

Yashil IQTISODIYOT va TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, siyosiy, ilmiy, ommabop jurnal

2
0
2
4



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. 940 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 Kalendarovna, 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 Bekdavlal 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	10
Kichik biznesni rivojlantirishda “yashil” iqtisodiyotni keng tatbiq qilishning ahamiyati Gulnora Abdurahmonova Kalandarovna, Sanjar Baxodirovich G’oipnazarov	12
Brand Capital as a Determinant of Institutional Prestige and Student Choice in the Higher Education System Zufarova Nozima Gulamidinova	18
Inson va atrof-muhit dialektikasi: nomutanosiblik ko’rsatkichlari va ekologik muammolar Butaboyev Maxammadjon Tuychiyevich, Maxmudov Nosir Maxmudovich	26
Yashil budjetlashtirish va uni O‘zbekistonda joriy etish istiqbollari Meyliev Obid Raxmatullayevich, Gofurova Kamola Xayrulla qizi	32
Iqtisodiyotda ta’lim va fan integratsiyasining asosiy yo’nalishlari Yormatov Ilmidin Toshmatovich	37
Transport vositalari va yo’llar turizm transport infratuzilmasini rivojlantirishning muhim omilidir Agzamov Shaxboz Akmalovich	41
Bank xizmatlarini raqamlashtirish orqali samaradorligini oshirish A. X. Salamov	46
Biznes-reja baliqchilik xo’jaligi rivojlanishi uchun asos sifatida Dosmurotova Shaxista Kengashovna	50
Mamlakatning investitsiyaviy jozibadorligi va uning lizing munosabatlari rivojlanishi bilan bog’liqligi Axmediyeva Aliya Toxtarovna	57
Turizmni rivojlantirish imkoniyatlari Ziyadullayev Ilhom Narkabilovich	65
Tijorat banklari depozit operatsiyalari samaradorligini oshirish muammolari va ularni bartaraf etish yo’llari Shamsiyev Nodir Muratovich	69
Hududlarni rivojlantirishda xorijiy investitsiyalarning samaradorligini oshirish masalalari Shagzatov Oybek bahodirovich	74
Hududlar biznes muhitini rivojlantirish va samarali boshqarish yo’nalishlari Davlatov Sanjar Abdimannonovich	78
Ijtimoiy rivojlanish xulq-atvor paradigmasida yoshlarning tadbirkorlik faoliyatini tartibga solishning nazariy asoslari Mirzatov Baxtiyor Toxirovich	82
Korxonalar innovatsion faoliyatida raqamli transformatsiyaning muhim yo’nalishlari Yuldasheva Kamola Miraliyevna	86
O‘zbekistonda agroturizmni rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmini takomillashtirish (Buxoro viloyati misolida) Yoriyeva Farangiz Murodillayevna	91
Innovatsion tadbirkorlik muhitini kompleks baholashda xalqaro tashkilotlar tajribasi Nazarova Umida Avazovna	96
Turizm faoliyatini davlat tomonidan tartibga solish samaradorligini oshirishning ayrim usullari Mirzaxodjayev Alisher Botirovich	100
Globallashuv sharoitida transchegaraviy suv resurslardan samarali foydalanishni boshqirish Mirzayev Musurmon Umidullayevich	105
Surxondaro viloyati iqtisodiyotida kichik biznes va tadbirkorlikning o’rni va ahamiyati Fayziyeva Aziza Azamat qizi	110
Ta’lim muassasalarida xarajatlarni moliyaviy nazorat etishning samaradorligi tahlili Eshonqulov Davlatjon Rajabboyevich	115
Ta’minot zanjirini boshqarishda transport logistikasi usullarini takomillashtirish Zoxidova Nazokat Berdimurot qizi	121
Blokcheyn texnologiyasida xavfsizlik masalalari Mamadiyarov Zokir Toshtemirovich	125



Развитие цифровой трансформации банковского сектора Республики Узбекистан.....	131
Абдурахманова Матлуба Махамадаминовна	
Asosiy fondlarni hisoblash va baholash usullarini takomillashtirish istiqbollari.....	137
Rixsimbayev Odiljon Qobiljonovich	
Marketingda tovar harakati tizimini optimallashtirish va modellashtirish.....	143
Sherzod Xolmurodovich Pardayev, Kamola Abdujabborovna Pardayeva	
Iqtisodiy rivojlanish uchun strategik taqsimlash strategiyalari: Investitsion Fond Portfellarning qiyosiy tahlili.....	150
Sultonboeva Munira bahodirovna	
Soliq munosabatlarining ijtimoiy-iqtisodiy ahamiyati: ilmiy-nazariy qarashlar.....	156
Axrorov Zarif Oripovich, Saidmurodov Feruz Sodiqjon o'g'li	
Взаимосвязь инвестиционной стратегии с оценкой эффективности инвестиционного проекта.....	161
С. С. Алиева, А. Назаров	
Erkin iqtisodiy zonalarning faoliyati va boshqaruv mexanizmini takomillashtirish.....	169
Sheraliyeva Saida Azatovna	
Xizmat safari xarajatlari hisobining huquqiy asoslari.....	172
Ergashev Sarvar Xudoynazarovich	
Инклюзивное образование и его особенности.....	177
Зайнутдинова Умида Джалоловна	
Jismoniy shaxslarning mol-mulk va yer soliqlarini hisoblash va undirish samaradorligini oshirish yo'llari.....	181
Qurbonov Muxiddin Abdullayevich	
Mamlakatda soliq qarzdorligi vujudga kelishining asosiy sabablari va ularni qisqartirish yo'llari.....	186
Hakimov Ulug'bek Furqat o'g'li	
Mulk qiymatini baholash tushunchasi, baholash obyektlari, baholanadigan qiymat turlari.....	190
Izbosarov Boburjon Bahriddinovich, Yoqubboyev Ilhomjon G'ulomjon o'g'li	
O'zbekistonda sug'urta xizmatlarining zamonaviy transformatsiyasi.....	195
G. Adilova	
Biznes subyektlarida samaradorlik masalalarini o'yinlar nazariyasi usuli bilan baholash.....	199
Mardiyev Nurali	
Yengil sanoatda "lean production" konsepsiyasini tatbiq etishning amaliy jihatlari.....	205
Yaxyayeva Inobat Karimovna	
Soliq salohiyatini baholash usullari va ularning tadbirkorlik subyektlari faoliyatiga ta'siri tahlili.....	209
Borotov Sharofiddin Jumaqul o'g'li	
Ko'chmas mulk bozorini baholashning institutsional asoslari.....	215
Ishonqulov Nizamjon Fayzullayevich	
Raqamli iqtisodiyot sharoitida turizm xizmatlarini rivojlantirishning asosiy yo'nalishlari.....	223
Amriyeva Shaxzoda Shuxratovna	
O'zbekistonning bank-moliya tizimi hamda unda Islom moliyasi instrumentlarini jalb etishdagi joriy tendensiyalar.....	228
Eshimov Alisher Dasmurodovich	
Tashqi savdoda notarif usullarni qo'llashning iqtisodiy oqibatlarini aniqlash metodologiyasi (rivojlangan davlatlar tajribasi).....	236
Norqobilov Akobir Iso o'g'li	
Reklama xizmatlari va uning subyektlar samaradorligini oshirishdagi imkoniyatlari.....	242
Rabbimov Elbek Abdulloyevich	
Ijtimoiy siyosatni amalga oshirishda sog'liqni saqlash tizimini moliyalashtirish asoslari.....	247
Imonqulov Nuriddin Qo'shmon o'g'li	
Tijorat banklari biznes ekotizimini rivojlantirishning nazariy asoslari.....	252
Shoymardonov Orziqul Jo'ra o'g'li	
Majburiy tibbiy sug'urtaning vujudga kelishi va o'ziga xos xususiyatlari.....	258
Kenjayev Soxib Sayfiyevich	
O'zbekiston Respublikasida zamonaviy soliq ma'murchiligini joriy etish orqali budjet-soliq siyosati samaradorligini yanada oshirish.....	262
Yuldasheva Shaxnoza Xojiakbar qizi	
Jahon iqtisodiyotining barqaror rivojlanishida derivativlar bozorining roli.....	268
Shokirov Mirkamol Mirolim o'g'li	



