

Yashil IQTISODIYOT va TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, siyosiy, ilmiy, ommabop jurnal

2024



No 2

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



74-91 xalqaro daraja
ISSN: 2992-8982



Yashil

IQTISODIYOT va TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, siyosiy, ilmiy, ommabop jurnal

Bosh muharrir:

Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich

Bosh muharrir o'rinbosari:

Karimov Norboy G'aniyevich

Elektron nashr. 598 sahifa.

E'lon qilishga 2024-yil 29-fevralda ruxsat etildi.

Muharrir:

Qurbonov Sherzod Ismatillayevich

Tahrir hay'ati:

Salimov Oqil Umrzoqovich, O'zbekiston fanlar akademiyasi akademigi
Abduraxmanov Kalandar Xodjayevich, O'zbekiston fanlar akademiyasi akademigi
Rae Kvon Chung, Janubiy Koreya, TDIU faxriy professori, "Nobel" mukofoti laureati
Osman Mesten, Turkiya parlamenti a'zosi, Turkiya – O'zbekiston do'stlik jamiyati rahbari
Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich, t.f.d., prof., O'zR Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vaziri
Buzrukxonov Sarvarxon Munavvarxonovich, i.f.d., O'zR Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vaziri o'rinbosari
Axmedov Durbek Kudratillayevich, i.f.d., prof., O'zR Oliy Majlisi qonunchilik palatasi deputati
Axmedov Sayfullo Normatovich i.f.n., professor, MIM akademiyasi rektori
Xudoyqulov Sadirdin Karimovich, i.f.d., prof., TDIU YoMMMIB birinchi prorektori
Abduraxmanova Gulnora Kalandarovna, i.f.d., prof., TDIU Ilmiy ishlar va innovatsiyalar bo'yicha prorektori
Kalonov Muxiddin Baxritdinovich, i.f.d., prof., "O'IRIAM" ilmiy tadqiqot markazi direktori – prorektor
Yuldashev Mutallib Ibragimovich, i.f.d., TMI professori
Samadov Asqarjon Nishonovich, i.f.n., TDIU professori
Slizovskiy Dimitriy Yegorovich, t.f.d., Rossiya xalqlar do'stligi universiteti professori
Mustafakulov Sherzod Igamberdiyevich, i.f.d., prof., Xalqaro "Nordik" universiteti rektori
Aliyev Bekdavlat Aliyevich, f.f.d., TDIU professori
Axmedov Ikrom Akramovich, i.f.d. TDIU professori
Po'latov Baxtiyor Alimovich, t.f.d., profesor
Eshtayev Alisher Abdug'aniyevich, i.f.d., TDIU professori
Isakov Janabay Yakubbayevich, i.f.d., TDIU professori
Musyeva Shoira Azimovna, SamDu IS instituti professori
Axmedov Javohir Jamolovich, i.f.f.d., "El-yurt umidi" jamg'armasi ijrochi direktori o'rinbosari
Toxirov Jaloliddin Ochil o'g'li, t.f.f.d., TAQU katta o'qituvchisi
Xalikov Suyun Ravshanovich, i. f. n., TDAU dotsenti
Kamilova Iroda Xusniddinovna, i.f.f.d., TDIU dotsenti
Nosirova Nargiza Jamoliddin qizi, i.f.f.d., TDIU dotsenti
Rustamov Ilhomiddin, f.f.n., Farg'ona davlat universiteti dotsenti
Fayziyev Oybek Raximovich, i.f.f.d. (PhD), Alfraganus universiteti dotsenti
Sevil Piriyeva Karaman, PhD, Turkiya Anqara universiteti doktoranti
Mirzaliyev Sanjar Maxamatjon o'g'li, TDIU mustaqil tadqiqotchisi
Utayev Uktam Choriyevich, O'zR Bosh prokuraturasi boshqarma boshlig'i o'rinbosari
Ochilov Farxod, O'zR Bosh prokuraturasi iqtisodiy jinoyatlarga qarshi kurashish departamenti bo'limi boshlig'i
Yaxshiboyeva Laylo Abdisattorovna, TDIU katta o'qituvchisi

Ekspertlar kengashi:

Berkinov Bazarbay, iqtisodiyot fanlari doktori, professor
Hakimov Ziyodulla Ahmadovich, i.f.d, TDIU dotsenti
Tuxtabayev Jamshid Sharafetdinovich, i.f.f.d, TDIU dotsenti
Xamidova Faridaxon Abdulkarim qizi, i.f.d., TMI dotsenti
Babayeva Zuhra Yuldashevna, TDIU mustaqil tadqiqotchisi

