



**Ilmiy amaliy
jurnal
№ 6 (8)
2026**

**YANGI
O'ZBEKISTON
IQTISODIYOTI**

“YANGI O‘ZBEKISTON IQTISODIYOTI” *jurnali* 6-son 2026 yil

**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIIY TA’LIM, FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI**

**MIRZO ULUG‘BEK NOMIDAGI
O‘ZBEKISTON MILLIY UNIVERSITETI**

YANGI O‘ZBEKISTON IQTISODIYOTI

6

ISBN 978-9943-5256-3-4

Toshkent – 2026

MUNDARIJA

Karabayev R.Z. Raqamli iqtisodiyot: nazariy asoslari va O‘zbekistonda rivojlanish yo‘nalishlari.....	8
Ubaydullayeva N.A. Zamonaviy iqtisodiy sharoitda kichik biznes korxonalarining rivojlanish strategiyalari: nazariy yondashuvlar.....	11
Xatamov A.A. Raqamli transformatsiya asosida ixtisoslashtirilgan savdo majmualarida moliyaviy resurslarni boshqarishni takomillashtirish.....	15
Yokubjonova X.Yo. Co-marketing strategiyasining ekoturizmni brendlashiga integratsiyasi: metodologik yondashuv va amaliy natijalar.....	19
Yusupova M.B., Jamoliddinova (Usmonova) S.S. Ustama xarajatlarni tasniflash va uning mahsulot tannarxini shakllantirishdagi ahamiyati.....	24
Abdug‘ofurova O.M., Yusupova M.B. Ishlab chiqarish korxonalarida tannarxni kalkulyatsiya qilish va uni takomillashtirish yo‘llari.....	27
Xojiboyev M.Sh. Xorijiy tajribalarni O‘zbekiston nodavlat oliy ta’lim muassasalari boshqaruv hisobi tizimiga moslashtirish: nazariy asoslar va amaliy istiqbollari.....	31
Исраилова Д.К. Глобализация в условиях демографического кризиса: социально-экономические риски.....	38
Qurbonova X.I. Bozor iqtisodiyotida davlatning makroiqtisodiy muvozanatni ta’minlash va inqirozga qarshi siyosati.....	43
Asqarov A.H. Oliy o‘quv yurti talabalarida moliyaviy savodxonlikni aniqlash me’zonlari (noiqtisodiy yo‘nalishi talabalarini misolida).....	47
Yunusova S.A., Turg‘unboyev A.A. Eko-mehmonxona tushunchasi, turlari va asosiy xususiyatlari.....	51
Barnayev Z.Sh. Xizmat ko‘rsatish sohasi korxonalari raqobatbardoshligining mazmun-mohiyati va xususiyatlari.....	55
Bobokulov A.A. Erkin iqtisodiy zonalar va kichik sanoat zonalarining hududiy iqtisodiy integratsiyaga ta’siri.....	59
Рахимжонов Б.Б., Рахимжонов Б.Б. Инновационные процессы как фактор развития промышленных предприятий.....	63
Matmusayev M.O. Raqamli iqtisodiyot sharoitida sanoat korxonalarining raqobatbardoshligini oshirish strategiyalari.....	67
Raxmatjonova G.E. Ishlab chiqarish korxonalarining asosiy vositalari buxgalteriya hisobini xalqaro andozalar talablari bo‘yicha takomillashtirish.....	72
Kamoldinova N.A. Ayollar tadbirkorligi faoliyatida raqamli integratsiya darajasini baholash.....	76
Xaitova M.K. Raqamli platformalar orqali biznes modellarini yangilash va kompaniyalar strategik imkoniyatlarini kengaytirish.....	81
Yo‘ldashev M., Sotvoldiyev U. Davlat byudjetini taqchilligi va uni kamaytirish mexanizmlari.....	85
Maribjonov B.I., Arabboyev J.S. Tuman mahalliy byudjetidan moliyalashtiriladigan maktabgacha va maktab ta’limi tashkilotlarining 4-guruh xarajatlarining tahlili.....	88
Ro‘ziyev Sh.Sh. Hududiy iqtisodiy rivojlanishda mahalliy ishlab chiqarishni boshqarishning zamonaviy usullari.....	92
Nematov G‘.G‘., Sotvoldiyev U.K. O‘zbekistonda yashil iqtisodiyotga o‘tishning iqtisodiy asoslari va istiqbollari: deкупpling indeksi tahlili.....	95
Karimov D.M., Mustafayeva H. Xorij tajribasi asosida O‘zbekistonda pensiya tizimini takomillashtirish....	99
Ermatova S.I. Sanoat korxonalarida majburiyatlar tarkibi va moliyaviy barqarorlikning empirik tahlili (Andijon viloyati to‘qimachilik korxonalari misolida).....	104
Ermatov M.S. Sun’iy intellekt va mehnat bozorida raqamli inqilob: tahdidmi yoki kelajak imkoniyatimi?....	107
Azizova H.A. Raqamli transformatsiya sharoitida sanoat korxonalarining investitsion-innovatsion faoliyatini takomillashtirish yo‘llari.....	111
Юсупов А.С., Джангабаева Г.П. Международный рынок акций: содержание, виды и особенности..	114
Xusanova Z.R. Andijon viloyatida ayollar tadbirkorligini rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmi va uning xususiyatlari.....	119
Abdulazizov A.A. Energetika tarmog‘i korxonalarida ishlab chiqarish resurslaridan samarali foydalanishning nazariy asoslari.....	122
Norov A.E., Fazliddinov Sh.Sh., Erkinov X.X. Liderlik va motivatsiya o‘rtasidagi munosabatga ta’sir etuvchi omillar.....	126
Атаханова Ш.С., Мирхамидова Д.Н. Цифровая трансформация как инструмент достижения ESG-целей в нефтегазовой сфере Республики Узбекистан.....	131
Toxirov J.R. Mijozlarga yo‘naltirilgan raqamli marketing asosida savdo xizmatlarini modernizatsiya qilish.	136