Boshqaruv hisobida mas'uliyat markazlarini tashkil etish masalalari.....	276
Sobirov Otabek Olimjonovich	
Davlat moliyasini boshqarishda moliyaviy nazorat usullaridan samarali foydalanish yo'llari.....	279
Kultayev Farxod Shavkatovich	
Tijorat banklari foydasi va rentabillik ko'rsatkichlariga ta'sir etuvchi omillar tahlilini takomillashtirish.....	283
Normo'minov Temurbek Sheraliyevich	
O'zbekiston Respublikasida tijorat banklari aktivlar sifatini oshirish yo'llari.....	286
To'ychiyev Otabek Shamshiyevich	
Venchr kapitalining mohiyati va O'zbekistonda venchr tizimini rivojlantirishning institutsional asoslari.....	290
Tadjibayeva Nigora Gulomjonovna	
Innovatsiyalar: zamonaviy iqtisodiyot uchun innovatsion faoliyatni qo'llab-quvvatlash zarurati.....	295
Malikova Dilrabo Muminovna, Tursunov Jahongir Ulug'bek o'g'li	
Budjet daromadlarining shakllanishida egri soliqlarning ta'sirini ko'p omilli ekonometrik modellashtirishda tahlil qilish.....	299
Abdunazarova Shahnoza Norqo'chqor qizi	
Aksiyadorlik jamiyatlarida investitsion jozibadorlikni oshirish yo'llari.....	304
Abdullayev Boburjon Akbaraliyevich	
Barcha tadbirkorlik subyektlariga teng raqobat sharoitini yaratishda soliq imtiyozlarining o'rni.....	308
Akbarov Akmalxon Akrom o'g'li	
Hisob siyosati va unda biologik aktivlar hisobini yoritib berish tartibini takomillashtirish.....	312
Mirzayeva Nargiza Batirovna	
Talabalarining oilali bo'lishiga ta'sir etuvchi omillarga iqtisodiy baholashda yangicha yondashuv.....	316
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.....	321
Mukhlisa Ikramova	
Aholi turmush darajasini oshirishda moliyaviy savodxonlikning o'rni va iqtisodiy rivojlanishga ta'siri.....	327
Yusupov Muhammadali Soxib o'g'li, J.D. Xojiyev	
Temir yo'l sanoat korxonalarida ijtimoiy-mehnat munosabatlarini boshqarish bo'yicha xorijiy tajriba.....	331
Kadirova Sharofat Amonovna	
Механизм внедрения аутсорсинговой деятельности в АО “Ўзтемирўйўлўловчи”.....	334
Н. Э. Кахарова	
Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni yanada rivojlantirish investitsiyalarni jalb qilishda xorijiy mamlakatlar tajribasi.....	339
Sharipov Bobur Anvar o'g'li	
“STEKLOPLASTIK” MCHJning bozordagi strategik holatini tahlil qilish.....	344
Musyeva Shoira Azimovna	
Agrar sektorda ekologik toza mahsulotlarni ishlab chiqarishning nazariy masalalari.....	350
M. Sh. Nazarova, Z. S. Kazakova	
Methodological Foundations of Bank Lending and Classification of Factors Affecting the Features of Obtaining Loans.....	355
Raxmanova Laylo bahodirovna, A. Karimova	
Agrosanoat klasterlarda tovar-moddiy zaxiralarni samaradorligini KPI orqali baholash uslubiyati.....	359
Toshpo'latov Azizbek Shermuxamadovich	
Faol tadbirkorlar faoliyatida kambag'al oilalarni iqtisodiy-ijtimoiy holatini yaxshilash imkoniyatlari.....	364
Salamov Ibrohim, Nazarova Maryam Sharifovna, Kazakova Zulayxo Saloxiddinovna, Jonibekov Faxriddin Beknazarovich, Kudratov Rizo Turdibayevich, Ulmasova Oygul Baxtiyorovna, Xamdamova Nasiba Ablakulovna, Xudayberdiyeva Ma'rifat Umarovna	
Xo'jalik yurituvchi subyektlar strategiyasi tahlilining o'ziga xos xususiyatlari.....	371
Tursunova Shaxnoza Farxod qizi	
Процессы цифровизации АО “Hududgazta'minot”.....	375
Хусанов Кахрамон Нишонович	
O'zbekistonda aholi turmush darajasini oshirish yo'llari.....	380
Abdullayeva Madina Kamilovna, Eldorbekov G'ofurbek Iskandarbek o'g'li	
Aholi farovonligini oshirishda tadbirkorlik subyektlari uchun kredit tizimini takomillashtirish mexanizmi.....	383
Bobayev Isroiljon Abdinabiyevich	



Mamlakatga jalb qilingan xorijiy kapitalning tovarlar va xizmatlar importi salohiyatiga ta'sirini ekonometrik modellar bilan baholash.....	388
Saydullayev Azamat Jo'raqul o'g'li	
O'zbekistonda bank xizmatlari raqobatbardoshligini baholash mazmuni va o'ziga xos xususiyatlari.....	396
Sh. Madraimov	
Kapital bozorida sug'urta kompaniyalar institutsional investor sifatida.....	399
Xasanova Lola Mamasharifovna	
Yangi O'zbekiston strategiyasida institutsional islohotlarni yanada chuqurlashtirish va ko'p funksiyali raqamlashtirishning ilmiy asoslari.....	402
B. B. Berkinov	
O'zbekiston Respublikasi tijorat banklari orqali jinoiy yo'l bilan olingan daromadlarni legallashtirish mexanizmlari.....	411
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).....	415
Karimov Bekzodjon Ixomovich	
Tashqi savdoni oshirishda boj-tarif siyosatini takomillashtirish mexanizmlari.....	422
Pardayev Ilhomjon G'ulomjon o'g'li	
Финансы или корпоративные финансы.....	428
Уринов Бобур Насиллоевич	
In Ensuring Economic Development in the Country Green Economy and its Features.....	434
Akhunova Shakhistakhon Nomonjanovna, Abdusattorova Mokhirabonu Abdugoppor kizi	
Tijorat banklarining investitsiya faoliyatini rivojlantirish yo'nalishlari.....	439
Jo'rayev O'ktam Panji o'g'li	
Сокращение уровня бедности в Узбекистане.....	445
Амирджанова Ситора Суннат кизи	
Paxtachilik sohasida ishlab chiqarish jarayonlari samaradorligini oshirishning innovatsion yechimlari va uning foydaga ta'sirini baholash.....	450
S. B. Inoyatov	
Tijorat banklarida muammoli kreditlar bilan ishlash amaliyotidagi muammolar va ularni barataraf etish yo'llari.....	455
Maxmudov Rahimjon Hamid o'g'li	
Mahalliy budjet daromadlarining nazariy va ilmiy asoslari.....	462
Ollokulova Feruza Mansurovna	
Kambag'allikni qisqartirish – aholi turmush farovonligini ta'minlashning muhim omili.....	465
Usmanov Baxodir Baxtiyorovich	
Raqamli marketingni rivojlantirish zaruriyati.....	471
Xalmuxamedova Zebaxon Babaxanovna	
Tijorat banklari o'rtasidagi raqobatni rivojlantirish orqali fond bozorida aksiyalar narxini barqarorligini ta'minlash istiqbollari.....	475
M. Yuldosheva	
Konchilik sanoati korxonalarida innovatsion faoliyatni rivojlantirish mexanizmlarining ilmiy-nazariy asoslari.....	482
Kurbanova Mehriniso Nematjanovna	
O'zbekistonda banklar moliyaviy xizmatlari va ular sifatining amaldagi holati tahlili.....	489
Mirzayev Mirza Abdullayevich	
Oliy ta'lim muassasalarining iqtisodiy samaradorlikning raqobatbardoshligini institutsional tahlil qilish mexanizmi.....	494
Saydullayeva Saodat Abdumajidovna	
Integrasiya sharoitida to'qimachilik sanoatining rivojlanishi.....	501
Ziyayeva Muhtasar Mansurdjanovna	
Auditorlik tekshiruvini tashkil etish va o'tkazish jarayonlarini takomillashtirish.....	505
Karamatova Noiba Husnitdinovna	
Davlatning iqtisodiy xavfsizligini ta'minlashning nazariy jihatlari.....	512
Mamatov Mamajan Axmadjonovich	
Экономическое сознание и экономическое мышление: теоретический анализ.....	519
Пардаев Мамаюнус Каршибаевич, Мухаммедов Мурод Мухаммедович	