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

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



MUNDARIJA

Ilm-fanga baxshida umr Baxtiyor Islamov	8
Kichik biznesni rivojlantirishda “yashil” iqtisodiyotni keng tatbiq qilishning ahamiyati Gulnora Abdurahmonova Kalandarovna, Sanjar Baxodirovich G’oipnazarov	10
Brand Capital as a Determinant of Institutional Prestige and Student Choice in the Higher Education System ... Zufarova Nozima Gulamiddinovna	16
Inson va atrof-muhit dialektikasi: nomutanosiblik ko’rsatkichlari va ekologik muammolar Butaboyev Maxammadjon Tuychiyevich, Maxmudov Nosir Maxmudovich	24
Yashil budjetlashtirish va uni O’zbekistonda joriy etish istiqbollari Meyliev Obid Raxmatullayevich, Gofurova Kamola Xayrulla qizi	30
Iqtisodiyotda ta’lim va fan integratsiyasining asosiy yo’nalishlari Yormatov Ilmidin Toshmatovich	35
Transport vositalari va yo’llar turizm transport infratuzilmasini rivojlantirishning muhim omilidir Agzamov Shaxboz Akmalovich	39
Bank xizmatlarini raqamlashtirish orqali samaradorligini oshirish A. X. Salamov	44
Biznes-reja baliqchilik xo’jaligi rivojlanishi uchun asos sifatida Dosmurotova Shaxista Kengashovna	48
Mamlakatning investitsiyaviy jozibadorligi va uning lizing munosabatlari rivojlanishi bilan bog’liqligi Axmediyeva Aliya Toxtarovna	55
Turizmni rivojlantirish imkoniyatlari Ziyadullayev Ilhom Narkabilovich	63
Tijorat banklari depozit operatsiyalari samaradorligini oshirish muammolari va ularni bartaraf etish yo’llari Shamsiyev Nodir Muratovich	67
Hududlarni rivojlantirishda xorijiy investitsiyalarning samaradorligini oshirish masalalari Shagazatov Oybek bahodirovich	72
Hududlar biznes muhitini rivojlantirish va samarali boshqarish yo’nalishlari Davlatov Sanjar Abdimannonovich	76
Ijtimoiy rivojlanish xulq-atvor paradigmasida yoshlarning tadbirkorlik faoliyatini tartibga solishning nazariy asoslari Mirzatov Baxtiyor Toxirovich	80
Korxonalar innovatsion faoliyatida raqamli transformatsiyaning muhim yo’nalishlari Yuldasheva Kamola Miraliyevna	84
O’zbekistonda agroturizmni rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmini takomillashtirish (Buxoro viloyati misolida) Yoriyeva Farangiz Murodillayevna	89
Innovatsion tadbirkorlik muhitini kompleks baholashda xalqaro tashkilotlar tajribasi Nazarova Umida Avazovna	94
Turizm faoliyatini davlat tomonidan tartibga solish samaradorligini oshirishning ayrim usullari Mirzaxodjayev Alisher Botirovich	98
Globallashuv sharoitida transchegaraviy suv resurslardan samarali foydalanishni boshqirish Mirzayev Musurmon Umidullayevich	103
Surxondaro viloyati iqtisodiyotida kichik biznes va tadbirkorlikning o’rni va ahamiyati Fayziyeva Aziza Azamat qizi	108
Ta’lim muassasalarida xarajatlarni moliyaviy nazorat etishning samaradorligi tahlili Eshonqulov Davlatjon Rajabboyevich	113
Ta’minot zanjirini boshqarishda transport logistikasi usullarini takomillashtirish Zoxidova Nazokat Berdimurot qizi	119
Blokcheyn texnologiyasida xavfsizlik masalalari Mamadiyarov Zokir Toshtemirovich	123
Развитие цифровой трансформации банковского сектора Республики Узбекистан Абдурахманова Матлуба Махамдаминовна	129



Asosiy fondlarni hisoblash va baholash usullarini takomillashtirish istiqbollari.....	135
Rixsimbayev Odiljon Qobiljonovich	
Marketingda tovar harakati tizimini optimallashtirish va modellashtirish	141
Sherzod Xolmurodovich Pardayev, Kamola Abdujabborovna Pardayeva	
Iqtisodiy rivojlanish uchun strategik taqsimlash strategiyalari:	
Investitsion Fond Portfellarning qiyosiy tahlili.....	148
Sultonboeva Munira bahodirovna	
Soliq munosabatlarining ijtimoiy-iqtisodiy ahamiyati: ilmiy-nazariy qarashlar.....	154
Axrorov Zarif Oripovich, Saidmurodov Feruz Sodiqjon o'g'li	
Взаимосвязь инвестиционной стратегии с оценкой эффективности инвестиционного проекта	159
С. С. Алиева, А. Назаров	
Erkin iqtisodiy zonalarning faoliyati va boshqaruv mexanizmini takomillashtirish.....	167
Sheraliyeva Saida Azatovna	
Xizmat safari xarajatlari hisobining huquqiy asoslari	170
Ergashev Sarvar Xudoynazarovich	
Инклюзивное образование и его особенности.....	175
Зайнутдинова Умида Джалоловна	
Jismoniy shaxslarning mol-mulk va yer soliqlarini hisoblash va undirish samaradorligini oshirish yo'llari.....	179
Qurbonov Muxiddin Abdullayevich	
Mamlakatda soliq qarzdorligi vujudga kelishining asosiy sabablari va ularni qisqartirish yo'llari.....	184
Hakimov Ulug'bek Furqat o'g'li	
Mulk qiymatini baholash tushunchasi, baholash obyektlari, baholanadigan qiymat turlari.....	188
Izbosarov Boburjon Bahriddinovich, Yoqubboyev Ilhomjon G'ulomjon o'g'li	
O'zbekistonda sug'urta xizmatlarining zamonaviy transformatsiyasi.....	193
G. Adilova	
Biznes subyektlarida samaradorlik masalalarini o'yinlar nazariyasi usuli bilan baholash.....	197
Mardiyev Nurali	
Yengil sanoatda "lean production" konsepsiyasini tatbiq etishning amaliy jihatlar.....	203
Yaxyayeva Inobat Karimovna	
Soliq salohiyatini baholash usullari va ularning tadbirkorlik subyektlari faoliyatiga ta'siri tahlili	207
Borotov Sharofiddin Jumaqul o'g'li	
Ko'chmas mulk bozorini baholashning institutsional asoslari	213
Ishonqulov Nizamjon Fayzullayevich	
Raqamli iqtisodiyot sharoitida turizm xizmatlarini rivojlantirishning asosiy yo'nalishlari.....	221
Amriyeva Shaxzoda Shuxratovna	
O'zbekistonning bank-moliya tizimi hamda unda Islom moliyasi	
instrumentlarini jalb etishdagi joriy tendensiyalar	226
Eshimov Alisher Dasmurodovich	
Tashqi savdoda notarif usullarni qo'llashning iqtisodiy oqibatlarini aniqlash	
metodologiyasi (rivojlangan davlatlar tajribasi).....	234
Norqobilov Akobir Iso o'g'li	
Reklama xizmatlari va uning subyektlar samaradorligini oshirishdagi imkoniyatlari.....	240
Rabbimov Elbek Abdulloyevich	
Ijtimoiy siyosatni amalga oshirishda sog'liqni saqlash tizimini moliyalashtirish asoslari	245
Imonqulov Nuriddin Qo'shmon o'g'li	
Tijorat banklari biznes ekotizimini rivojlantirishning nazariy asoslari.....	250
Shoymardonov Orziqul Jo'ra o'g'li	
Majburiy tibbiy sug'urtaning vujudga kelishi va o'ziga xos xususiyatlari.....	256
Kenjayev Soxib Sayfiyevich	
O'zbekiston Respublikasida zamonaviy soliq ma'murchiligini joriy etish orqali budjet-soliq siyosati	
samaradorligini yanada oshirish.....	260
Yuldasheva Shaxnoza Xojiakbar qizi	
Jahon iqtisodiyotining barqaror rivojlanishida derivativlar bozorining roli	266
Shokirov Mirkamol Mirolim o'g'li	
Boshqaruv hisobida mas'uliyat markazlarini tashkil etish masalalari.....	274
Sobirov Otabek Olimjonovich	