“YANGI O‘ZBEKISTON IQTISODIYOTI” *jurnali* 6-son 2026 yil

Sulaymonova F., Ro‘zimov B. Online ta’lim xizmatlari bozorining kengayishi natijasida an’anaviy ta’lim sektorida yuz berayotgan iqtisodiy o‘zgarishlar.....	140
Zayavitdinova N.M. Hududda xizmat ko‘rsatish korxonalari faoliyatini boshqarish strategiyasini takomillashtirish.....	143
Odilova M.A. Kimyo sanoatidagi korxonalar faoliyatida resurslardan samarali foydalanish.....	147
Axmedova D.N. Mintaqaviy raqamli tayyorlik indeksining hududiy iqtisodiy o‘lishga ta’siri.....	151
Sapayeva N.K. O‘zbekiston to‘qimachilik sanoatida yashil transformatsiya va B2B raqamli marketing asosida barqaror rivojlanish modeli.....	155
Allayarov S. Startup financing mechanisms: a comparative analysis of angel investment, venture capital, bank lending, and state grants.....	158
Махмудов О.Х. Moliya tizimining boshqa iqtisodiy tizimlar bilan aloqadorligi.....	162
Ibragimova M.M. “Yashil iqtisodiyot” va “Yashil tadbirkorlik” tushunchalarining iqtisodiy mazmuni va evolyusion transformatsiyasi.....	167
Olimjonov A. Korxona faoliyatining samaradorligini oshirishda moliyaviy barqarorlik va rentabellik ko‘rsatkichlari o‘zaro bog‘liqligini tahlil qilish.....	171
Rakhimboeva B.D. Analysis of the economic situation of the development of export activities of small businesses in Uzbekistan.....	174
Raxmatova F.Y. To‘qimachilik korxonalarida aylanma iqtisodiyot modelini joriy etishning iqtisodiy mexanizmlari.....	178
Ergasheva A.F. Milliy hunarmandchilik mahsulotlarini brendlash va bozorda pozitsiyalashning strategik yondashuvlari.....	181
Navruzova G.U. Theoretical models and institutional mechanisms, forms and structures of cooperation between education and manufacture.....	184
Djumayeva S.K. Yashil investitsiya muhitini shakllantirishda raqamli iqtisodiyotning makroiqtisodiy ta’siri (O‘zbekiston hududlari misolida).....	188
Pardayev TN., Muqimov A.R. Boymirzayev K.M. Jismoniy shaxslar tomonidan olib kiriladigan tovarlardan bojxona to‘lovlarini undirishni takomillashtirish.....	193
Ибодуллоева З.С. Экономические стимулы внедрения водосберегающих технологий в аграрном секторе Узбекистана.....	199
Ibragimova G.S. Ta’lim sifatini yaxshilashda innovatsion yondashuvlar va raqamli vositalar.....	203
Raxmatova S.S. Turizmni davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlashning o‘ziga xos xususiyatlari.....	207
Umarova M.M. Foreign brand spillovers and export performance of smes in emerging economies: a panel data analysis.....	212
Karimova F.A. Ekoturizmni barqaror rivojlantirishning xorijiy tajribasi va ularni O‘zbekistonda qo‘llash imkoniyatlari.....	217
Raxmanov B.I. Investitsiya siyosatini amalga oshirish mexanizmini takomillashtirish.....	221
Ashurova G.N. Charm-poyabzal sanoati korxonalarida sifatni boshqarish tizimini takomillashtirish yo‘llari.....	225
Axmadjanov I.I. Shaharlar va shahar aglomeratsiyalari mintaqalar va mamlakatlar ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishining drayveri.....	228
Эгамназарова Г.Ш. Рақамли тенгсизлик: давлатлар ва тармоқлар ўртасидаги технологик узилишларни камайтириш йўллари.....	232
Mamanazarov M.A. Iqtisodiy o‘lishni rag‘batlantirishda milliy iqtisodiyotni modernizatsiya qilishning xorij tajribasi.....	236
Химматов А.Х. Йўл корхоналарини хусусийлаштиришнинг афзалликлари ва оқибатлари.....	241
Kambaraliyeva I.S. Raqamli iqtisodiyot sharoitida mehnat bozorining transformatsiyasi va raqamli ko‘nikmalarning ahamiyati.....	244
Muxiddinov T.Sh. Jizzax viloyatida turizm infratuzilmasini rivojlantirish yo‘nalishlari.....	248
Sayxdodjayeva N.I. Ijtimoiy va ekologik audit: barqaror rivojlanishni ta’minlashda zamonaviy nazorat mexanizmi.....	253
Fayzullayev J.N. Milliy iqtisodiyotni innovatsion rivojlantirishning xorijiy tajribalari.....	257
Tursunova N.X. «Xayot sug‘urtasining iqtisodiy mohiyati va uning aholi moliyaviy xavfsizligini ta’minlashdagi roli».....	261
Abdishukurova G.M., Bozorboyev A.R. Sug‘urta kompaniyasi balansini “Risk tetraedri” modeli asosida baholash.....	266
Abdurasulova M.O. Zamonaviy iqtisodiyot nazariyasi asoschilari.....	270