O'zbekiston respublikasi tijorat banklari tomonidan qurilish korxonalarini kreditlashni takomillashtirish yo'llari	524
Sultonov Baxram Begdullayevich	
Роль искусственного интеллекта в современных технологиях медиаобразования в высших учебных заведениях.....	528
Самигова Гуландом Абдужаббаровна	
Talabalarga moliyaviy yordam dasturlari va ularning ta'lim sifatiga ta'siri	536
Mirzayeva Muhlisa Ubaydullo qizi	
Mintaqaviy investitsion jozibadorlik va investitsion siyosat: nazariy talqin	541
Muminov Akmal Tulkunovich	
Mamlakatni ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotida oliy ta'lim tizimining ta'siri	545
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	550
Shukurov Ilxom Safarboyevich	
Turli mamlakatlarda oliy ta'limni moliyalashtirish yo'llari	557
Umarova Moxigul Maxmayunus qizi	
Dehqonchilikni innovatsion asosda rivojlantirishning xorijiy tajribasi.....	562
Yuldashev G'iyos Turabekovich	
Tijorat bank xizmat turlarini islomiy bank xizmatlari orqali rivojlantirish istiqbollari	566
Bayjanova Gozsal Sarsengaliyevna	
Qishloq xo'jaligi mahsulotini baholash va hisobga olishning uslubiy jihatlarini takomillashtirish	572
Boltayev Abror Sayitmuradovich	
Секреты интересного урока в начальной школе.....	579
Гараева Олеся Владимировна	
Iqtisodiyotni barqaror rivojlanishda yashil iqtisodiyotning o'rni.....	582
Ibragimova Gulchehra Toxirovna	
Mahsulot va xizmatlarni raqamli transformatsiyasini amalga oshirish algoritmi.....	586
Kucharov Abrorjon Sobirjanovich, Bobojonov Azizjon Babaxanovich, Abdurakhmonov Abdumalik Abdurashidovich	
O'zbekiston Respublikasining soliq tizimi mamlakatda yashirin iqtisodiyot ulushini qisqartirish vositasi sifatida.....	593
Nabiyev Feruz Nurmurodovich	
Fundamentals of Innovative Management and its Organizational Control	599
Akramova Aziza Abduvohidovna, Maqsudov Bunyod Abdusamatovich	
Moliyaviy menejment tizimini rivojlantirishda raqamli marketingdan foydalanishning afzalliklari.....	604
Sobirjonov Sanjar Sobirjonovich	
Оценка экономической эффективности использования фотоэлектрической тепловой установки.....	608
Жураев Ислон Рахматович, Юлдошев Исроил Абриевич, Жураева Зухра Исламовна	
Ilmiy darajali kadrlar tayyorlash sohasida xalqaro tajriba.....	614
Fazliddinov Shohruh Shamsiddinovich	
Turizm infratuzilmasi va uning tarkibiy tuzilishi	621
Po'latov Ma'murjon Murodjon o'g'li	
Oliy ta'lim xizmatlari bozorining rivojlanishi sabablari.....	625
Abdukadirova Kamola Azimovna	
Mintaqada turizm sohasini rivojlantirishda xorijiy mamlakatlar tajribalari.....	629
Isomiddinov Inomjon Qurvonali o'g'li	
Ichki turizmni rivojlantirish bo'yicha infrastruktura holati.....	636
Dehqonov Burxon Rustamovich	
Soliqqa tortish maqsadida kadastr qiymatlarini aniqlash mexanizmlarini takomillashtirish yo'llari.....	642
Kamilov Abror Anvarovich	
O'zbekistonda uylarning energiya samaradorligini oshirish.....	647
Dodiyev Fozil O'tkurovich	
O'zbekistonda talant menejmentni tatbiq etish istiqbollari.....	653
Mirzaliyev Sanjar Maxamatjon o'g'li	
Raqamli iqtisodiyot sharoitida tibbiyot sohasini moliyalashtirish istiqbollari.....	658
Muxammadiyev Ramz Zoirjon o'g'li	



Bulutli texnologiyalardan foydalangan holda resurs xarajatlarini optimallashtirish: tahlil va boshqarish	663
Saitkamolov Muxammadxo'ja Sobirxo'ja o'g'li, Karabayev Rustam Zafarovich	
Milliy iqtisodiyotni rivojlanishida sug'urta institutlarining tutgan o'rne	673
K. A. Sharipov, D. Jo'rayev	
Tadbirkorlik nazariyasining evolyutsion talqini.....	678
Aripov Oybek Abdullayevich	
Enhance Export Potential of Private Entrepreneurship and Small Venture.....	683
Nosirova Nargiza Jamoliddin qizi	
Mintaqa barqaror rivojlanishini cheklovchi ekologik omillar tahlili.....	690
Adilova Marg'uba Tursunaliyevna	
Improving the Efficiency of Industrial Enterprise Activities in the Age of Digital Technologies	698
Avloqulova Sadoqat Sobirjon qizi	
A study of green marketing practices in the retail industry – Advantages and disadvantages.....	705
Davronova Zilola Gulomovna	
Tijorat banklarining korporativ xizmatlarini transformatsiyalash jarayonini rivojlantirish.....	709
Farmanova O'g'li Aliqul qizi	
Davlat moliyaviy nazorat tizimini rivojlantirish istiqbollari.....	715
Maxmudov Azamat Normuradovich	
Xorijiy banklarning moliya injiniringi mahsulotlari va rivojlanish istiqbollari	721
Saipnazarov Sherbek Shaylavbekovich	
O'zbekistonda turizm xizmatlari imkoniyatlari: muammo va yechimlar	727
Fayziyev Oybek Raximovich, Xalikov Saydilla Abdraxmanovich	
Sanoat klasterlarini shakllanishining simulyatsiya modelini yaratish	734
Xakimov Ziyodulla Axmadovich, Axmedova Rayxona Jasurbek qizi	
Hududlarni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishning xususiyatlari va ustuvor yo'nalishlari	741
Tolibjon Qazaqov Sharifjon o'g'li	
Raqamli iqtisodiyotda zamonaviy texnika va texnologiyalarning xususiyatlari.....	747
Xusanov Ulugbek Nishanovich	
Biologik aktivlar va qishloq xo'jaligi mahsuloti joriy hisobini tashkil etish bo'yicha xorijiy tajribalar	752
Yusupova Mahfuza Baxtiyor qizi	
Mulkchilikning iqtisodiyotdagi ahamiyatini qiyosiy tahlil qilish (O'zbekiston va Shvetsiya misolida).....	757
Odil Norboyev	
Ipoteka krediti riskining ayrim nazariy jihatlari.....	761
Xamraqulova Gulnozaxon Faxriddin qizi	
Xalqaro turizm bozorining rivojlanish tendensiyalari va unda O'zbekistonning ishtiroki.....	764
Eshtayev Alisher Abdug'aniyevich, Bobobekova Nargiza Baxtiyorovna	
Tijorat banklari fond bozoridagi aksiyalar narxini o'zgarishini ebo moduli orqali aniqlashning ekonometrik tahlili.....	769
Yuldoshova Manzura Ollashkurovna	
Organizational mechanism of sustainable development of the tourism industry, role and application of technologies.....	780
Sayfutdinov Shuxratjon Sultonovich	
Banklarda risklarni diversifikatsiyalashning mohiyati va ahamiyati	787
Baxriddinov Sharofiddin	
Davlat oliy ta'lim muassasalarida daromad va harajatlarning o'zaro mutanosibligi.....	793
Gafurov Anvar Bazarbayevich	
To'g'ridan to'g'ri xorijiy investitsiyalarning O'zbekiston iqtisodiyotiga ta'siri: tahlil va istiqbollar.....	799
Raxmanov Bekzod Ibragimovich	
Инновационный и развивающий менеджмент в сфере услуг	803
Axtamova Mo'xigul Erkinovna	
Ishsizlarni kasb-hunarga o'qitish asosida raqobatbardoshligini oshirish	807
Bakiyeva Iroda Akbarovna	
Dehqon xo'jaliklarida yetishtirilgan grek yong'og'ini iste'molchilarga yetkazib berish yo'llari	811
Inobatov Abror Boshlarovich	
Комплаенс и риск менеджмент в международных гуманитарных организациях	817
Мухамеджанов Баходир Кахрамонович	
Ipakchilik korxonalarida innovatsion faoliyatni boshqarishning o'ziga xos xususiyatlari.....	822
Aliyeva Nodiraxon Abdumalikovna	