Davlat moliyasini boshqarishda moliyaviy nazorat usullaridan samarali foydalanish yo'llari	277
Kultayev Farxod Shavkatovich	
Tijorat banklari foydasi va rentabillik ko'rsatkichlariga ta'sir etuvchi omillar tahlilini takomillashtirish	281
Normo'minov Temurbek Sheraliyevich	
O'zbekiston Respublikasida tijorat banklari aktivlar sifatini oshirish yo'llari	284
To'ychiyev Otabek Shamshiyevich	
Venchur kapitalining mohiyati va O'zbekistonda venchur tizimini rivojlantirishning institutsional asoslari.....	288
Tadjibayeva Nigora Gulomjonovna	
Innovatsiyalar: zamonaviy iqtisodiyot uchun innovatsion faoliyatni qo'llab-quvvatlash zarurati.....	293
Malikova Dilrabo Muminovna, Tursunov Jahongir Ulug'bek o'g'li	
Budjet daromadlarining shakllanishida egri soliqlarning ta'sirini ko'p omilli ekonometrik modellashtrishda tahlil qilish.....	297
Abdunazarova Shahnoza Norqo'chqor qizi	
Aksiyadorlik jamiyatlarida investitsion jozibadorlikni oshirish yo'llari	302
Abdullayev Boburjon Akbaraliyevich	
Barcha tadbirkorlik subyektlariga teng raqobat sharoitini yaratishda soliq imtiyozlarining o'rni	306
Akbarov Akmalxon Akrom o'g'li	
Hisob siyosati va unda biologik aktivlar hisobini yoritib berish tartibini takomillashtirish	310
Mirzayeva Nargiza Batirovna	
Talabalarning oilali bo'lishiga ta'sir etuvchi omillarga iqtisodiy baholashda yangicha yondashuv.....	314
O. U. Shomurodov, A. A. Suyarov, Z. U. Uroqov, J. S. Urazov, A. T. Ablahatov	
Ways to Use the Experience of Foreign Countries in Creating a Beneficial Business Environment for Entrepreneurship And Improving Taxation	319
Mukhlisa Ikramova	
Aholi turmush darajasini oshirishda moliyaviy savodxonlikning o'rni va iqtisodiy rivojlanishga ta'siri	325
Yusupov Muhammadali Soxib o'g'li, J.D. Xojiyev	
Temir yo'l sanoat korxonalarida ijtimoiy-mehnat munosabatlarini boshqarish bo'yicha xorijiy tajriba.....	329
Kadirova Sharofat Amonovna	
Механизм внедрения аутсорсинговой деятельности в АО “Ўзтемирйўлийўловчи”	332
Н. Э. Кахарева	
Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni yanada rivojlantirish investitsiyalarni jalb qilishda xorijiy mamlakatlar tajribasi	337
Sharipov Bobur Anvar o'g'li	
“STEKLOPLASTIK” MJCHning bozordagi strategik holatini tahlil qilish	342
Musyeva Shoira Azimovna	
Agrar sektorda ekologik toza mahsulotlarni ishlab chiqarishning nazariy masalalari	348
M. Sh. Nazarova, Z. S. Kazakova	
Methodological Foundations of Bank Lending and Classification of Factors Affecting the Features of Obtaining Loans.....	353
Raxmanova Laylo bahodirovna, A. Karimova	
Agrosanoat klasterlarda tovar-moddiy zaxiralar samaradorligini KPI orqali baholash uslubiyati.....	357
Toshpo'latov Azizbek Shermuxamadovich	
Faol tadbirkorlar faoliyatida kambag'al oilalarni iqtisodiy-ijtimoiy holatini yaxshilash imkoniyatlari.....	362
Salamov Ibrohim, Nazarova Maryam Sharifovna, Kazakova Zulayxo Saloxiddinovna, Jonibekov Faxriddin Beknazarovich, Kudratov Rizo Turdibayevich, Ulmasova Oygul Baxtiyorovna, Xamdanova Nasiba Ablakulovna, Xudayberdiyeva Ma'rifat Umarovna	
Xo'jalik yurituvchi subyektlar strategiyasi tahlilining o'ziga xos xususiyatlari	369
Tursunova Shaxnoza Farxod qizi	
Процессы цифровизации АО “Hududgazta'minot”	373
Хусанов Кахрамон Нишонович	
O'zbekistonda aholi turmush darajasini oshirish yo'llari.....	378
Abdullayeva Madina Kamilovna, Eldorbekov G'ofurbek Iskandarbek o'g'li	
Aholi farovonligini oshirishda tadbirkorlik subyektlari uchun kredit tizimini takomillashtirish mexanizmi.....	381
Bobayev Isroiljon Abdinabiyeich	
Mamlakatga jalb qilingan xorijiy kapitalning tovarlar va xizmatlar importi salohiyatiga ta'sirini ekonometrik modellar bilan baholash.....	386
Saydullayev Azamat Jo'raqul o'g'li	