Vaxidov A. Buxgalteriya hisobining tarkibiy tuzilishi - moliyaviy va boshqaruv hisobi.....	273
Turg‘unova T., Muftaydinov Q. Iqtisodiy zonalarda ekologik tadbirkorlikni investitsion va innovatsion qo‘llab-quvvatlashning xorijiy tajribalari.....	277
Kurbanov F.U. Raqamli iqtisodiyotning moliyaviy xizmatlar bozoriga ta’siri.....	283
Umarov T.S. Qurilish sanoati korxonalari iqtisodiy barqarorligini statistik baholashning nazariy-uslubiy asoslarini takomillashtirish.....	287
Rahimova N.A. Kichik biznes subyektlarida inson resurslarini boshqarish tizimidagi muammolari va ularni bartaraf etishda zamonaviy yondashuvlar.....	291
Yangiboyev U.A. Raqamli iqtisodiyot sharoitida iqtisodiy menejment tizimini takomillashtirishning nazariy-uslubiy asoslari va amaliy yo‘nalishlari.....	295
Махкамова Н.С. Роль зеленых облигации в финансировании проектов устойчивого развития.....	299
To‘xtarova F.Y. Analysis of tourism insurance practices and their economic efficiency.....	304
Anvarov Sh.D. O‘zbekiston qimmatli qog‘ozlar bozorida investitsion muhitni rivojlantirishning institutsional va infratuzilmaviy omillari.....	308
Xalmirzayev O.A. Ko‘p obyektli savdolarida Vickrey-Clark-Groves mexanizmining samaradorligi tahlili....	313
Zaidov I.I. Qishloq xo‘jaligi mahsulotlari bozorida raqobat munosabatlarini boshqarish mexanizmlari.....	318
Rahimova N.A. Inson kapitalini boshqarishning tashkilot raqobatbardoshligiga ta’siri.....	321
Gulimboyev S.I., Rejapov X.X. O‘zbekiston oliy ta’lim tizimida ta’lim kreditlarining iqtisodiy ahamiyati....	324
Bardiyev S.U. Mintaqada raqamli iqtisodiyotning iqtisodiy samaradorligini baholash: Xorazm viloyati misolida.....	328
Qulmatova S.S. Mahalla tizimida oziq-ovqat ta’minoti zanjirini IoT va sun’iy intellekt texnologiyalari asosida intellektual boshqarish mexanizmlarini takomillashtirish.....	332
Aminov S.S. Mintaqada qurilish sohasidagi innovatsion rivojlanishga ta’sir etuvchi omillar.....	336
Дадабоева М.М. Кичик бизнеснинг иқтисодийёт тармоқлари бўйича ривожланиш тенденциялари.....	340
Numonjonova N.A. Kichik biznesni rivojlantirishda investitsiyalardan foydalanish samaradorligini oshirish	344
Абдулазизов А.А. Гидроэнергетика саноати ва унда ресурс тежаш жараёнларининг хорижий тажрибалари.....	348
Muradov O.U. Sanoat korxonalarida iqtisodiy samaradorlikni oshirish bo‘yicha xorijiy tajribalar va ulardan foydalanish imkoniyatlari.....	352
Saidova M.J. Xorijiy mamlakatlarda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish tajribasi va uni O‘zbekistonda qo‘llash yo‘nalishlari.....	356
Umirova G.Sh. Qurilish materiallari ishlab chiqarish korxonalarida rentabellik ko‘rsatkichlari asosida iqtisodiy samaradorlikni baholash metodikasini takomillashtirish.....	360
Narmanov U.A., Nazarov J.B., Tursunaxmadov X.Sh. Moliyaviy risklarning iqtisodiy ahamiyati va uni boshqarishning zarurligi: risk tushunchasi va uning turlari.....	365
Nosirov S.N. Barqaror moliyalashtirish global bozorlari: zamonaviy tendensiyalar va rivojlanish muammolari.....	369
Farmanov J.Z., Sanetullaev A.E. Modeling of economic basis and forecast indicators of innovation transformation processes in agricultural entrepreneurship.....	373
Mirzataev S.M. Integration of digital and smart technologies in increasing the ecological resilience of the agricultural system.....	376
Kidirniyazov A.Sh. Development of artificial intelligence-based service monitoring systems for construction quality control.....	379
Абдуллаева Ш.Э. Халқаро индекслар асосида ижтимоий ҳимоя тизимини молиялаштириш.....	382
Mirjalolova M.M. Sun’iy intellekt texnologiyalarining O‘zbekistonda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik samaradorligini oshirishdagi o‘rni.....	389
Baytanov O‘.M. Sanoat korxonalarida mahsulot sifatini boshqarishning tarmoq xususiyatlari.....	394
Умаров А.Т. Особенности развития социальной сферы в Узбекистане.....	400

