ISNN 3030-3907

2026/3
VOLUME 7

DEVELOPMENT OF SCIENCE

ILMIY JURNAL



Development of science

Ilmiy jurnal

2026/3 VOLUME 7

ISSN 3030 -3907

Ilmiy jurnal OAK rayosatining 2024 yil 27 sentabrdagi 361-son qaroriga asosan 02.00.00 kimyo fanlari hamda 2025 yil 12 fevral 367- son qaroriga asosan 05.00.00 texnika fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD) va fan doktori (DSc) ilmiy darajasiga talabgorlarning dissertatsiya ishlari yuzasidan dissertatsiyalari asosiy ilmiy natijalarini chop etish tavsiya etilgan milliy ilmiy nashrlar ro‘yxatiga kiritilgan.

BOSH MUHARRIR:
Temirov Alisher Hoshim o‘g‘li – texnika fanlari falsafa doktori (PhD),Dotsent.
TAHRIRIYAT KENGASH RAISI:
Fozilov Sadriddin Fayzullayevich – texnika fanlari doktori, professor
TAHRIRIYAT KENGASH A’ZOLARI

TEXNIKA FANLARI/ TECHNICAL SCIENCES/ ТЕХНИЧЕСКИЕ НАУКИ

Bozorov G‘ayrat Rashidovich
Buxoro Davlat Texnika Universiteti, professor
Abdurahmonov Olim Rustamovich
Buxoro Davlat Texnika Universiteti, professor
Adizov Bobur Zamirovich
O‘zbekiston Respublikasi Fanlar akademiyasi Umumiy va noorganik kimyo instituti, professor
Hayitov Ruslan Rustamjonovich
Buxoro Davlat Texnika Universiteti, professor
Jumayev Qayum Karimovich
Buxoro Davlat Texnika Universiteti, professor.
Berdiyev Dorob Murodovich
Islom Karimov nomidagi Toshkent Davlat Texnika Universiteti, professor
Maxmudov Rafiq Amonovich
Buxoro Davlat Texnika Universiteti, professor.
Tilloyev Lochin Ismatilloyevich
Buxoro Davlat Texnika Universiteti, dotsent.
Raxmonov Qahramon Sanakulovich
Buxoro Davlat Texnika Universiteti, dotsent.
Barakayev Nusratullo Rajabovich
Islom Karimov nomidagi Toshkent Davlat Texnika Universiteti, professor.
Jo‘rayev Xayrullo Fayziyevich
Buxoro Davlat Texnika Universiteti, professor.
Panoyev Erali Rajabboyevich
Buxoro Davlat Texnika Universiteti, dotsent.
Ataullayev Sherzod Nabiullyevich
Buxoro Davlat Texnika Universiteti, dotsent.
Murodov Malik Negmurodovich
Buxoro Davlat Texnika Universiteti, dotsent.
Axmedova Ozoda Bahronovna
Islom Karimov nomidagi Toshkent Davlat Texnika Universiteti.
Safarov Bahri Jumayevich
Buxoro Davlat Texnika Universiteti, dotsent.
Xaydarov Axtam Amonovich
Buxoro Davlat Texnika Universiteti, dotsent.
Safarov Jasur Alijon o‘g‘li
Buxoro Davlat Texnika Universiteti, dotsent.
Асадова Раъно Дилмуратовна
Тошкент Давлат техника университети доценти

