamli muhitda ulg'ayayotgan "raqamli odam" sifatida tasvirlansa-da, ularning aksariyati raqamli marketing vositalaridan asosan iste'molchi sifatida foydalanmoqda. O'z shaxsiy brendi, ijodiy loyihasi yoki biznes g'oyasiga ega yoshlar soni ortib borayotganiga qaramay, ushbu imkoniyatlardan to'liq va maqsadli foydalanayotganlar hanuz kam. Bu holat, bir tomondan, raqamli savodxonlik darajasi, boshqa tomondan esa raqamli marketing vositalarini chuqur anglash ehtiyoji bilan bog'liqdir.

Statistik ma'lumotlarga ko'ra, 2025-yilga kelib o'smirlarning qariyb 96 foizi internetdan har kuni foydalanayotgani, ularning salmoqli qismi esa doimiy ravishda onlayn muhitda faoliyat yuritayotgani kuzatilmoqda. Biroq mazkur yuqori raqamli faollik internet resurslaridan samarali, ongli va maqsadli foydalanish darajasini to'liq aks ettirmaydi. Amaliy tahlillar shuni ko'rsatadiki, yoshlarning aksariyati ijtimoiy tarmoqlarda vaqtini asosan passiv kontent iste'moli bilan o'tkazmoqda.

Holbuki, raqamli platformalar bugungi kunda yoshlar uchun o'zini namoyon etish, raqamli ko'nikmalarni rivojlantirish, daromad manbalarini shakllantirish hamda professional faoliyatni yo'lga qo'yish imkoniyatlarini taqdim etmoqda. Maqolada global tajribalar, mashhur kompaniyalar, shuningdek, yoshlar ongida raqamli marketingning qanday o'rin tutayotgani tahlil qilinadi. Asosiy e'tibor raqamli marketing vositalarini yoshlar qanday qabul qilayotgani, undan qanday foydalanayotgani va bu jarayon ularning shaxsiy hamda kasbiy o'sishiga qanday ta'sir ko'rsatayotganiga oid savollarga javob izlashga qaratiladi.

ADABIYOTLAR SHARHI

Mamlakatlar milliy iqtisodiyotida raqamli texnologiyalar taraqqiyoti sharoitida marketing sohasining tutgan o'rnini baholash, uni tashkil etish, jumladan aholiga xizmatlar ko'rsatish sifatini oshirish, xizmatlar sohasining rivojlanishiga ta'sir ko'rsatuvchi omillar va ularning ta'sir doiralarini aniqlash, shuningdek, ushbu sohani texnologik jihatdan takomillashtirishga qaratilgan ilmiy tadqiqotlar keng olib borilmoqda. Xususan, Chaffey, D. tomonidan yozilgan Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice (7-nashr) asarida raqamli marketing strategiyalari, SEO, SMM, email marketing va boshqa yo'nalishlar chuqur tahlil qilingan [1]. Kotler, P. ning ishlari marketingning zamonaviy tushunchalari hamda raqamli muhitda mijozlar bilan ishlash tamoyillarini yorituvchi asosiy manbalardan biri hisoblanadi [5]. Smith,

P. R. ning Marketing Communications asarida raqamli kommunikatsiyalar, yoshlar bilan samarali muloqot usullari, shuningdek, onlayn va oflayn marketing vositalarini uyg'unlashtirish orqali mijozlarni jalb qilish masalalari tadqiq etilgan.

O'zbekistonlik iqtisodchi olimlardan Tursunov, B., Karimov, A. va Mamatqulov, J. tomonidan olib borilgan "Raqamli marketingning O'zbekiston yoshlari orasida rivojlanish istiqbollari" mavzusidagi tadqiqotda O'zbekistonda yoshlar va raqamli marketing o'rtasidagi bog'liqlik, mavjud muammolar hamda ularning yechimlari bo'yicha tahliliy xulosalar berilgan [7].

METODOLOGIYA

Mazkur maqola yozilishida sifatli tahlil (qualitative analysis) metodidan foydalanildi. Raqamli marketingning yoshlar segmentiga ta'sirini o'rganish bo'yicha mavjud ilmiy adabiyotlar, xalqaro tadqiqotlar (Pew Research Center, marketing kompaniyalari misollari), amaliy tajribalar hamda statistik ma'lumotlar asosida tahliliy yondashuv qo'llanildi. Maqolada kontent tahlili orqali muvaffaqiyatli marketing kompaniyalari o'rganilib, ularning yoshlar auditoriyasiga ta'siri baholandi. Shuningdek, mahalliy dasturlar va tashabbuslar asosida O'zbekistonda raqamli marketingning rivojlanish yo'nalishlari hamda mavjud muammolar aniqlab berildi. Tavsiyalar esa amaliy kuzatuvlar va ilg'or xorijiy tajribalarga tayanilgan holda shakllantirildi..