Список использованной литературы:

1. JSC «UzAssets» organized the «ESG Strategy Review» event. (2025, December 24). *Uz-Assets*. <https://uz-assets.uz/en/uzassets-jsc-organized-the-esg-strategy-review-event/>
2. Стратегический переход нефтегазовых компаний к требованиям климатического регулирования ЕС. (2025). *HPBS.Uz*. <https://hpbs.uz/articles/strategicheskii-perekhod-neftegazovykh-kompanii-k-trebovaniyam-klimaticheskogo-regulirovaniia-es>
3. OECD. (2025). *Roadmap for Sustainable Investment Policy Reforms in Uzbekistan*. OECD Publishing, Paris. https://www.oecd.org/en/publications/roadmap-for-sustainable-investment-policy-reforms-in-uzbekistan_20865f29-en/full-report/assessment-and-recommendations_11cf7850.html
4. Ирмухамедов Сардор Бахтиярович. (2025). THE ROLE OF DIGITAL TRANSFORMATION AND ESG PRINCIPLES IN THE MANAGEMENT OF INTERNATIONAL INVESTMENTS: THE EXPERIENCE OF UZBEKISTAN. *International Journal of Advanced Research*, 13(11), 498–502. <https://www.academicpublishers.org/journals/index.php/ijai/article/view/7567>
5. Uzbekneftegaz discusses future strategy and ESG targets with S&P Global Ratings. (2025, October 13). *Trend News Agency*. <https://www.trend.az/business/4103264.html>
6. Uzbekistan's Uzbekneftegaz Unveils Future Plans and Sustainability Efforts to S&P Global and UzAssets. (2025, October 13). *Caspian Post*. <https://caspianpost.com/uzbekistan/uzbekistan-s-uzbekneftegaz-unveils-future-plans-and-sustainability-efforts-to-s-p-global-and-uzassets>
7. «Узбекнефтегаз» планирует получить рейтинг устойчивого развития (ESG). (2025, 20 февраля). *Yuz.Uz*. <https://yuz.uz/ru/news/uzbekneftegaz-planiruet-poluchit-reyting-ustoychivogo-razvitiya-esg>
8. ESG Co-Lab: Vectors and Joint Solutions of State-Owned Companies of the Republic of Uzbekistan. (2025, November 26). *Uz-Assets*. <https://uz-assets.uz/en/esg-co-lab-vectors-and-joint-solutions-of-state-owned-companies-of-the-republic-of-uzbekistan/>