Soliqlarning yig'iluvchanligi va unga ta'sir etuvchi omillar tahlili.....	826
Abdurasulov Alisher Abdurasulovich	
Soliq islohotlari: u qanday bo'lishi kerak?	831
Hotamov Alisher Farxodovich	
Анализ операционных процессов экспорто-ориентированных хлопково-текстильных кластеров.....	837
Джурабаев Отабек Джурабаевич	
Ish bilan bandlikni sifat xususiyatlari asosida baholashga zarurat: ilmiy-nazariy yondashuvlar	842
Qurbonov Samandar Pulatovich	
Technology of Formation of Profession-Oriented Communication Competences in Training of Future Specialists in Higher Education Institutions.....	848
Rajapov Sulaymon	
Improving The Methodology of Developing Professional and Communicative Skills in Future Economists (In the Case of Teaching English).....	852
Samandarova Nargiza	
Sanoat mahsulotlarining raqobatbardoshligini oshirishda innovatsion texnoparklardan foydalanish muvaffaqiyatiga ta'sir etuvchi omillar.....	860
Sobirxonov Akbarxon Aziz-o'g'li	
Oziq-ovqat sanoati korxonalarida investitsion salohiyatni shakllantirishning mazmuni va ahamiyati	865
Xamrayev Nodirbek Ravshanovich	
O'zbekistonning moliyaviy siyosati: tarkibiy tuzilishi va tahlili	872
Jabborova Dilafuz Sodiq qizi	
Institutsional islohotlarni chuqurlashtirish sharoitida lizing investitsiyalarini rivojlantirishning nazariy-uslubiy jihatlari	879
Axmediyeva Aliya Toxtarovna	
Hududlar rivojlanishini ta'minlashda erkin iqtisodiy zonalarining ahamiyati.....	885
Salomat Norova	
Yo'lovchi tashish xizmatlari sohasida korxonalar faoliyatini strategik rejalashtirishga ta'sir etuvchi omillari tahlili.....	889
Abarov Mashxurbek Ismonaliyevich, Pulatova Gulchexra Erkinovna	
Andarrayting xizmatining AQSh sug'urta bozorida tutgan o'ri	895
Qarshiyev Daniyar Eshpulatovich	
Konsolidatsiyalashgan moliyaviy hisobotlarni tuzishda aktivlarni qadrsizlanishga tekshirish.....	900
Tojiyev Behzod Bekmurod o'g'li	
Yangi O'zbekiston iqtisodiyotida kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish – muhim yo'nalish.....	904
Dushaboyev Mirjalol	
Recreational potential of Uzbekistan and prospects for the development of wellness tourism in the country....	912
Amonboyev M., Shaymanova Nigora Yusupovna	
Yashil marketing: tushunchasi, mohiyati, kelib chiqishi, muammolari va istiqbollari	916
G'anieva Madina Bunyodali qizi, Ziyayeva Muhtasar Mansurdjanovna	
Innovatsion menejment va raqamli transformatsiyalarni joriy etishning metodologik asoslari.....	923
Quldoshev Asliddin Tursunovich	
Lizing munosabatlarini rivojlantirishda raqamli marketing strategiyalari.....	928
Yusupova Feruza Yo'ldoshevna	
Analysis of the Transformation and Development Trends of the Higher Education System in Uzbekistan.....	934
Zufarova Nozima Gulamiddinovna	



LIZING MUNOSABATLARINI RIVOJLANTIRISHDA RAQAMLI MARKETING STRATEGIYALARI

Yusupova Feruza Yo'ldoshevna

PhD, Ma'mun universiteti NTM

Annotatsiya: Hozirgi kunda barcha samarali faoliyat ko'rsatayotgan korxonalarining asosiy tarkibiy qismi raqamli marketing hisoblanadi. Korxonalar globalashuv sharoitida raqamli marketing strategiyalarini amalga oshirishi, o'z mijozlarini jalb etish va raqobatli ustunliklarni ushlab turish uchun turli raqamli vositalar va usullardan foydalanishlari, o'z raqobatchilaridan bir qadam oldinda yurishlari, raqamli marketingning ilg'or yondashuv va strategiyalarini taklif etishlari juda muhim. Maqolada lizing munosabatlarini rivojlantirishda raqamli marketing strategiyasiga qo'yiladigan ba'zi talablar ko'rib chiqilgan.

Kalit so'zlar: Marketing, raqamli marketing, strategiya, marketing strategiyasi, lizing munosabatlari.

Abstract: Nowadays, digital marketing is a key component of all successful businesses. It is very important for businesses to implement digital marketing strategies in the context of globalization, use various digital tools and methods to attract their customers and maintain competitive advantages, stay one step ahead of their competitors, and offer advanced digital marketing approaches and strategies. The article examines some of the requirements for a digital marketing strategy in developing a leasing relationship.

Key words: Marketing, digital marketing, strategy, marketing strategy, leasing relationship.

Аннотация: Настоящее время цифровой маркетинг является ключевым компонентом любого успешного бизнеса. Для бизнеса очень важно реализовывать стратегии цифрового маркетинга в условиях глобализации, использовать различные цифровые инструменты и методы для привлечения своих клиентов и поддержания конкурентных преимуществ, оставаться на шаг впереди своих конкурентов и предлагать передовые подходы и стратегии цифрового маркетинга. В статье рассматриваются некоторые требования к стратегии цифрового маркетинга при развитии лизинговых отношений.

Ключевые слова: Маркетинг, цифровой маркетинг, стратегия, маркетинговая стратегия, арендные отношения.