O'zbekistonda bank xizmatlari raqobatbardoshligini baholash mazmuni va o'ziga xos xususiyatlari.....	394
Sh. Madraimov	
Kapital bozorida sug'urta kompaniyalar institutsional investor sifatida	397
Xasanova Lola Mamasharifovna	
Yangi O'zbekiston strategiyasida institutsional islohotlarni yanada chuqurlashtirish va ko'p funksiyali raqamlashtirishning ilmiy asoslari	400
B. B. Berkinov	
O'zbekiston Respublikasi tijorat banklari orqali jinoiy yo'l bilan olingan daromadlarni legallashtirish mexanizmlari.....	409
G'afurov Umidjon Bahodir o'g'li	
Rivojlangan mamlakatlarda keksa fuqarolarning bandligini oshirish kam ta'minlangan aholi qatlamini qo'llab-quvvatlash usuli sifatida (Yaponiya tajribasi misolida).....	413
Karimov Bekzodjon Ilxomovich	
Tashqi savdoni oshirishda boj-tarif siyosatini takomillashtirish mexanizmlari	420
Pardayev Ilhomjon G'ulomjon o'g'li	
Финансы или корпоративные финансы	426
Уринов Бобур Насиллоевич	
In Ensuring Economic Development in the Country Green Economy and its Features	432
Akhunova Shakhistakhon Nomonjanovna, Abdusattorova Mokhirabonu Abdugoppor kizi	
Tijorat banklarining investitsiya faoliyatini rivojlantirish yo'nalishlari	437
Jo'rayev O'ktam Panji o'g'li	
Сокращение уровня бедности в Узбекистане.....	443
Амирджанова Ситора Суннат кизи	
Paxtachilik sohasida ishlab chiqarish jarayonlari samaradorligini oshirishning innovatsion yechimlari va uning foydaga ta'sirini baholash	448
S. B. Inoyatov	
Tijorat banklarida muammoli kreditlar bilan ishlash amaliyotidagi muammolar va ularni barataraf etish yo'llari	453
Maxmudov Rahimjon Hamid o'g'li	
Mahalliy budjet daromadlarining nazariy va ilmiy asoslari	460
O'lokulova Feruza Mansurovna	
Kambag'allikni qisqartirish – aholi turmush farovonligini ta'minlashning muhim omili	463
Usmanov Baxodir Baxtiyorovich	
Raqamli marketingni rivojlantirish zaruriyati	469
Xalmuxamedova Zebaxon Babaxanovna	
Tijorat banklari o'rtasidagi raqobatni rivojlantirish orqali fond bozorida aksiyalar narxini barqarorligini ta'minlash istiqbollari	473
M. Yuldosheva	
Konchilik sanoati korxonalarida innovatsion faoliyatni rivojlantirish mexanizmlarining ilmiy-nazariy asoslari	480
Kurbanova Mehriniso Nematjanovna	
O'zbekistonda banklar moliyaviy xizmatlari va ular sifatining amaldagi holati tahlili	487
Mirzayev Mirza Abdullayevich	
Oliy ta'lim muassasalarining iqtisodiy samaradorlikning raqobatbardoshligini institutsional tahlil qilish mexanizmi.....	492
Saydullayeva Saodat Abdumajidovna	
Integrasiya sharoitida to'qimachilik sanoatining rivojlanishi	499
Ziyayeva Muhtasar Mansurdjanovna	
Auditorlik tekshiruvini tashkil etish va o'tkazish jarayonlarini takomillashtirish	503
Karamatova Noiba Husnitdinovna	
Davlatning iqtisodiy xavfsizligini ta'minlashning nazariy jihatlarini	510
Mamatov Mamajan Axmadjonovich	
Экономическое сознание и экономическое мышление: теоретический анализ.....	517
Пардаев Мамаюнус Каршибаевич, Мухаммедов Мурод Мухаммедович	
O'zbekiston respublikasi tijorat banklari tomonidan qurilish korxonalarini kreditlashni takomillashtirish yo'llari	522
Sultanov Baxram Begdullayevich	