UDK: 338.46

**MIJOZLARGA YO‘NALTIRILGAN RAQAMLI MARKETING ASOSIDA SAVDO
XIZMATLARINI MODERNIZATSIYA QILISH**

**МОДЕРНИЗАЦИЯ УСЛУГ ПРОДАЖ НА ОСНОВЕ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА,
ОРИЕНТИРОВАННОГО НА КЛИЕНТА**

**MODERNIZING SALES SERVICES BASED ON CUSTOMER-ORIENTED DIGITAL
MARKETING**

Toxirov Javlon Raximovich

Buxoro davlat universiteti, Iqtisodiyot va turizm fakulteti,
Marketing va menejment kafedrası professori (PhD)

Annotatsiya

Ushbu maqolada mijozlarga yo‘naltirilgan raqamli marketing asosida savdo xizmatlarini modernizatsiya qilish masalalari yoritilgan. Raqamli texnologiyalar, elektron tijorat, CRM tizimlari, Big Data va omnikanal marketing vositalari orqali mijozlar ehtiyojini aniqlash, xizmat sifatini oshirish hamda savdo korxonalarining raqobatbardoshligini kuchaytirish imkoniyatlari tahlil qilingan.

Kalit so‘zlar: raqamli marketing, savdo xizmatlari, mijozlarga yo‘naltirilganlik, elektron tijorat, CRM, Big Data, omnikanal marketing, modernizatsiya.

В статье рассматриваются вопросы модернизации торговых услуг на основе клиентоориентированного цифрового маркетинга. Проанализированы возможности использования цифровых технологий, электронной коммерции, CRM-систем, Big Data и омниканального маркетинга для выявления потребностей клиентов, повышения качества обслуживания и укрепления конкурентоспособности торговых предприятий.

Ключевые слова: цифровой маркетинг, торговые услуги, клиентоориентированность, электронная коммерция, CRM, Big Data, омниканальный маркетинг, модернизация.

This article examines the modernization of trade services based on customer-oriented digital marketing. It analyzes the use of digital technologies, e-commerce, CRM systems, Big Data, and omnichannel marketing to identify customer needs, improve service quality, and strengthen the competitiveness of trade enterprises.

Keywords: digital marketing, trade services, customer orientation, e-commerce, CRM, Big Data, omnichannel marketing, modernization.

Hozirgi globallashuv va raqamli iqtisodiyot sharoitida savdo xizmatlari tizimini modernizatsiya qilish iqtisodiy taraqqiyotning muhim omillaridan biriga aylanmoqda. Axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining rivojlanishi, internet foydalanuvchilari sonining ortishi hamda elektron tijoratning kengayishi korxonalar faoliyatida yangi marketing yondashuvlarini shakllantirmoqda. Ayniqsa, mijozlarga yo‘naltirilgan raqamli marketing zamonaviy savdo xizmatlarini tashkil etishda muhim strategik vosita sifatida namoyon bo‘lmoqda. An‘anaviy marketing tizimida asosiy e‘tibor mahsulotni sotishga qaratilgan bo‘lsa, zamonaviy raqamli marketing konsepsiyasida iste‘molchilar ehtiyoji va ularning xarid tajribasi ustuvor ahamiyat kasb etadi. Mijozlarning talabi, qiziqishi va xulq-atvorini tahlil qilish asosida individual xizmatlarni taklif etish savdo korxonalarining raqobatbardoshligini oshirishga xizmat qiladi. Shu sababli raqamli marketing vositalari yordamida savdo xizmatlarini modernizatsiya qilish bugungi kunning dolzarb masalalaridan biri hisoblanadi.

Marketing nazariyasining asoschilaridan biri bo‘lgan Philip Kotler marketingni iste‘molchilar ehtiyojini aniqlash va qondirish orqali qiymat yaratish jarayoni sifatida izohlaydi. Olimning fikriga ko‘ra, zamonaviy marketing konsepsiyasi korxonalarning uzoq muddatli muvaffaqiyatini ta‘minlash uchun mijozlarga yo‘naltirilgan boshqaruv tizimini shakllantirishni talab etadi. Kotler va Keller o‘z tadqiqotlarida raqamli marketing texnologiyalarining rivojlanishi korxonalar va iste‘molchilar o‘rtasidagi munosabatlarni yangi bosqichga olib chiqqanini ta‘kidlaydi.