KIRISH

Lizing munosabatlarini rivojlantirishda raqamli marketing strategiyalari o'z ichiga ijtimoiy tarmoqlarda faol bo'lgan kompaniyalar shu jumladan mashhur insonlar bilan xamkorlik munosabatlarini o'rnatish, potensial mijozlarni jalb qilish uchun onlayn qo'llanmadan foydalanishni nazarda tutuvchi kontent marketing strategiyasi yoki mijozlar qo'nimsizligini kamaytirish uchun elektron pochta yoki ijtimoiy tarmoqlardan foydalanishni ifodalovchi marketing o'sish strategiyasi muhim o'rin tutadi. Lizing munosabatlarida raqamli marketing strategiyalari – ijtimoiy tarmoqlarni o'zida mujassamlashtiruvchi internet tarmoqlari yordamida lizing korxonalarini marketing maqsadlariga erishish imkoniyatlarini ifodalovchi reja hisoblanadi. Mamlakatimiz Prezidenti tomonidan ilgari surilgan Raqamli O'zbekiston–2030 strategiyasida “qishloq xo'jaligi korxonalariga lizing asosida yetkazib beriladigan texnikalar uchun mobil ilova dasturini yaratish”^[1] vazifalari belgilab berilgan. Ushbu vazifalarni samarali amalga oshirish orqali mamlakatimizda lizing munosabatlarini rivojlantirish muhim ahamiyat kasb etadi. Lizing munosabatlarini amalga oshirishda internet tarmoqlaridan, raqamli marketingning taktik rejalaridan foydalanishni va strategik rejalariga qancha mablag' ajratilishi, uning samaradorlik darajasini chuqur tahli qilish zarurati tug'ilmoqda. Lizing munosabatlarini rivojlantirish uchun raqamli marketing strategiyalarini yaratish eng muhim qadam hisoblanib, ushbu strategiyalarni yaratishda texnoparklar, ilmiy-tadqiqot muassasalari bilan hamkorlikni yo'lga qo'yish korxonalar raqobatbardoshligini oshirish va daromad hamda mijozlar sonini ko'paytirishga imkoniyat yaratadi.



MAVZUGA OID ADABIYOTLAR SHARHI

Raqamli marketing strategiyasi – bu sizning buyuk g'oyalaringizni, hamda jamoangiz va biznesingiz g'oyalari mustahkam, kelishilgan va biznesingizga mos keladigan yagona strategiyada birlashuvini ifodalovchi tushuncha hisoblanadi. Ushbu strategiya ko'zda tutilayotgan maqsadlarni amalga oshirishda yuqori ishonch, aniq shakllantirilgan reja sifatida faoliyat yurituvchi bir qancha bosqichlardan o'tishi lozim. Raqamli marketing strategiyasini amalga oshirishda quyidagi sohalarga e'tibor qaratish maqsadga muvofiq: mavjud imkoniyatni anglab olish; o'z biznesingizni mukammal bilish; mijoz hulq atvorini o'rganish; to'qnashish mumkin bo'lgan potensial muammolarga oldindan tayyorgarlik ko'rish; muqobillikni ta'minlash; mos raqamli kanallar imkoniyatlarini aniqlash; strategiyani taxlil qilish va rivojlantirish va boshqalar [2].

Raqamli marketing – bu internetda istalgan reklama shakli yoki tovar harakati usuli hisoblanadi. Bu raqamli bannerdagi reklama, Facebook ijtimoiy tarmog'i yangiliklar tasmasida ko'rsatiladigan ma'lumotlar yoki internetda kompaniya kontentida iste'molchilarni o'z mahsuloti bilan tanishtiruv yo'llari ko'rinishida namoyon bo'ladi [3]. Har kuni ertalab istalgan kompaniyalar mijozlarining 66 foizi o'zining elektron pochtasini ko'zdan kechirishadi. To'g'ridan to'g'ri marketing vositalari investitsiyalar rentabelligi 4400 foizni tashkil qiladi, ya'ni marketing munosabatlari uchun ajratilgan har bir dollar xarajat evaziga 44 dollar ishlab topish imkoniyati mavjud [4]. Lizing munosabatlarini rivojlantirishda rentabellik masalasiga alohida urg'u berilishidan asosiy maqsad innovatsiyalarning shiddat bilan tarqalayotgan bir sharoitda ma'naviy eskirish xavfidan qisman saqlab qolish imkoniyatini berishdan iborat. Texnika va texnologiyalarning ma'naviy eskirishi lizing munosabatlari ishtirokchilari oldida turgan dolzarb muammo hisoblanadi. Shu munosabat bilan raqamli marketing strategiyalarini lizing munosabatlarida foydalanish barcha tomonlar uchun o'z vaqtida daromad olish va yuqori rentabellikka erishishi imkonini beruvchi asosiy mexanizm hisoblanadi.

Shuningdek, Chix-Ven Vu, Dolores Botella-Karrubi va Kristina Blanco-Gonzalez-Tejero korxonalar raqamli marketing strategiyasidan foydalanish, ularning moliyaviy ko'rsatkichlarini oshirishi mumkinligini, ushbu nazariya uchun asosli bo'lgan raqamli marketing strategiyasining tashkilot faoliyatiga va innovatsionlikni raqamli marketing strategiyasiga ijobiy ta'sirlari takliflarni keltirishadi [5].

Raqamli marketing strategiyalari kompaniyalarga mijozlar ehtiyojlarini to'liq anglash va qondirishda muhim ahamiyat kasb etadi [6]. Raqamli marketing strategiyalari Italiyaning vino biznesida ijobiy qabul qilinib, ayniqsa mayda vino ishlab chiqaruvchilarning mahsulotlari to'g'risida turli xil ma'lumotlar berilishi an'anaviy marketing strategiyalariga nisbatan ancha samarali va jahon bozoriga chiqish imkonini beradi [7].

Fikrimizcha, raqamli marketing strategiyasidan foydalanish korxonalar uchun yangi imkoniyatlarning ochilishiga va strategik qarorlar qabul qilinishida raqobatbardoshlikni oshirishga ijobiy ta'sir qiladi.

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Tadqiqotda guruhlash, abstrakt-mantiqiy fikrlash, monografik, taqqoslash, solishtirma tahlil, ekspert baholash, so'rovnomalar, iqtisodiy-matematik, statistik, klaster tahlil, STEP tahlil usullaridan foydalanilgan.

TAHLIL VA NATIJALAR

Raqamli marketing strategiyalaridan lizing munosabatlarida foydalanmaslik oqibatida yangi mijozlarini jalb qilinishi, lizing mahsulotlari to'g'risida ma'lumotlarning keng yoyilishiga to'sqinlik qilish hamda daromad olish imkoniyatlari boy berilishi mumkin. Raqamli texnologiyalar biznesning ajralmas qismiga aylangan bir jamiyatda lizing munosabatlarini takomillashtirishda o'ziga xos raqamli marketing strategiyalarini tanlash va doimiy ravishda yangilab borish lizing kompaniyalari olidiga turgan dolzarb masala bo'lib qoladi.

Raqamli marketing strategiyalaridan foydalanish orqali lizing munosabatlari oldida turgan yuksak maqsadlarga erishish uchun yo'l xaritalarini ishlab chiqishning imkoni yo'q. Lizing korxonalarida oldida turgan vazifalar aniq bo'lsa ham ularni amalga oshiruvchi mexanizm yo'qligi lizing munosabatlarini takomillashtirishdagi asosiy to'siqlardan biri hisoblanadi. Lizing munosabatlarini rivojlantirishda yaratiladigan raqamli marketingga sarmoya kiritishdan oldin, barcha jabhalarni qamrab oluvchi optimal raqamli marketing rejasini ishlab chiqish talab qilinadi.