Роль искусственного интеллекта в современных технологиях медиаобразования в высших учебных заведениях.....	526
Самигова Гуландом Абдужаббаровна	
Talabalarga moliyaviy yordam dasturlari va ularning ta'lim sifatiga ta'siri	534
Mirzayeva Muhlisa Ubaydullo qizi	
Mintaqaviy investitsion jozibadorlik va investitsion siyosat: nazariy talqin	539
Muminov Akmal Tulkunovich	
Mamlakatni ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotida oliy ta'lim tizimining ta'siri	543
Nasimov Adiz Azamat o'g'li, Baxtiyorova Jasmina Jasurovna, Axrorov Zarif Oripovich	
Respublikada fermer xo'jaliklarga xizmat ko'rsatishni rivojlantirish va agroxizmatlar bozorini davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash imkoniyatlari	548
Shukurov Ilxom Safarboyevich	
Turli mamlakatlarda oliy ta'limni moliyalashtirish yo'llari	555
Umarova Moxigul Maxmayunus qizi	
Dehqonchilikni innovatsion asosda rivojlantirishning xorijiy tajribasi	560
Yuldashev G'iyos Turabekovich	
Tijorat bank xizmat turlarini islomiy bank xizmatlari orqali rivojlantirish istiqbollari	564
Bayjanova Gozsal Sarsengaliyevna	
Qishloq xo'jaligi mahsulotini baholash va hisobga olishning uslubiy jihatlarini takomillashtirish	570
Boltayev Abror Sayitmuradovich	
Секреты интересного урока в начальной школе	577
Гараева Олеся Владимировна	
Iqtisodiyotni barqaror rivojlanishda yashil iqtisodiyotning o'rni	580
Ibragimova Gulchehra Toxirovna	
Mahsulot va xizmatlarni raqamli transformatsiyasini amalga oshirish algoritmi	584
Kucharov Abrorjon Sobirjanovich, Bobojonov Azizjon Babaxanovich, Abdurakhmonov Abdumalik Abdurashidovich	
O'zbekiston Respublikasining soliq tizimi mamlakatda yashirin iqtisodiyot ulushini qisqartirish vositasi sifatida	591
Nabiyev Feruz Nurmurodovich	



RAQAMLI MARKETINGNI RIVOJLANTIRISH ZARURIYATI

Xalmuxamedova Zeboxon Babaxanovna

Toshkent davlat agrar universiteti katta o'qituvchisi

Annotatsiya: Ushbu maqolada raqamli marketingdan foydalanishni iqtisodiyotdagi ishlab chiqaruvchilar va iste'molchilar uchun foydali tomonlari, ular o'rtasida o'rnatilgan samarali munosabatlar tushuntirilgan. Ushbu maqolada bozor tahlili, huquqiy tahlil va mantiqiy tahlil usulidan foydalanildi.

Kalit so'zlar: raqamli marketing, reklama, bozor, mijoz, mahsulot.

Abstract: This article explains the benefits of using digital marketing for producers and consumers in the economy and the effective relationship between them. This article used the method of market analysis, legal analysis and logical analysis.

Key words: digital marketing, advertising, market, client, product.

Аннотация: В этой статье объясняются преимущества использования цифрового маркетинга для производителей и потребителей в экономике и эффективные взаимоотношения между ними. В данной статье использованы методы анализа рынка, юридического анализа и логического анализа.

Ключевые слова: цифровой маркетинг, реклама, рынок, клиент, продукт.

KIRISH

Raqamli marketingning afzalligi uning ko'proq muloqot qilish qobiliyatidir. Korxonalar va biznesdagi marketing kontsepsiyasi kompyuterlardan foydalanish bilan sezilarli darajada qo'llab-quvvatlanadi. Kompyuterlar ixtirolarni nazorat qilish, buyurtmalarni qayta ishlash, boshqarish, tovarlarni loyihalash, ishlab chiqarish, mahsulot va bozorni tahlil qilishda muhim rol o'ynaydi. Biznesning asosiy xususiyati odamlar o'rtasida aloqalarni yaratish qobiliyatidir. Korxonalar iste'molchilar bilan turli xil ommaviy axborot vositalari orqali aloqa qiladilar. Ko'p yillar davomida rivojlanishning keskin o'zgarishi an'anaviy marketing vositalari va kommunikatsiyalar shaklida sodir bo'ldi. Bu inqilob va bu Internet, iste'molchilar bilan biznes yuritish usulini tubdan o'zgartirish imkoniyatiga ega bo'lgan global yirik murakkab tarmoqdir. Marketing – bu tovarlarni sotish yoki sotib olish jarayoni bo'lib, marketing maqsadi iste'molchilarni mamnun qilishdir. Internet – bu multimedia, murakkab hujjatlar va ma'lumotlar bazalarida yondashish imkonini beruvchi gipermatnga asoslangan axborot xizmati sanaladi. Tarmoq o'zining vizual ko'rinishi va xususiyatlarining rivojlanishi tufayli eng samarali axborot mashinalaridan biridir. Bundan tashqari, u marketing bilan shug'ullanadiganlar uchun ham Internetdan foydalanish mumkin: mijozlar uchun asos yaratish, mahsulot va bozorni tahlil qilish, tezkor malumotlarni yaratish va uzatish, yangi ishchilarni yollash, biznesga yangi yo'llarni ochish uchun asos bo'lib xizmat qiladi desak mubolag'a bo'lamiz. Zamonaviy marketing murakkab va turli sohaga aylandi. Bu soha keng doiradagi maxsus funksiyalarni o'z ichiga oladi ular: reklama, postlar orqali buyurtma berish biznesi, jamoatchilik bilan aloqalar, savdo, bozor so'rovlari, tovarlar narxini aniqlash va h.k. ^[1]