KIMYO FANLARI/ CHEMICAL SCIENCES/ ХИМИЧЕСКИЕ НАУКИ

Axmedov Voxid Nizomovich
Buxoro Davlat Texnika Universiteti, professor
Umarov Baqo Bafoyevich
Buxoro Davlat Universiteti, professor
Kodirov Abduaxad Abduraximovich
Qarshi davlat Universiteti, professor
Qurbonov Mingniqul Jumagulovich
Qarshi davlat Universiteti, dotsent
Turemuratov Sharibay Naurizbaevich
O‘zbekiston Respublikasi Fanlar akademiyasi Qoraqalpog‘iston bo‘limi Bosh ilmiy kotibi, professor
Tursunov Kaxor Shonazarovich
Qarshi davlat Universiteti, professor
Do‘stov Hamro
Buxoro Davlat Texnika Universiteti, professor
Panoyev Nodir Shavkatovich
Buxoro Davlat Texnika Universiteti, dotsent.
Olimov Bobur Bahodir o‘g‘li
Buxoro Davlat Texnika Universiteti, dotsent.
Kasimov Sherzod Abduazimovich
Termiz Davlat Universiteti, professor.
Aliqulov Rustam Valiyevich
Termiz Davlat Universiteti, professor
Tropov Xamza Tursunovich
Samarqand Davlat Universiteti, professor

IQTISODIYOT FANLARI/ ECONOMICS/ ЭКОНОМИЧЕСКИЕ НАУКИ

Nizamov Aslitdin Badreddinovich
Buxoro Davlat Texnika Universiteti, professor.
Boboyev Akmal Choriyevich
Buxoro Davlat Texnika Universiteti, professor.
Ergashxojayeva Shaxnoza Djasurovna
Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti, professor
Saidaxmedova Nodira Ilxomovna
Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti, professor
Muxsinov Bekzod Toxirovich
Buxoro Davlat Texnika Universiteti, dotsent.
Shakarov Qulmat Ashirovich
Renessans ta'lim universiteti,dotsent.
Jumaeva Zulfiya Qayumovna
Buxoro Davlat Texnika Universiteti, dotsent.
Norova Salomat Yusupovna
Buxoro Davlat Texnika Universiteti, dotsent.
Avezova Shaxnoza Maxmudjonovna
Buxoro Davlat Texnika Universiteti, dotsent.
Jalilov Jamshid G‘anijonovich
Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti, dotsent
Xasanova Gulruh Djumanazarovna
Buxoro Davlat Texnika Universiteti, dotsent.

PEDAGOGIKA FANLARI/ PEDAGOGICAL SCIENCES / ПЕДАГОГИЧЕСКИЕ НАУКИ

Siddiqova Sadoqat G‘afforovna
Buxoro Davlat Texnika Universiteti, dotsent.
Zoyirov Erkin Xalilovich
Buxoro Davlat Texnika Universiteti, DSc, professor
Gaffarov Feruz Hasanovich
Puchon Universiteti, *professor*
Ruziyev Davron Yuldashevich
Buxoro Davlat Universiteti, professor
Muradova Firuza Rashidovna
Buxoro Davlat Texnika Universiteti, professor.
Yunusova Gulandon Samiyevna
Buxoro Davlat Texnika Universiteti, professor.
To‘xtayeva Zebo Sharifovna
Buxoro Davlat Texnika Universiteti, professor.
Navro‘zova Gulchixra Nigmatovna
Buxoro Davlat Texnika Universiteti, dotsent.
Uzoqova Laylo Polvonovna
Buxoro muhandislik – texnologiya instituti, dotsent.
To‘raqulova Marjona Qiyom qizi
Buxoro Davlat Texnika Universiteti, dotsent.
Muradova Zarina Rashidovna
Buxoro Davlat Texnika Universiteti, dotsent.
Murodov Sanjar Aslonovich
Buxoro Davlat Texnika Universiteti, dotsent.
Shodiyev Jahongir Jo‘raqulovich
Buxoro Davlat Texnika Universiteti, dotsent
Gaffarov Laziz Hasanovich
Buxoro muhandislik – texnologiya instituti, dotsent.

Tahririyat a’zolarning to‘liq ro‘yxati jurnalning www.devos.uz saytida keltirilgan.

Tahririyat hay’ati a’zolarining tarkibini o‘zgartirish hamda qo‘shimcha kiritish yoki tahririyat a’zoligidan chiqarish bosh muharrir tomonidan amalga oshiriladi.

ISSN 3030-3907

Development of science ilmiy jurnali 2024 yil 15 aprel kuni №256445 sonli guvohnoma bilan Davlat ro‘yxatidan o‘tgan.