Lizing munosabatlarini rivojlantirishda raqamli marketing strategiyalarini yaratish quyidagi 8 ta bosqichdan iborat

1. **Lizing brendini yaratish.** Lizing munosabatlarini rivojlantirish bevosita lizing korxonasining brendini shakllantirishdan boshlanib, bunda eng e'tiborli jihati brend shakli va jozibadorligi muhim jihat hisoblanadi. Bundan tashqari brend kompaniyalarni tajribalarini puxta o'rganish va ularning brend yo'riqnomalari bilan tanishib, korxonalar brend yo'riqnomasini shakllantirish va unga qat'iy amal qilinishini ta'minlashda sustkashlikka yo'l qo'ymaslik lozim. Lizing brendiga beriladigan baholar va takliflarni o'z vaqtida o'rganib borish va raqamli savdo nuqtalari (digital selling points (DSPs)) haqida chuqur fikr yuritish va ushbu nuqtalardan doimiy ravishda sotuvni tashkil qilish masalalariga e'tibor qaratish zarur.



- Lizing mahsulotlari va xizmatlarining xaridorlarini shakllantirib olish.** Lizing munosabatlarini rivojlantirishda xaridorlarning segmentini yaratish lizing korxonasi tomonidan qamrab olinuvchi xaridorlar guruhini aniqlash uchun mexanizm sifatida foydalanish tavsiya qilinadi. Bunda foydalanuvchilarning demografik xususiyatlari hamda lizing kompaniyasi mahsulot va xizmatlarini tanlashga undovchi motivlar to'g'risida oldindan fikr yuritilishi maqsadga muvofiq.
- SMART maqsadlarni ishlab chiqish.** Lizing munosabatlarini rivojlantirishda raqamli marketing strategiyasini amalga oshirish uchun maxsus (specific), o'lchovli (measurable), muvafaqqiyatga erishtiruvchi (achievable), haqqoniy (realistic) va o'z vaqtida (timely) amalga oshiriluvchi maqsadlarni ishlab chiqish kelajakda lizing korxonasi barqaror rivojlanishiga xizmat qiluvchi omil sifatida muhim ahamiyat kasb etadi. Bunda lizing korxonasi qisqa va uzoq muddatli maqsadlarini ajratib olgan holda lizing munosabatlarida raqamli marketing strategiyalarini qo'llab korxonaning moliyaviy barqarorligini oshirishni ko'zda tutadi.
- Raqamli marketing strategiyasini tanlash.** Lizing munosabatlarini rivojlantirishda eng optimal raqamli marketing strategiyasini tanlovi masalasi lizing korxonasi oldida turgan vazifalardan biri hisoblanadi. Bunda zamonaviy strategiyaga emas balki lizing korxonalar uchun yuqori daromad keltiruvchi usullariga e'tibor qaratgan ma'qul.
- Raqamli marketing budjetini shakllantirish.** Lizing munosabatlarini rivojlantirishda raqamli marketingdan samarali foydalanish bevosita unga ajratiladigan xarajatlarni optimal hisob-kitobini amalga oshirishni taqozo etadi.
- Strategiya uchun aqliy hujum.** Lizing munosabatlarini rivojlantirish uchun mo'ljallangan strategiyani rejalashtirish yo'li bilan ushbu strategiyani muvafaqqiyatga yo'naltirish mumkin. Agar lizing mahsulotlar va xizmatlarini reklama qilishni maqsad qilinsa, avvalo reklama xarajatlarini hisoblab chiqish zarur.
- Lizing kompaniyasini ishga tushirish.** Rejalashtirilgan jarayonlar asosida lizing mahsulotlarini raqamli kanallar orqali sotish tizimi faliyatini boshlash lozim. Bu bosqichda barcha raqamli sotuv kanallariga tegishli bo'lgan kuzatuv va nazoratni amalga oshiruvchi bo'g'in yoki dastur ishlab chiqilishi talab qilinadi. Misol sifatida lizing korxonasi rasmiy veb saytida Google Analytics bo'yicha kuzatuv kodi joylashtirilganligi asosida ham kuzatib borish imkonini mavjud.
- Natijalarni kuzatib borish.** Lizing munosabatlarini rivojlantirishda doimiy kuzatib borish orqali raqamli marketing strategiyalari samaradorligini nazorat va o'lchovini amalga oshirib borish talab qilinadi. Buning uchun Google Analytics, Google Search Console va Google Ads ilovalaridan foydalanish raqamli marketing strategiyalarini oson kuzatib borish va investitsiyalar rentabelligini (ROI) hisoblab borishga katta imkoniyat yaratiladi.



3.1-rasm: Lizing munosabatlarini rivojlantirishda foydalaniladigan raqamli marketing strategiyalar turlari¹

Yuqorida keltirilgan sakkizta bosqich lizing munosabatlarini rivojlantirishda dastlabki raqamli marketing strategiyasini tanlovini amalga oshirish uchun qo'llanma hisoblanadi. Bundan tashqari ishchan raqamli marketing strategiyasini ishlab chiqish uchun onlayn marketing xizmatlarini ko'rsatuvchi firmalarga murojaat qilish mumkin.

Lizing munosabatlarida eng samarali raqamli marketing startegiyalari ichida muqobil qidiruv tizimi (SEO) hisoblanadi. SEO - bu lizing korxonasi veb saytini takomillashtirish jarayoni hisoblanib, lizing munosabatlariga tegishli asosiy kalit so'zlar va iboralar asosida qidiruv natijalarini yuqori samaradorligini ta'minlashga xizmat qiladi. Lizing munosabatlarini ifodalab beruvchi kalit so'zlardan foydalanish orqali lizing korxonasi reytingi ortib, faoliyatga qiziquvchilar sizning veb saytingizga tashrif buyurib to'g'ridan to'g'ri ma'lumotlar olish imkoniyatiga ega bo'ladilar.

¹ Muallif ishlanmasi.



SEOning asosiy maqsadi lizing munosabatlarini rivojlantirishda ishtirok qiluvchi tomonlar uchun veb-sayt tezligini yo'naltirishdan iborat. Bular lizing iste'molchilari hisoblanib, lizing mahsulotlari va xizmatlarini faol ravishda izlayotganlar hamda eng ko'p veb saytdan foydalanuvchilardir.

Lizing munosabatlarini rivojlantirishda raqamli marketing strategiyalaridan foydalanish to'g'risida fikr yuritilsa, bevosita SEO zaruriy talab sifatida qaralishi maqsadga muvofiq, chunki SEO sotuv tarmog'ining istalgan qismida joylashgan har bir maqsadli iste'molchilar guruhi a'zolarini, ularning qayerda va qanday holatda bo'lishidan qat'iy nazar qamrab olish ikonini yaratadi. Buning asosiy sababi, har qanday foydalanuvchi yangi lizing mahsulotlari va xizmatlarini qidiruv tizimlari orqali izlab boshlaydi.

Dunyoda 80 foiz iste'molchilar o'ziga kerakli mahsulot va xizmatlar to'g'risidagi ma'lumotlarni internetdan oladilar. Qidiruv natijasida ushbu foydalanuvchilarning 50 foizidan ortig'i yangi korxonalar va mahsulotlarini topadilar. Agar SEO lizing munosabatlari raqamli marketing strategiyasiga aylansa, bunda ushbu biznes bevosita yuqori daromadli yo'nalish sifatida e'tirof qilinadi.

SEOni lizing munosabatlarini rivojlantirishda raqamli marketing strategisi sifatida tanlash uchun quyidagi ikkita asosiy yo'nalishni keltirib o'tish maqsadga muvofiq deb hisoblaymiz:

- foydalanuvchilarning 10 foizdan kamrog'i qidiruv natijalarining ikkinchi varag'ini ko'rib chiqadilar.
- foydalanuvchilarning 30 foizdan ko'prog'i qidiruv natijalari ro'yxatidagi birinchi natijadan o'ziga kerakli mahsulot yoki xizmatni topib oladilar.