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Kompyuter texnologiyalari korxona muvaffaqiyatini ta'minlaydigan eng muhim va ta'sirchan vositadir. Kompyuterlar korxona hayotining barcha jabhalarida ishtirok etib ularga quyidagilarni kiritishimiz mumkin: mahsulotni loyihalash va ishlab chiqarish, iste'molchilarning ma'lumotlar bazasini yaratish, ixtirolarni nazorat qilish, bozorni tahlil qilish, reklama, sotish va korxonaning barcha operatsiyalarida muhim rol o'ynaydi. So'nggi yillarda kompyuter texnologiyalarining keng tarqalishi va biznes bilan aloqa o'rnatish korxonalar uchun o'z mijozlari bilan bog'lanishning yangi usullarini yaratdi. Ushbu vositachi muhitlar ANK qisqartmasi bo'lgan komp-



yuterlar tomonidan amalga oshiriladi, chunki Internet “so‘rov” savolini tug‘diradi. ANK kompyuterlari bilan vositalashtirilgan muhit bilan bog‘liq bo‘lib, uning asosiy tadqiqot muammolari besh qismdan iborat:

- joylashtirish jarayonlari;
- reklama va aloqa;
- brend hamjamiyatlari;
- narxni aniqlash.

So‘nggi bir necha yil ichida marketing dunyosi korxonalar orqali kompyuterlar va informatika texnologiyalarining tez tarqalishi tufayli keskin o‘zgardi. Xaridorlar va sotuvchilar o‘rtasidagi aloqa potentsialini oshirgan ikkita eng muhim o‘zgarish – bu shaxsiy kompyuterlarga ega bo‘lgan uy xizmatchilari soni va eng muhimi, Internet-ilovalarning butun dunyo bo‘ylab keng qamrovda o‘sishi, Web-WWW.

An‘anaviy marketing kontseptsiyasi Internet va raqamli texnologiyalarning keng sohasini o‘z biznes faoliyati bilan birlashtirishni yoqtiradigan kompaniyalar uchun yetakchi tamoyillar to‘plamini taqdim etadi.

Elektron marketing marketing maqsadlaridan kelib chiqqan holda uyali va raqamli televizorlarni o‘z ichiga olgan aloqa texnologiyasining keng sohasini qo‘llash orqali yaratilgan.

Raqamli texnologiyalarni qo‘llash sohasining kengayishi treyderlarga Internet, shu jumladan elektron biznesni qo‘llash imkonini beruvchi barcha platformalar haqida o‘z fikrlarini kengaytirishi kerakligini ko‘rsatadi. Elektron savdo biznes aloqalarini kuzatish uchun raqamli texnologiyalarning keng sohasini qo‘llashni o‘z ichiga oladi, jumladan:

- Internet;
- EDI;
- Elektron pochta;
- Pul o‘tkazmalari – elektron to‘lov;
- elektron televizorlar [2].

Devis Jobberga ko‘ra elektron texnologiya shakllari:

- Biznesdan biznesga (B2B) yoki KED biznes orqali o‘zgarish tomonni qo‘llash. Cisco kabi kompaniyalar deyarli barcha savdolarini Internetga o‘tkazdilar, shuning uchun bu hozircha Internetning eng katta shakli.
- Elektron savdoning boshqa shakli – bu biznesdan iste‘molchiga (B2C) yoki iste‘molchilarga qaratilgan biznes bo‘lib, u tarmoqda xaridni kuchaytirish va Internet orqali savdo kanallarini qo‘shish orqali Tesco sifatida chakana sotishga asoslangan.

Amazon.com tarmoqda yangi savdo texnologiyalaridan foydalangan holda kitoblarning global savdosini yaratdi. Dastlab Internetga duch kelganda, texnologiyaning murakkabligi va firmaning Internet va elektron savdo marketingiga qo‘shilishi mumkin bo‘lgan muqobil yo‘llarning xilma-xilligi bilan mag‘lub bo‘lishi oddiy hol emasdi.

Van Slayk va Belanger Internetning biznes texnologiyasiga ta‘sir qilishning ba‘zi imkoniyatlarini taklif qiladilar:

- elektron litsenziya;
- yangi bozorlar
- musobaqa
- moliyaviy investitsiyalar va
- savdo o‘zgarishlari.

Internet-marketingni qabul qilishga ta‘sir qiluvchi ba‘zi omillar ham mavjud:

- ichki omillar - korxonalar umumiy ta‘sirga ega bo‘lishi mumkin, ya‘ni. tashkilot yoki kompaniyaning ish strategiyasi bormi va mahsulot tarmoqdagi birjani bir qismi bo‘lishga mos keladimi?
- Atrof-muhit omillari – bu omillarga tadbirkor hech qanday ta‘sir ko‘rsatmaydi, (ya‘ni raqobat Internetdan qanday foydalanishi masalasida.)
- Internetni taqqoslash afzalliklari – eski sotib olish usullari bilan solishtirganda marketingda Internetni taklif qiladigan holatlar, ya‘ni. texnologik qobiliyatlar, tezlik va butun dunyodagi yangi bozorlarga yondashuv [3].



TAHLIL VA NATIJALAR

Har bir inson bilan muloqot qilish va hisobot tuzish qobiliyati Internetning asosiy kuchlaridan biridir.