TAHLIL VA NATIJALAR

Zamonaviy texnologiyalar va internetning keng tarqalishi natijasida raqamli marketing nafaqat savdo vositasi, balki global iqtisodiyotning muhim tayanchiga aylanmoqda. Ayniqsa, yoshlarning 85 foizi ijtimoiy tarmoqlarda faol ishtirok etishi raqamli marketingning jamiyatdagi hal qiluvchi rolini ko'rsatmoqda. Mamlakatimizda raqobatbardoshlik qobiliyatini oshirish, yoshlarni kasbiy yo'naltirish va yangi iqtisodiyot modelini shakllantirish jihatidan raqamli marketingning ahamiyati tobora ortib bormoqda. Yoshlar orasida raqamli savodxonlik darajasining oshishi ularga nafaqat iste'molchi, balki tarmoq iqtisodiyotining faol ishtirokchisi sifatida shakllanish imkoniyatini bermoqda. Pew Research Center ma'lumotlariga ko'ra, 2025-yilda o'smirlarning 96 foizi internetdan har kuni foydalanadi, ularning deyarli yarmi esa "deyarli doimiy ravishda" onlayn bo'ladi. Bu ko'rsatkichlar yoshlarning raqamli platformalarda yuqori faolligini tasdiqlaydi. Hozirda har uchinchi yosh tadbirkor o'z biznesini aynan raqamli platformalar orqali yo'lga qo'yayotgani mazkur sohaning dolzarbligini yanada oshirmoqda. Shuningdek, Prezidentimiz tomonidan raqamli iqtisodiyotni rivojlantirishga qaratilgan dasturlar ham ushbu yo'nalishning strategik ahamiyatini tasdiqlaydi.

O'zbekiston kompaniyalari tomonidan amalga oshirilayotgan raqamli marketing kompaniyalari yoshlar auditoriyasini jalb etishda samarali natijalar ko'rsatmoqda. Xususan, Uzum ekotizimi ijtimoiy tarmoqlar va mobil ilova orqali olib borilgan aksiyalar, chegirmalar hamda influencer marketing vositalari yordamida yosh iste'molchilar orasida yuqori faollikka erishmoqda. Payme va Click to'lov tizimlari gamifikatsiya elementlari, keshbeklar va raqamli aksiyalar orqali yoshlarning kundalik

moliyaviy operatsiyalarini soddalashtirish bilan birga, ularning brendga sodiqligini mustahkamlamoqda. Beeline Uzbekistan va Ucell kompaniyalari Telegram, Instagram va YouTube platformalarida olib borilgan interaktiv reklama kampaniyalari, short-video formatlari hamda yoshlar tiliga mos kontent orqali raqamli auditoriya bilan samarali muloqot oʻrnatmoqda. Shuningdek, ZoodMall va Asaxiy kabi onlayn savdo platformalari raqamli reklama, push-xabarnomalar va shaxsiylashtirilgan takliflar orqali yoshlar orasida elektron tijorat madaniyatining rivojlanishiga hissa qoʻshmoqda. Mazkur misollar Oʻzbekiston bozorida ham raqamli marketing vositalari yoshlar bilan toʻgʻridan-toʻgʻri, interaktiv va uzoq muddatli munosabatlarni shakllantirishda muhim omil ekanligini tasdiqlaydi.

Bundan tashqari, Oʻzbekistonda raqamli marketing sohasida ijobiy oʻzgarishlar kuzatilmoqda. Jumladan, “Yoshlar – kelajagimiz” dasturi doirasida yosh tadbirkorlar uchun raqamli platformalarda biznes yuritish imkoniyatlari kengaytirilmoqda. Shuningdek, raqamli marketing boʻyicha treninglar va seminarlar tashkil etilib, yoshlarning bilim va koʻnikmalari oshirilmoqda. Shu bilan birga, raqamli marketingning rivojlanishi bilan bogʻliq ayrim muammolar ham yuzaga kelmoqda. Xususan, maʼlumotlar xavfsizligi, yoshlarni raqamli manipulyatsiyalardan himoya qilish, haqiqiy va virtual dunyo oʻrtasidagi muvozanatni saqlash kabi masalalar bugungi kunda eng dolzarb mavzulardan biri hisoblanadi. Ushbu muammolarni hal etish uchun axloqiy meʼyorlarga amal qilish, raqamli savodxonlikni oshirish va qonunchilikni takomillashtirish zarur.