Shunday qilib, SEOdan lizing munosabatlarini rivojlantirish uchun foydalanishda, asosiy iste'molchilar guruhini jalb qiluvchi hamda potensial iste'molchilar uchun jozibador kalit so'zlar va iboralarni veb saytda ko'proq ishlatilishi maqsadga muvofiq deb hisoblaymiz.

PPC – bu kim oshdi savdosi tizimga asoslangan reklamani pulli shakli hisoblanadi. Bitta tugmada to'lovda (PPC) lizing kompaniyalari reklamalarini ko'rsatilishini istagan kalit so'zlar bo'yicha taklif kiritishadi. Agar foydalanuvchi qidiruvda reklamada ko'rsatilgan kalit so'z ishtirok qilsa, lizing taklifi bo'yicha reklama qidiruv varag'ining ro'yxatidan joy oladi. Shundan so'ng foydalanuvchi sizning reklamangizni tugmasini bosadigan bo'lsa, lizing kompaniyasi ushbu tugma uchun pul to'laydi. Boshqacha qilib aytganda lizing beruvchi, reklamani joylashgan joy uchun emas balki har bir bosilgan tugma uchun to'lovni amalga oshiradi.

Lizing munosabatlarida ko'proq lizing takliflarini beruvchi tomon o'zining lizing mahsulotlarini reklama qilishida kalit so'zlarni tanlashda noodatiy usullardan foydalanish ya'ni ko'proq iste'molchilar o'rtasida so'rovnomalar, aqliy hujum, ekspert tahlillar o'tkazish maqsadga muvofiq deb hisoblaymiz. Lizing munosabatlarini rivojlantirishda PPC dan foydalanish bevosita qilingan investitsiya qaytimi (ROI) tezligi yuqori ekanligi bilan izohlash mumkin. PPC qidiruv tizimlaridagi, ijtimoiy tarmoqlardagi va boshqa raqamli platformalardagi reklamalarni ham o'z ichiga oladi. Lizing beruvchi Telegram, Mail agent, Line, WeShat va boshqa o'zaro axborot almashinuvni tashkil qiluvchi ilovalarda ham reklama berib, lizing mahsulotlarini sotuvini tashkil qilishi ham PPC tizimi orqali amalga oshirish imkoniyati mavjud. PPC foydalanuvchilarni tanlov asosida o'ziga jalb qilishga asoslanib, bundan asosiy maqsad iste'molchilarni lizing mahsulotlari va xizmatlarini sotib olishga tayyorlash hisoblanadi. Foydalanuvchi reklama tugmasini bosishi bilan lizing kompaniyasi rasmiy saytiga o'tadilar va harkatlanishga chaqiruvni (sall-to-action) ko'radilar. Keyingi bosqichlarda lizing mahsulotlari sotib olish, yangiliklardan bo'lish uchun a'zolik va boshqa amallarni bajarish jarayonlari amalga oshiriladi.

PPC orqali reklama – pullik reklamani eng samarali usullaridan biri hisoblanadi. Bugungi kunda lizing munosabatlarini rivojlantirishda faqat raqamli marketing strategiyalaridan foydalanish lizing kompaniyasining yuqori sur'atda o'sishini ta'minlashda PPC reklamasidan keng foydalanish eng samarali yo'nalish ekanligini anglab olish lozim. Agar lizing kompaniyasi ma'lumotlari qidiruv tizimlarida oxirgi varaqlarda joylashdigan holatda ushbu usul foydalanish asosida kompaniyasi veb-saytini qidiruv tizimlari natijalarida eng yuqori o'ringa ko'ratilishiga yordam beradi.

Lizing kompaniyasi tomonidan PPCdan raqamli marketing strategiyasi sifatida foydalanadigan bo'lsa, Google Ads uchun qilingan har bir dollar investitsiya hisobiga 8 dollar ishlab topish imkoniyati paydo bo'ladi. Google qidiruv tizimi tomonidan 1 sekundda 60 000 dan ziyod, bir yil davomida esa 2 trilliondan ortiq qidiruv so'rovnomalarini amalga oshiradi, bu jarayonda lizing munosabatlarini rivojlantirish uchun bevosita PPC raqamli marketing strategiyasi lizing kompaniyalari uchun eng maqbul platforma ekanligidan dalolat beradi. Shundan kelib chiqib Google Ads tizimida reklamaga katta mablag'larni yo'naltirish natijasida yuqori investitsiya rentabelligiga erishish mumkin.

Raqamli savdo tahlillari asosida PPC bo'yicha tayyorlagan reklama tugmasini bosuvchi foydalanuvchilarning 50 foizi ushbu mahsulotlarni sotib olishi aniqlangan. PPC reklamalarida kalit so'zlar tanlov xususiyatiga ega ekanligidan kelib chiqib, lizing munosabatlarini rivojlantirishda lizing mahsulotlari va xizmatlarini foydalanuvchilar tomonidan sotib olinishi odatiy hol hisoblanadi. Bu esa raqamli marketing strategiyalari tarkibida ajralmas tarkibiy qism sifatida PPCning o'ziga xos o'ringa ega ekanligini bildiradi.



Agar lizing mahsulotlarini kalit soʻzlar boʻyicha qidiruv tizimi natijalarida birinchi oʻrinni egallagan boʻlsa ham, PPC reklamasi ushbu jarayonda ham sotishni yanada optimallashtirish uchun xizmat qilishini tushunib olish yuqori surʼatlarda oʻsishni taʼminlaydi deb hisoblaymiz.

Lizing munosabatlarini rivojlantirishda kontent marketingdan foydalanish orqali tomonlar bilan aloqalar oʻrnatish va ularni jalb qilish va qamrovini kengaytirish kontentga asoslanib tashkil qilinadi. Bunday kontent video materiallar, bloglarda yoritiladigan xabarlar, infografika va boshqa raqamli materiallarni oʻz ichiga olib, bevosita foydalanuvchilar uchun qiziqish uygʻotishdan iborat. Bunda alohida eʼtiborli jihati berilgan maʼlumotlar tijorat maqsadida emas balki maʼlumot berish tarzida amalga oshiriladi.

Kontent marketingning raqamli marketing strategiyasi sifatidagi asosiy maqsadi – lizing munosabatlarini rivojlantirishda ishtirok qiluvchi tomonlarga zaruriy maʼlumotlarni taqdim qilish hisoblanadi. Buning natijasida berilgan maʼlumotlarga asosida veb-saytga tashrif buyuruvchilar soni koʻpayib, daromad hajmi keskin ravishda oshishiga erishiladi. Texnik nuqtayi nazardan kontent marketing qidiruv tizimlarida lizing kompaniyasi kontentini optimallashtirishga yoʻnaltirilib, qidiruv natijalarida kompaniya virtual koʻrinishini takomillashtirish hisoblanadi.

Elektron pochta marketingi lizing munosabatlarini rivojlantirishda doimiy mijzlarni saqlab qolish va yangilarini jalb qilishga asoslanadi. Bu lizing kompaniyasi haqida maʼlumotlarga ega boʻlishning eng samarali usuli hisoblanib, doimiy ravishda eʼtibor markazida boʻlish va lizing munosabatlarini davomiyligni taʼminlashda muhim oʻrin tutadi.

Lizing munosabatlarini rivojlantirishda mijzlarning doimo eʼtibor markazida boʻlish raqamli marketing strategiyasi sifatida elektron pochta marketingning asosiy maqsadi boʻlib hisoblanadi. Bunda tashqari moliyaviy munosabatlarda yaʼni mavjud kapitalni saqlab qolish yoki koʻpaytirish faoliyati bilan shugʻullanuvchi biznes vakillariga zaruriy maʼlumotlarni yetkazish yaʼni soha faoliyatiga doir yangiliklar, yangi lizing mahsulotlari va kuponlar tarqatish va boshqa samarali yoʻllar bilan mijozlar soni koʻpaytirishdan iborat.