Omnikanal marketing tizimi va savdo xizmatlari integratsiyasini o‘rganishda Verhoefning ilmiy qarashlari muhim hisoblanadi. Olimning fikriga ko‘ra, iste‘molchilarga barcha savdo kanallari orqali yagona va uzluksiz xizmat ko‘rsatish tizimini yaratish zamonaviy savdo korxonalarining strategik ustunligini ta‘minlaydi. Ayniqsa, elektron tijorat platformalari va mobil ilovalarning rivojlanishi savdo xizmatlari samaradorligini oshirishda muhim rol o‘ynamoqda. Xizmatlar marketingi bo‘yicha tadqiqot olib borgan Wirtz va Lovelock xizmat ko‘rsatish sifati hamda mijozlar qoniqishi korxona muvaffaqiyatining asosiy mezoni ekanligini ta‘kidlaydi. Ularning ilmiy qarashlariga ko‘ra, raqamli texnologiyalar xizmat ko‘rsatish jarayonini avtomatlashtirish va iste‘molchilar bilan individual ishlash imkoniyatini kengaytiradi.

Maqolada tizimli tahlil, qiyosiy tahlil, iqtisodiy-statistik tahlil, ilmiy abstraksiya va mantiqiy umumlashtirish metodlaridan foydalanildi. Ushbu metodlar orqali mijozlarga yo‘naltirilgan raqamli marketingning savdo xizmatlarini modernizatsiya qilishdagi o‘rni, uning samaradorligi hamda raqobatbardoshlikka ta‘siri o‘rganildi. Shuningdek, elektron tijorat platformalari va raqamli marketing vositalari faoliyati tahlil qilinib, amaliy xulosalar ishlab chiqildi.

Raqamli marketing — bu internet texnologiyalari, mobil aloqa vositalari, ijtimoiy tarmoqlar va elektron platformalar orqali iste‘molchilar bilan interaktiv munosabatlarni tashkil etishga qaratilgan marketing faoliyatidir. Kotler va Kellerning ta‘kidlashicha, zamonaviy marketingning asosiy vazifasi mijozlar ehtiyojini aniqlash va ular uchun qiymat yaratishdan iboratdir. Shu nuqtai nazardan, raqamli marketing korxonalarga iste‘molchilar bilan bevosita va tezkor aloqa o‘rnatish imkonini beradi. Bugungi kunda raqamli marketingning asosiy vositalariga ijtimoiy tarmoq marketingi, qidiruv tizimi

optimizatsiyasi (SEO), elektron pochta marketingi, kontent marketing, mobil marketing va internet reklamalari kiradi. Ushbu vositalar yordamida korxonalar bozor talabini o‘rganish, iste’molchi ehtiyojini aniqlash va xizmatlarni shaxsiylashtirish imkoniyatiga ega bo‘ladi. Raqamli marketingning muhim jihatlaridan biri — ma’lumotlar bazasi va analitik tizimlardan foydalanishdir. Big Data texnologiyalari yordamida korxonalar mijozlarning xarid xulq-atvorini chuqur tahlil qiladi va ularga mos marketing strategiyalarini ishlab chiqadi. Natijada savdo xizmatlarining samaradorligi oshadi va mijozlar sodiqligi shakllanadi.

Savdo xizmatlarini modernizatsiya qilish deganda xizmat ko‘rsatish jarayoniga zamonaviy texnologiyalarni joriy etish, xizmat sifatini oshirish va iste’molchilarga qulay sharoit yaratish tushuniladi. Raqamli iqtisodiyot sharoitida savdo xizmatlarini modernizatsiya qilish quyidagi asosiy yo‘nalishlarda amalga oshirilmoqda. Birinchidan, elektron tijorat platformalarining rivojlanishi savdo xizmatlari tizimining transformatsiyasiga olib kelmoqda. Internet-do‘konlar, marketpleyslar va mobil ilovalar orqali xarid qilish imkoniyatining kengayishi iste’molchilarga vaqt va xarajatlarni tejash imkonini bermoqda. Ikkinchidan, omnikanal marketing tizimining rivojlanishi savdo xizmatlari samaradorligini oshirmoqda. Omnikanal yondashuv barcha savdo kanallarini yagona tizimga birlashtirish orqali iste’molchilarga qulay va uzluksiz xizmat ko‘rsatishni ta’minlaydi. Masalan, mijoz mahsulotni internet orqali tanlab, uni an’anaviy do‘kondan xarid qilishi yoki aksincha amalga oshirishi mumkin. Uchinchidan, sun’iy intellekt va avtomatlashtirilgan xizmat tizimlari savdo xizmatlarini modernizatsiya qilishda muhim rol o‘ynamoqda. Chatbotlar, avtomatik tavsiya tizimlari va virtual yordamchilar mijozlarga tezkor xizmat ko‘rsatish imkonini beradi. Bu esa xizmat sifatini oshirib, korxonaning bozordagi mavqeyini mustahkamlaydi.