To‘plam elektron ko‘rinishda (pdf formatida) mualliflarga taqdim etiladi. To‘plamga kiritiladigan maqolalarning mazmuni, ulardagi statistik ma’lumotlar va me’yoriy hujjatlarning to‘g‘riligiga hamda har qanday fikr - mulohazalarga mualliflarning o‘zlari mas’ul hisoblanadilar. Talablarga javob bermaydigan maqolalar to‘plamga kiritilmaydi. Tashkiliy qo‘mita maqola matnini qisqartirish, qisman tuzatish kiritish, seksiyalarga joylashtirish huquqiga ega.

ISSN 3030-3907

IQTISODIY SAMARADORLIGINI OSHIRISHDA RAQAMLI MARKETING O'RNI VA ZAMONAVIY USULLARI

Nazarova Gulruh Umarjonovna
Qarshi davlat texnika universitet "Biznes va boshqaruv" kafedrasi assistenti
ORCID: 0009-0007-6188-6844

Annotatsiya. Ushbu maqolada raqamli marketing samaradorligini o'lchashda qo'llaniladigan an'anaviy va zamonaviy usullar tahlil qilinadi. So'nggi yillarda marketingning raqamli shaklga o'tishi reklama, auditoriya tahlili va brend boshqaruvini tubdan o'zgartirdi. Shu sababli, korxonalar o'z marketing strategiyalarini baholashda faqat moliyaviy natijalarga tayanmay, balki raqamli ko'rsatkichlar — foydalanuvchi faolligi, jalb qilish darajasi, CTR, ROI kabi metrikalardan foydalanmoqda. Maqolada ushbu yondashuvlarning afzalliklari, kamchiliklari va ularni O'zbekiston sharoitida tatbiq etish imkoniyatlari yoritilgan.

Kalit so'zlar: raqamli marketing, samaradorlik, KPI, ROI, analitika, Google Analytics, konversiya, brend, mijoz jalb etish.

Аннотация. В данной статье анализируются традиционные и современные методы измерения эффективности цифрового маркетинга. В последние годы цифровизация маркетинга коренным образом изменила рекламу, анализ аудитории и управление брендом. Поэтому компании теперь полагаются не только на финансовые результаты, но и на цифровые метрики, такие как коэффициент вовлеченности, CTR, ROI и коэффициент конверсии. В статье обсуждаются преимущества и недостатки этих методов и рассматриваются возможности их внедрения в деловой среде Узбекистана.

Ключевые слова: цифровой маркетинг, эффективность, KPI, ROI, аналитика, конверсия, брендинг, вовлеченность аудитории.

Abstract. This article analyzes traditional and modern methods for measuring the effectiveness of digital marketing. In recent years, the digitalization of marketing has fundamentally transformed advertising, audience analysis, and brand management. Therefore, companies now rely not only on financial outcomes but also on digital metrics such as engagement rate, CTR, ROI, and conversion rate. The paper discusses the advantages and disadvantages of these methods and examines the possibilities of their implementation in Uzbekistan's business environment.

Keywords: digital marketing, efficiency, KPI, ROI, analytics, conversion, branding, audience engagement.

KIRISH.

Hozirgi globallashuv va raqamli transformatsiya sharoitida iqtisodiyotning barcha sohalarida raqamli texnologiyalar keng joriy etilmoqda. Ayniqsa, marketing

ISSN 3030-3907

faoliyatining raqamlashtirilishi korxonalarning raqobatbardoshligini oshirishda muhim omilga aylandi. Raqamli marketing nafaqat mahsulot va xizmatlarni targ‘ib qilish, balki iqtisodiy samaradorlikni oshirishning muhim vositasi sifatida namoyon bo‘lmoqda**.** Bugungi kunda raqamli davrda marketing nafaqat mahsulotni reklama qilish vositasi, balki korxonaning raqobatbardoshligini ta’minlovchi strategik omilga aylandi. Internet, ijtimoiy tarmoqlar va sun’iy intellekt asosidagi platformalar yordamida kompaniyalar o‘z mijozlariga yanada yaqinlashmoqda. Biroq raqamli marketingdan kutilgan natijalarni baholash har doim ham oson emas. An’anaviy marketingda samaradorlik savdo hajmi yoki foyda miqdori orqali o‘lchansa, raqamli marketingda bu jarayon murakkabroq — u foydalanuvchi faolligi, sahifa tashriflari, konversiya darajasi, mijozlar sodiqligi kabi ko‘rsatkichlarga asoslanadi. Shu sababli raqamli marketing samaradorligini o‘lchash bo‘yicha aniq, tizimli yondashuv zarur.