Internetdagi reklama, shubhasiz, korxonaning umumiy aloqa rejasida ishtirok etishi kerak. VV modeli Internetda marketingni yaratish bo'yicha qimmatli maslahatlar berishi mumkin, u shuningdek quyidagi savollarga javob beradi: kim, nima, qachon, qaerda va nima uchun.

Tovarlar va xizmatlardagi ko'plab o'zgarishlar xizmatlar marketingida qisqa muddatli reklamadan samarali va to'g'ri foydalanishga ta'sir qiladi. Eng muhim o'zgarishlardan to'rttasi:

- yaratuvchanlikning yetishmasligi;
- vositachilarning qisqarishi;
- xodimlar bilan iste'molchi aloqalarining ahamiyati;
- iste'molchilarning ishlab chiqarishdagi ishtiroki.

To'g'ri qo'llaniladigan narx siyosatiga qiziqish va zavqni oshirish yoki mijozlarni to'g'ridan to'g'ri narxni pasaytirmaslik bo'yicha qat'iy faoliyatni amalga oshirishga undash uchun xizmatlarning marketing bo'yicha mutaxassisi yettita reklama usulini qo'llaydi. Bu alternatalar:

- kuponlar;
- chegirmalar;
- kelajakda sotiladigan asboblarning to'g'risida ma'lumot;
- sovg'alar ko'rinishidagi narxlar;
- aksiya narxi/miqdori ^[4].

Elektron marketing iste'molchi bilan aloqa vositasi sifatida

Internet orqali marketing, aksincha, E-marketing yoki onlayn marketing - bu mahsulot yoki xizmatlarni Internet orqali sotish. Internet marketing uchun juda ko'p foyda va o'ziga xoslik olib keladi, shu jumladan arzon narxlar va ma'lumot tarqatish va shu bilan u global auditoriyada ommaviy axborot vositalari rolini o'ynaydi. Ushbu turdagi marketing ijodiy jihatlarni va Internetning texnik jihatlarni, jumladan dizayn, ishlab chiqish, reklama va sotishni birlashtiradi. Elektron marketing usullariga quyidagilar kiradi:

- Dvigatellarni talab qilish orqali marketing;
- samaradorlik marketingi;
- elektron pochta orqali marketing
- tarmoqli marketing;
- reklama;
- blog-marketing.

Elektron marketing - bu onlayn mediadan foydalangan holda tashkilotni ko'paytirish va targ'ib qilish jarayoni. Bu shakl veb saytini onlayn yaratish yoki uni reklama qilishni o'z ichiga oladi degani emas. Ko'pincha ushbu veb sayt ortida aniq maqsadlarga ega haqiqiy tashkilot turadi.

Ushbu marketing shaklining strategiyalari mahsulotlarni onlayn reklama qilishning barcha jihatlarni, elektron pochta marketingini, to'g'ridan-to'g'ri sotishni va hokazolarni o'z ichiga oladi. Internet reklama beruvchilarga reklamani ikkita usulni taklif qiladi. Bannerlar orqali oddiy reklamalar va ikkinchi usuli Internetda aniq reklama tushunchasini talab qiladigan iste'molchilarga ko'rsatishga imkon beruvchi kalit so'zlar bo'yicha juda mashhur bo'lgan reklamalar turidir.

Kalit so'zlarga ko'ra reklamalar bosish (PPC modeli) bo'yicha to'lanadi, ya'ni reklama beruvchi reklama joyini faqat foydalanuvchi ushbu qismni bosgandan keyin to'laydi. Agar foydalanuvchi tushunchani (bir yoki bir nechta so'zlarni) talab qilsa, izlovchi o'sha paytdan boshlab kerakli tushunchalarga mos keladigan internet aloqasini topadi. Internetdagi marketing kerakli mahsulotni darhol buyurtma qilgan xaridorlar uchun tezkor aloqani taklif qiladi. Qiziquvchan xaridorlar har lahzada reklamaga qaytib, taklif qilingan xizmatlar yoki kompaniya ma'lumotlarini yana bir bor tekshirishlari mumkin edi ^[5].

Mahsulotlarimiz haqidagi ma'lumotlarning har bir o'zgarishiga birinchi navbatda Internetdagi tashrif buyuruvchi tashrif buyuradi.



Internetning afzalliklari:

- kompaniyada marketingni rivojlantirish va tashkil etishda xarajatlarni kamaytirish;
- kompaniya b bozorda strategik mavqega ega bo'lib, uning yordamida eski mijozlar saqlanib qoladi va ko'proq yangi mijozlarga ega bo'ladi va bu bilan kompaniya yuqori darajada raqobatbardosh bo'ladi;
- turli xil marketing va veb-taqdimotlar bilan Internetda doimiy mavjudligi bilan zamonaviy kompaniya imidji shakllanadi, u ham ishonchli va kuchli.

Internetdagi reklamalar daromadlarning sezilarli darajada oshishiga, iste'molchilar sonining ko'payishiga va kompaniya nomining tarqalishiga olib kelishi mumkin. Bunga qo'shimcha ravishda, ular arzonroq bo'lgan to'g'ri-dan-to'g'ri kanal bo'lib, undan kichik korxonalar mahsulotlarni sotish uchun iste'molchilarga kirishlari mumkin. Internetdagi reklama xabarni potentsial mijozlarga etkazishning samarali usullari bo'lib, nozik marketing xarajatlarini kamaytirish orqali kattaroq mijozlarga kirish imkonini beradi. Kuzatilishi qiyin bo'lgan ko'pgina marketing dasturlaridan farqli o'laroq, Internetdagi reklamalar marketingga qilingan sarmoyadan to'g'ridan-to'g'ri foyda olish g'oyasini beradi, shuningdek, mijozlar va daromadlar uchun katta asos yaratishga yordam beradi.