Tadqiqotlar shuni ko‘rsatadiki, mijozlarga yo‘naltirilgan raqamli marketing savdo xizmatlarini modernizatsiya qilishda eng samarali vositalardan biri hisoblanadi. Ayniqsa, internet texnologiyalaridan foydalanish korxonalarga bozor talabini tezkor aniqlash va iste’molchilar ehtiyojiga mos xizmatlarni taklif etish imkonini bermoqda.

Raqamli marketing vositalarining joriy etilishi savdo korxonalarida xizmat ko‘rsatish tezligi va sifati oshishiga olib kelmoqda. Shu bilan birga, elektron tijorat platformalarining rivojlanishi savdo hajmining ortishi va xarajatlarning qisqarishiga xizmat qilmoqda. Omnikanal marketing tizimlari esa iste’molchilarga qulay va integratsiyalashgan xizmatlarni taklif etish orqali mijozlar sodiqligini oshirmoqda. Bundan tashqari, sun’iy intellekt texnologiyalaridan foydalanish korxonalarga marketing faoliyatini avtomatlashtirish va xizmat ko‘rsatish samaradorligini oshirish imkonini bermoqda.

Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatadiki, mijozlarga yo‘naltirilgan raqamli marketing savdo xizmatlarini modernizatsiya qilishda muhim strategik omil hisoblanadi. Raqamli texnologiyalar savdo korxonalariga mijozlar ehtiyojini chuqur o‘rganish, ularning xarid xulq-atvorini tahlil qilish va individual xizmatlar taklif etish imkonini beradi. Bu esa savdo xizmatlarining sifati, tezkorligi va qulayligini oshiradi. Muhokama jarayonida aniqlanishicha, an’anaviy marketing usullari ko‘proq ommaviy reklama va umumiy xizmat ko‘rsatishga asoslangan bo‘lsa, raqamli marketing mijoz bilan bevosita va interaktiv aloqani shakllantiradi. Ayniqsa, CRM tizimlari, Big Data, ijtimoiy tarmoqlar, mobil ilovalar va elektron tijorat platformalari orqali mijozlar haqidagi ma’lumotlarni yig‘ish va tahlil qilish savdo xizmatlarini yanada samarali tashkil etishga xizmat qiladi.

Raqamli marketing asosida xizmatlarni shaxsiylashtirish savdo korxonalarining raqobatbardoshligini oshiradi. Mijozning xarid tarixi, qiziqishlari va ehtiyojlariga mos mahsulot yoki xizmat taklif etilishi mijoz qoniqishini kuchaytiradi. Natijada mijozlar sodiqligi ortadi, takroriy xaridlar soni ko‘payadi va korxonaning bozordagi mavqeyi mustahkamlanadi. Tadqiqotda omnikanal yondashuvning ahamiyati ham alohida namoyon bo‘ldi. Internet-do‘kon, ijtimoiy tarmoqlar, mobil ilova va an’anaviy savdo nuqtalarining yagona tizimda ishlashi mijozlarga qulay va uzluksiz xizmat ko‘rsatish imkonini beradi. Bu esa savdo jarayonini tezlashtiradi, xizmat ko‘rsatish sifatini oshiradi va mijoz tajribasini yaxshilaydi. Shuningdek, raqamli marketing reklama xarajatlarini optimallashtirishga yordam beradi. Maqsadli reklama vositalari orqali korxonalar aynan kerakli auditoriyaga murojaat qiladi va marketing kampaniyalarining samaradorligini real vaqt rejimida baholaydi. Bu an’anaviy reklama usullariga nisbatan iqtisodiy jihatdan samaraliroq hisoblanadi.

Tadqiqot natijalari mijozlarga yo‘naltirilgan raqamli marketing savdo xizmatlarini modernizatsiya qilishda quyidagi natijalarni ta‘minlashini ko‘rsatdi: xizmat ko‘rsatish sifati oshadi, mijozlar bilan aloqa kuchayadi, savdo hajmi ortadi, xarajatlar kamayadi, mijozlar sodiqligi shakllanadi va korxonaning raqobatbardoshligi mustahkamlanadi. Shu bois savdo korxonalarida raqamli marketing texnologiyalarini keng joriy etish zamonaviy bozor sharoitida muhim ilmiy-amaliy ahamiyatga ega.