ADABIYOTLAR TAHLILI Marketing samaradorligini o‘lchash masalasi ilmiy adabiyotlarda keng yoritilgan. F. Kotler (2016), P. Drucker (2008), va R. Kaplan (1996) asarlarida marketing natijalarini baholashda strategik ko‘rsatkichlarning ahamiyati alohida ta’kidlanadi. Raqamli marketing bo‘yicha zamonaviy yondashuvlar esa D. Chaffey (2020) va R. Ryan (2017) tomonidan ishlab chiqilgan “Digital Performance Framework” konsepsiyasi orqali izohlanadi. Ushbu modelda samaradorlik uchta asosiy komponent orqali o‘lchanadi:

1. **Reach (qamrov)** – brendga qiziqqan auditoriyaning hajmi;
2. **Engagement (jalb etish)** – foydalanuvchilarning interaktiv faolligi;
3. **Conversion (konversiya)** – mijozga aylangan tashrif buyuruvchilar soni.

Sun’iy intellekt bizneslarga ma’lumotlarga asoslangan tahlillar va prognozlar taqdim etish orqali yaxshiroq qarorlar qabul qilishga yordam beradi. SI qarorlar qabul qilish jarayoniga katta ta’sir ko‘rsatadi. Moliyaviy tashkilotlar uni xavf baholash uchun foydalanadilar (Obermeyer & Emanuel, 2016) [5.1]

TADQIQOT METADOLOGIYASI.

O‘zbekiston sharoitida esa raqamli marketing ko‘rsatkichlarini o‘lchash hali to‘liq tizimlashtirilmagan. Ko‘plab kompaniyalar hali ham an’anaviy usullarga (savdo hajmi, reklama xarajati) tayanadi. Tadqiqotda tahliliy va taqqoslama metodlar, statistik tahlil hamda Google Analytics, Meta Business Suite kabi vositalar ma’lumotlari asosida tahlil usuli qo‘llanildi. Ushbu maqolaning metodologik asoslarini O‘zbekiston Respublikasining Qonunlari, Prezidentimizning qaror va farmonlari, asarlari va ma’ruzalari, Vazirlar Mahkamasining qarorlari, buxgalteriya hisobiga oid milliy va xalqaro standartlar, Nizomlar, yo‘riqnomalar, xorijda va respublikamizda chop qilingan ilmiy ishlar, darsliklar va qo‘llanmalar, ilmiy maqolalar, internet tarmog‘i materiallari hamda

ISSN 3030-3907

izlanishlar olib borilgan korxonalarning amaliy materiallari tashkil etadi. Tahlil jarayonida analiz va sintez, kuzatish, tahlil qilish usullaridan hamda jadvallardan foydalanildi.

TAHLIL VA NATIJALAR.

Bugungi kunda dunyo iqtisodiyoti o‘zgarmoqda va bu o‘zgarishlar asosan texnologiyalar va innovatsiyalar orqali amalga oshirilmoqda. Xususan, raqamli texnologiyalar va sun’iy intellekt iqtisodiy jarayonlarni tezda o‘zgartirishga va yangi iqtisodiy tizimlarni yaratishga qodir. Innovatsion iqtisodiyot deganda, yangi texnologiyalarni, ilmiy tadqiqotlar va innovatsiyalarni iqtisodiy jarayonlarga joriy qilish orqali iqtisodiy o‘sish va raqobatbardoshlikni oshirish tushuniladi. Raqamli texnologiyalar, xususan sun’iy intellektning qo‘llanilishi, savdo korxonalari va biznes tizimlarining samaradorligini oshirish, yangi mahsulotlar va xizmatlar yaratish, shuningdek, iste’molchilar bilan aloqalarni yanada takomillashtirish imkonini beradi. Yurtimizda ham hozirda raqamli iqtisodiyot bo‘yicha ko‘plab ishlar amalga oshirilmoqda, xususan bu borada yurtboshimizning 2020-yil 05-oktabrdagi “Raqamli O‘zbekiston — 2030” strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish choratadbirlari to‘g‘risida PF-6079-son farmoni [6.1], hamda sun’iy intelekt texnologiyalarini jadal joriy etish bo‘yicha 2021-yil 17-fevraldagi “Sun’iy intellekt texnologiyalarini jadal joriy etish uchun shart-sharoitlar yaratish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PQ-4996-son Qarori [7.1] asosiy zaminlardan bo‘lib xizmat qilmoqda. Raqamli marketing samaradorligini o‘lchashda ikki asosiy yondashuv mavjud:

1. An’anaviy usullar

- Savdo hajmi (Sales Volume)
- Reklama xarajatining samarasi (Advertising Efficiency)
- Bozor ulushi (Market Share)

Bu usullar foydali bo‘lishiga qaramay, ularning zaif tomoni — raqamli auditoriya faolligini to‘liq aks ettirmasligidir. Masalan, reklama ko‘rsatilgan bo‘lishi mumkin, ammo u haqiqiy xaridga olib kelmagan bo‘lishi ehtimol.

2. Zamonaviy raqamli usullar

- CTR (Click Through Rate) – reklama ustiga bosish foizi;
- CPC (Cost Per Click) – har bir bosish uchun xarajat;
- ROI (Return on Investment) – marketing sarmoyasining foyda ko‘rsatkichi;
- KPI (Key Performance Indicator) – asosiy faoliyat ko‘rsatkichlari;
- Conversion Rate – tashrif buyuruvchilarning xaridga aylanish foizi.

Bu ko‘rsatkichlar real vaqt rejimida kuzatish imkonini beradi va korxona strategiyasini tezkor tahrirlashga yordam beradi. Masalan, O‘zbekistondagi e-commerce kompaniyalarda (Glotr, Zoodmall, Goodzone) CTR o‘rtacha 2–3% ni

ISSN 3030-3907

tashkil etadi, bu esa reklama samaradorligini aniqlash uchun muhim mezon hisoblanadi.

Raqamli marketing-bu internet, mobil texnologiyalar va boshqa raqamli platformalar orqali mahsulot va xizmatlarni ilgari surish jarayonidir. U an'anaviy marketingdan farqli ravishda aniq auditoriyaga yo'naltirilganligi, natijalarni o'lchash imkoniyati va interaktivligi bilan ajralib turadi. Tadqiqot natijalariga ko'ra, O'zbekiston korxonalarida raqamli marketing samaradorligini o'lchashda quyidagi muammolar mavjud:

- O'lchov tizimlarining yagona standarti yo'qligi;
- Analitik vositalardan foydalanish darajasi pastligi;
- Kadrlarning raqamli kompetensiyasi yetarli emas.

Biroq, so'nggi yillarda Google Analytics 4, Yandex Metrika, Meta Ads Manager kabi platformalarning qo'llanilishi natijasida kompaniyalar ROI va KPI tahlillarini aniqroq amalga oshira boshlagan. Tahlillar shuni ko'rsatdiki, raqamli tahlil tizimlaridan foydalanayotgan korxonalarda reklama samaradorligi o'rtacha 25–35% ga oshgan.