Bugungi kunda mijozlar Internetga nafaqat texnologiya yangiliklari yoki sotib olish uchun, balki turli xil mahsulot va xizmatlarni bilish uchun manba sifatida tashrif buyurishadi. "Kelsey Group" va "ConStat" kompaniyalari tomonidan olib borilgan yangi tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, Amerikaliklarning 80 foizi Internetdan o'zlari yashaydigan hududda mahsulot va xizmatlarni sotib olishlari mumkin bo'lgan axborot resursi sifatida foydalanadilar.

Internetdagi reklamalar nafaqat belgilangan veb-saytdagi trafikni ko'paytirishga yordam beradi, balki ular an'anaviy usullar bilan savdoga ham ijobiy ta'sir ko'rsatadi, chunki ular kompaniya nomini yoyish uchun manba bo'lib xizmat qiladi. An'anaviy marketing kompaniyalariga ega bo'lgan ko'plab yirik kompaniyalar Internetda reklama yo'lini oldilar va shu paytgacha katta muvaffaqiyatlarga erishdilar. Internet orqali reklama beruvchi turli kompaniyalar soni doimiy ravishda oshib bormoqda ^[6].

XULOSA

Internetdagi reklama xizmatlar va mahsulotlarni ilgari surish usulini keskin va ijobiy o'zgartirdi. Ushbu o'zgarishlar bozor iqtisodiyoti sharoitida ishlab chiqaruvchilar va iste'molchilar o'rtasidagi aloqa usullariga doimiy ta'sir ko'rsatdi. Ular nafaqat ishbilarmonlik munosabatlariga, balki iqtisodiy operatsiyalarda ham ko'proq foyda keltiradi: ishlab chiqaruvchilar potentsial mijozlar bilan osonroq aloqada bo'lishadi, iste'molchilar esa nafaqat mahsulot va xizmatlar bilan oson aloqada bo'lishadi, balki bu orqali ular kerakli mahsulot yoki xizmatlar uchun yanada qulay narxlarga ega bo'ling. Yangi texnologiyalar endi yangi yutuqlar uchun eshiklarni ochdi, chunki Internetdan foydalanish sezilarli darajada oshdi va u bundan keyin ham davom etadi. Bugungi kunda har bir mamlakatda, hatto qashshoq mamlakatlarda ham deyarli barcha kattalar Internetga kirish imkoniyatiga ega. Shunday qilib, mahsulot reklamasi odatda o'sishi kutiladi va shu bilan birga, mijozlarning ko'payishi bevosita namoyan bo'ladi.

Adabiyotlar:

1. Simonson Itamar. "Choice Based on Reasons. The Case of Attraction and Compromise Effects". Journal of Consumer Research – 18 September 1989. – P. 158–174.
2. Remembered Brands. "Use of Recalled Attributes and Prior Overall Evaluations". Journal of Consumer Research, – 15–09. 1986. – P. 169–184.
3. David Jobber. "Principles and Practice of Marketing". Fourth edition, McGraw-Hill International, (UK) Ltd, 2004.– P. 549–592.
4. Liljana Elmazi&Shaip Bytyqi, Shërbimet e marketingut, – 340 p.
5. Edmod Beqiri, Interneti – Komunikimet kompjuterike – Dukagjini, Pejë, 2002.
6. Denise Moser. "Marketing Tools for the 21 Century". – Semaphore Inc. 2002.

Jurnal sayti: <https://yashil-iqtisodiyot-taraqqiyot.uz>

Yashil

IQTISODIYOT va TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, siyosiy, ilmiy, ommabop jurnal

Ingliz tili muharriri: Feruz Hakimov

Musahhih: Xondamir Ismoilov

Sahifalovchi va dizayner: Iskandar Islomov

2024. № 2

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Yashil" iqtisodiyot va taraqqiyot" jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar ma'sul. Tahririyat fikri har vaqt ham mualliflar fikriga mos kelamasligi mumkin. Tahririyatga yuborilgan materiallar qaytarilmaydi.

Mazkur jurnalda maqolalar chop etish uchun quyidagi havolalarga maqola, reklama, hikoya va boshqa ijodiy materiallar yuborishingiz mumkin.

Materiallar va reklamalar pullik asosda chop etiladi.

El.Pochta: sq143235@gmail.com

Bot: [@iqtisodiyot_77](https://t.me/@iqtisodiyot_77)

Tel.: 93 718 40 07

Jurnalga istalgan payt quyidagi rekvizitlar orqali obuna bo'lishingiz mumkin. Obuna bo'lgach, [@iqtisodiyot_77](https://t.me/@iqtisodiyot_77) telegram sahifamizga to'lov haqidagi ma'lumotni skrinshot yoki foto shaklida jo'natishingizni so'raymiz. Shu asosda har oygi jurnal yangi sonini manzilingizga jo'natamiz.

"Yashil" iqtisodiyot va taraqqiyot" jurnali 03.11.2022-yildan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Adminstratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan №566955 reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan.

Litsenziya raqami: №046523. PNFL: 30407832680027

Manzilimiz: Toshkent shahar, Mirzo Ulug'bek tumani
Kumushkon ko'chasi, 26-uy.



Jurnalning ilmiyligi:

"Yashil" iqtisodiyot va taraqqiyot" jurnali

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