Raqamli iqtisodiyot sharoitida savdo xizmatlarini modernizatsiya qilishda mijozlarga yo‘naltirilgan raqamli marketing muhim strategik ahamiyatga ega. Zamonaviy marketing texnologiyalarining joriy etilishi iste‘molchilar ehtiyojini chuqur o‘rganish, xizmat sifatini oshirish va korxonalarning raqobatbardoshligini kuchaytirishga xizmat qiladi. Kelgusida savdo korxonalarida Big Data, sun‘iy intellekt, omnikanal marketing va avtomatlashtirilgan xizmat tizimlarini keng joriy etish maqsadga muvofiqdir. Bu esa savdo xizmatlari tizimining samaradorligini oshirish va mijozlar ehtiyojini yanada to‘liq qondirish imkonini beradi. Mijozlarga yo‘naltirilgan raqamli marketing zamonaviy savdo xizmatlarini modernizatsiya qilishning muhim strategik yo‘nalishlaridan biri hisoblanadi. Raqamli texnologiyalar, internet platformalari va elektron tijorat tizimlarining rivojlanishi savdo xizmatlarini yanada samarali, tezkor va mijoz ehtiyojiga mos tarzda tashkil etish imkonini bermoqda. Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatdiki, raqamli marketing vositalaridan foydalanish iste‘molchilar bilan interaktiv aloqani kuchaytiradi, xizmat ko‘rsatish sifatini oshiradi hamda korxonalarning bozordagi raqobatbardoshligini mustahkamlaydi. Ayniqsa, CRM tizimlari, Big Data, omnikanal marketing va sun‘iy intellekt texnologiyalarining qo‘llanilishi mijozlar ehtiyojini chuqur tahlil qilish va xizmatlarni shaxsiylashtirish imkonini beradi. Shuningdek, mijozlarga yo‘naltirilgan yondashuv asosida savdo xizmatlarini tashkil etish mijoz qoniqishi va sodiqligini oshirib, savdo hajmining ko‘payishiga xizmat qiladi. Elektron marketing vositalari orqali reklama xarajatlarini optimallashtirish va marketing samaradorligini real vaqt rejimida baholash imkoniyati ham korxonalar faoliyatining iqtisodiy samaradorligini oshiradi. Shu bois kelgusida savdo korxonalarida raqamli marketing texnologiyalarini keng joriy etish, omnikanal xizmat ko‘rsatish tizimini rivojlantirish hamda innovatsion marketing strategiyalaridan samarali foydalanish maqsadga muvofiq hisoblanadi. Bu esa savdo xizmatlari sifatini oshirish, mijozlar ehtiyojini to‘liq qondirish va milliy iqtisodiyotda xizmatlar sektorining barqaror rivojlanishini ta‘minlashga xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital marketing: Strategy, implementation and practice* (7th ed.). Pearson.
2. Kotler, P., Keller, K. L., & Chernev, A. (2022). *Marketing management* (16th ed.). Pearson.
3. Ryan, D. (2020). *Understanding digital marketing: Marketing strategies for engaging the digital generation* (5th ed.). Kogan Page.
4. Kannan, P. K., & Li, H. A. (2017). Digital marketing: A framework, review and research agenda. *International Journal of Research in Marketing*, 34(1), 22–45.
5. Lemon, K. N., & Verhoef, P. C. (2016). Understanding customer experience throughout the customer journey. *Journal of Marketing*, 80(6), 69–96.
6. Verhoef, P. C., Kannan, P. K., & Inman, J. J. (2015). From multi-channel retailing to omni-channel retailing. *Journal of Retailing*, 91(2), 174–181.
7. Grewal, D., Roggeveen, A. L., & Nordfält, J. (2017). The future of retailing. *Journal of Retailing*, 93(1), 1–6.
8. Wirtz, J., & Lovelock, C. (2021). *Services marketing: People, technology, strategy* (9th ed.). World Scientific.
9. Laudon, K. C., & Traver, C. G. (2021). *E-commerce 2021–2022: Business, technology and society* (17th ed.). Pearson.
10. Solomon, M. R. (2020). *Consumer behavior: Buying, having, and being* (13th ed.). Pearson.
11. Ergashxodjayeva, Sh. J. (2013). *Innovatsion marketing*. Iqtisodiyot.
12. Qosimova, M. S., Yusupov, M. A., & Ergashxodjayeva, Sh. J. (2019). *Marketing asoslari*. Iqtisodiyot.