Lizing munosabatlarini rivojlantirishda ijtimoiy tarmoq marketingi lizing kompaniyalari toʻgʻrisida maʼlumotlarga ega boʻlish yangi lizing mahsulotlarini ijtimoiy tarmoqlaridagi platformalarida yoritib borish moʻljallangan. Lizing kompaniyalari ijtimoiy tarmoqlarda doimiy faolligi kompaniya obroʻsining oshishiga toʻgʻridan toʻgʻri taʼsir qiladi.

Ijtimoiy tarmoq marketingining asosiy maqsadi – lizing mahsulotlari va yangiliklardan xabardorlik darajasini oshirish hamda lizing kompaniyasi obroʻsini shakllantirish va doimiy ravishda oshirib borishdan iborat. Bundan tashqari ijtimoiy tarmoqlarda tekin reklamalar tarqatish va yangi maʼlumotlarni berib borish hamda turli hil platformalardagi foydalanuvchilar bilan ham oʻzaro munosabatlarga kirishish imkonini beradi.

Bugungi kunda dunyoning barcha mamlakatlarida yashovchi aholi tomonidan smartfonlardan foydalanish jarayonlari kechmoqda. Shu munosabat bilan ovozi qidiruv yangi va ommalashgan usulga aylanib ulgurdi. Natijada ushbu raqamli marketing strategiyasidan lizing munosabatlarida keng foydalanish lizing kompaniyalari uchun yangi imkoniyatlar taqdim qiladi. Ovozli qidiruvni optimallashtirishning asosiy maqsadi – lizing munosabatlarini rivojlantirish uchun asos boʻladigan kalit soʻzlarning ayrim qismlarini ommalashtirish taʼminlab yuqori oʻsish darajalariga erishishga yordam berish hisoblanadi. Bunda agar lizing munosabatlari eng oxirgi oʻrinlarni egallagan boʻlsa ham, ovozi qidiruv yordamida internetdan foydalanuvchilar oʻrtasida eng yuqori oʻringa koʻrtarilib olish imkoniyati paydo boʻladi.

Lizing munosabatlarini rivojlantirishda video marketingdan foydalanish orqali sotuv hajmini, qamrov hajmini va daromadlarni oshirish hamda faoliyat doirasini kengaytirish mumkin. Ushbu raqamli strategiyaning asosiy quroli boʻlib jozibador video-rolklar tayyorlash va internet sahifalariga, ijtimoiy tarmoqlarga joylashtirish hisoblanadi. Videomarketingning asosiy maqsadi lizing mahsulotlari va xizmatlaridan xabardorlik darajasini oshirish, savdo hajmini koʻtarish va daromadni maksimallashtirishdan iborat. Ushbu maqsadlarga qimmatli vidoyekontenlarni yaratish va foydalanuvchilarga taqdim qilish orqali erishiish mumkin. Bunday raqamli marketing strategiyadan foydalanish isteʼmolchilarning joriy hulq atvorini oʻzgartirishga va lizing munosabatlarini rivojlantirish muhim ahamiyat kasb etadi.

Lizing munosabatlarini rivojlantirishda foydalaniladigan raqamli marketing strategiyasining navbatdagi turi hamkorlik marketinggi hisoblanadi. Bunda har bir hamkor oʻzining saʼyi-harakatlari natijasida jalb qilgan mizojlari yaʼni, bu ijtimoiy tarmoqlar, elektron pochta, Youtube kanallari oqali obuna qilingan hamda lizing mahsulotlari va xizmatlariga qiziqish bildirishida oʻzining hissasini qoʻshganligi uchun olingan daromaddan lizing munosabatlarida ishtirokiga qarab mukofot belgilanadi. Lizing munosabatlarini rivojlantirishda innovatsion marketingdan foydalanish bu yuqorida sanab oʻtilgan barcha raqamli marketing strategiyalarining xos xususiyatlarni oʻzida aks ettrishi bilan ajralib turadi. Ushbu raqamli marketing strategiyasidan dunyo mamlakatlarining koʻzga koʻringan brend kompaniyalarida yaʼni Instagram, Netflix va L'Oreal kompaniyalari amaliyotida keng foydalanib kelinayotganligi toʻgʻrisida maʼlumotlar berilgan.

Lizing munosabatlarida innovatsion marketingdan foydalanish yangi xizmat va mahsulotlarning yaratilish uchun lizing kompaniyalariga asosiy turtki beradi. Innovatsion marketing orqali ijtimoiy tarmoqlarda doimo faol boʻlish, yangi virtual geografik sotuv hududlarni izlash, oldin marketing munosabatlari mavjud boʻlgan xaridorlarni

jalb qilish, onlayn konferensiyalar tashkil qilish va boshqa raqamli marketing vositalaridan kompaniya uchun zaruriylarini tanlab olib daromadni oshirish imkoniyati mavjud. Qisqa qilib aytganda innovatsion marketing - raqamli marketing strategiyalari integratsiyasi asosida vujudga keladi deb hisoblaymiz.

XULOSA VA TAKLIFLAR

1. Lizing munosabatlarini rivojlantirishda raqamli marketing strategiyalari lizing kompaniyalari uchun eng zaruriy vosita ekanligi, har bir raqamli marketing startegiyasining daromadni oshirishga xizmat qilishi hamda lizing munosabatlari ishtirokchilariing kelgusi faoliyatini optimal tashkil qilinishi uchun asosiy mexanizm vositasini bajaradi.
2. Lizing munosabatlari, ayniqsa, kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlari faoliyatini yo'lga qo'yish uchun texnika va texnologiyalar bilan ta'minlashda muhim o'rin tutadi.
3. Lizing munosabatlarini rivojlantirishda raqamli marketing startegiyalarining tahlil qilingan turlaridan keng foydalanish asosida tomonlar o'rtasida kelgusida duch kelinadigan xavf darajalarini yumshatish imkoni mavjud. Lizing munosabatlarini rivojlantirish nafaqat ishlab chiqaruvchi yoki lizing kompaniyalari uchun balki butun aholi turmush faoliyatida zaruriy bo'lgan mahsulotlarni ishlab chiqish va xizmatlar ko'rsatish hamda pirovardida aholi turmush farovonligini oshirishga olib keladi.
4. Raqamli marketing strategiyalari asosida lizing munosabatlarini rivojlantirish lizing kompaniyalari va unda ishtirok qiladigan barcha tomonlar uchun minimal xarajatlar asosida maksimal daromad olish va rentabellikni oshirish masalalari ijobiy hal qilinadi.

Foydalangan adabiyotlar ro'yxati

1. "Raqamli O'zbekiston-2030" strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish chora-tadbirlari to'g'risida O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni, PF-6079-son 05.10.2020.
2. Digital marketing strategy: an integrated approach to online marketing / Simon Kingsnorth. -2016.
3. Kannan P. K. H. "A." Li Digital marketing: A framework, review and research agenda // International Journal of Research in Marketing. -2017. -№ 34. -C. 22-45,
4. Kapoor N., Jain M., Prasad R. Digital Marketing Strategies and the Behaviour of Millennials // International Journal of Economic Research. 2017. № 14(16). C. 109-118.,
5. Chih-Wen Wu, Dolores Botella-Carrubi, Cristina Blanco-González-Tejero, The empirical study of digital marketing strategy and performance in small and medium-sized enterprises (SMEs), Technological Forecasting & Social Change 2024.
6. Lockett, A. Online marketing strategies for increasing sales revenues of small retail businesses. Walden Dissertations and Doctoral Studies. - 2018.
7. Finotto, V., & Mauracher, C. Digital marketing strategies in the Italian wine sector. International Journal of Globalization and Small Business, 2020. -11 (4), 373-390.

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 kelmasligi 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.