Kelajakda raqamli marketing bir qator ustuvor yoʻnalishlarda rivojlanishi kutilmoqda. Xususan, sunʼiy intellekt foydalanuvchilarning xatti-harakatlarini tahlil qilib, shaxsiylashtirilgan reklama takliflarini yaratishga xizmat qiladi. Katta maʼlumotlar (Big Data) orqali bozor tendensiyalarini aniqlash va marketing strategiyalarini moslashtirish imkoniyati kengayadi. Virtual va kengaytirilgan reallik (VR/AR) texnologiyalari esa mahsulot va xizmatlarni interaktiv tarzda taqdim etishda muhim vositaga aylanadi. Bundan tashqari, etik marketing yondashuvi, yaʼni ijtimoiy masʼuliyatli va axloqiy jihatdan toʻgʻri reklama kampaniyalarini ishlab chiqish alohida ahamiyat kasb etadi.

Raqamli marketing sohasida muvaffaqiyatga erishish uchun bir qator amaliy tavsiyalarni ilgari surish mumkin. Jumladan, raqamli savodxonlikni oshirish maqsadida yoshlar uchun treninglar va seminarlar tashkil etish, yoshlarni oʻz shaxsiy brendlarini yaratishga ragʻbatlantirish, yangi texnologiyalarni oʻrganish va ularni amaliyotga joriy etish orqali innovatsion yondashuvni kengaytirish, shuningdek, axloqiy va ijtimoiy meʼyorlarga rioya qilish asosida ishonchli marketing muhitini shakllantirish lozim.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Bugungi raqamli dunyo shunchaki texnologik taraqqiyot emas, balki yoshlarning tafakkuri, turmush tarzi va imkoniyatlar makonidir. Oʻzbekiston yoshlari hayotida raqamli marketingning oʻrni chuqur tahlil qilinib, uning jamiyatda qanday oʻzgarishlarga sabab boʻlayotgani yoritib berildi. Tadqiqot natijalariga tayanib, quyidagi dolzarb takliflar ilgari suriladi:

Birinchidan, raqamli marketing bo'yicha muntazam statistik ma'lumotlarni shakllantirish va ularni ochiq manbalarda e'lon qilish zarur. Bu ilmiy tadqiqotlar hamda amaliy qarorlar qabul qilish uchun muhim asos bo'lib xizmat qiladi.

Ikkinchidan, marketing kontenti yoshlarning qiziqishlari, qadriyatlari va madaniyatiga mos tarzda mahalliyashtirilishi lozim.

Uchinchidan, raqamli marketing bo'yicha bilimlar ta'lim tizimiga joriy etilishi kerak. Bu sohada yosh avlodni erta tayyorlash strategik jihatdan muhim ahamiyatga ega.

Shuningdek, bloggerlar va kontent yaratuvchilar orasida mas'uliyatli hamda foydali kontent yaratishni rag'batlantirish dolzarb masala bo'lib qolmoqda.

Nihoyat, mavzuni chuqurroq o'rganish maqsadida keng qamrovli va uzoq muddatli ilmiy tadqiqotlar olib borilishi zarur.

Raqamli marketing zamonaviy jamiyatning eng dolzarb sohalaridan biriga aylangan bo'lib, ushbu soha nafaqat iqtisodiy rivojlanish, balki yoshlarning shaxsiy rivoji, professional shakllanishi va global miqyosda raqobatbardosh bo'lishi uchun muhim imkoniyatlar yaratmoqda. Mamlakatimizda raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish bo'yicha amalga oshirilayotgan ishlar shuni ko'rsatadiki, mazkur yo'nalish kelajakda yanada katta ahamiyat kasb etadi va yoshlarimiz uchun yangi imkoniyatlar eshigini ochib beradi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Red Bull Media House. (2012). Stratos Jump Campaign Report.
2. Spotify. (2023). Spotify Wrapped: Personalized Data and Marketing Impact.
3. Kotler, P., & Keller, K. L. (2020). Marketing Management (15th ed.). Pearson Education.
4. Qodirov, B. (2022). Raqamli iqtisodiyot: nazariya va amaliyot. Toshkent: Iqtisodiyot nashriyoti.
5. Tursunov, B., Karimov, A., & Mamatqulov, J. (2022). Raqamli marketingning O'zbekiston yoshlari orasida rivojlanish istiqbollari. Yangi O'zbekiston Ilmiy Nashrlari, 3(4), 56–62.
6. Pew Research Center. (2024). Teens, Social Media and Technology. Retrieved from [pewresearch.org](https://www.pewresearch.org)



Marketing

ilmiy, amaliy va ommabop jurnali

Muharrir:
Ingliz tili muharriri:
Rus tili muharriri:
Musahhih:
Sahifalovchi va dizaynerlar:

Xakimov Ziyodulla Axmadovich
Tursunov Boburjon Ortiqmirzayevich
Kaxramonov Xurshidjon Shuxrat o'g'li
Karimova Shirin Zoxid qizi
Sadikov Shoxrux Shuxratovich
Abidjonov Nodirbek Odijon o'g'li

2026-yil, yanvar, 1-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
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**. GOCT 7.56-2002 "Seriya nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlataro standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**