Innovatsion Iqtisodiyot va Raqamli Texnologiyalar Innovatsion iqtisodiyot - bu iqtisodiy o'sishning asosiy manbai bo'lgan ilmiytexnikaviy yutuqlar va innovatsiyalarni o'z ichiga olgan iqtisodiy tizimdir. Raqamli texnologiyalar bu jarayonda hal qiluvchi o'rin tutadi. Internet, ma'lumotlarni saqlash va qayta ishlash texnologiyalari, katta ma'lumotlar (Big Data), bulutli hisoblash, va sun'iy intellekt kabi texnologiyalar biznesni tez va samarali rivojlantirishga yordam beradi. Sun'iy intellekt, xususan, ko'plab sohalarda avtomatlashtirish va qaror qabul qilishni yaxshilash orqali iqtisodiy samaradorlikni oshiradi. "Raqamli O'zbekiston – 2030" strategiyasida qayd etilganidek, O'zbekiston raqamli transformatsiyaning ulkan yo'liga o'tdi. Ushbu keng qamrovli yo'l xaritasi raqamli texnologiyalarni davlat xizmatlaridan tortib, ta'lim va sog'liqni saqlash sohalarigacha hayotning barcha jabhalariga integratsiyalashga qaratilgan. Strategiya mustahkam raqamli infratuzilmani rivojlantirish, fuqarolarning raqamli savodxonligini oshirish, raqamli iqtisodiyotda innovatsiyalar va tadbirkorlikni rivojlantirishga qaratilgan.

Sun'iy intellekt raqamli texnologiyalarning eng ilg'or va samarali vositalaridan biridir. Savdo korxonalari uchun SI o'z faoliyatini samarali tashkil etish, mijozlarga xizmat ko'rsatish va bozorni o'rganish kabi ko'plab imkoniyatlar yaratadi. Sun'iy intellekt yordamida kompaniyalar: 1.Ma'lumotlarni tahlil qilish: Sun'iy intellekt yordamida katta ma'lumotlarni tezda tahlil qilish va prognozlar qilish mumkin. Masalan, mijozlar xulq-atvorini o'rganish orqali kompaniyalar marketing strategiyalarini optimallashtirishi va shaxsiylashtirilgan xizmatlar taklif qilishi mumkin. 2.Avtomatlashtirish va jarayonlarni optimallashtirish: Savdo

ISSN 3030-3907

korxonalari sun’iy intellektni logistika, inventarizatsiya, omborlarni boshqarish va ishlab chiqarish jarayonlarini avtomatlashtirishda qo‘llaydi. Bu orqali xarajatlarni kamaytirish va samaradorlikni oshirish mumkin. 3.Mijozlarga xizmat ko‘rsatishni yaxshilash: SI yordamida kompaniyalar mijozlarga avtomatik tarzda javob beradigan chatbotlar yoki virtual yordamchilarni joriy qilishlari mumkin. Bu esa mijozlar bilan tezkor va samarali aloqalarni ta’minlashga yordam beradi. 4.Raqobatbardoshlikni oshirish: Sun’iy intellekt yordamida kompaniyalar raqobatchilarining faoliyatini tahlil qilib, o‘z biznes strategiyalarini shu asosda optimallashtirishi mumkin. Shuningdek, yangi mahsulotlar va xizmatlarni yaratishda SI texnologiyalari yordamida innovatsiyalarni amalga oshirish osonlashadi.

XULOSA VA TAKLIFLAR Raqamli texnologiyalar va sun’iy intellekt innovatsion iqtisodiyotning asosiy poydevori sifatida biznes va savdo korxonalari faoliyatini qayta shakllantirmoqda. Bu texnologiyalar nafaqat iqtisodiy samaradorlikni oshirish, balki yangi biznes imkoniyatlarini yaratish, raqobatbardoshlikni kuchaytirish va mijozlarga sifatli xizmat ko‘rsatish imkoniyatlarini taqdim etmoqda. Shuningdek, raqamli iqtisodiyotning rivojlanishi uchun ta’lim, infratuzilma, huquqiy tizimlar va innovatsiyalarni qo‘llab-quvvatlashda davlat va xususiy sektor o‘rtasida samarali hamkorlik zarur. Bu jarayonlar amalga oshirilsa, o‘zaro bog‘langan global iqtisodiyotda mamlakatlar va kompaniyalar muvaffaqiyatli rivojlanishlari mumkin. Innovatsion iqtisodiyotga o‘tishda raqamli texnologiyalar va sun’iy intellektning rolini yanada kengaytirish zarur. Buning uchun quyidagi chora-tadbirlar amalga oshirilishi maqsadga muvofiq deb o‘ylayman: 1.Ta’lim va malaka oshirish: Raqamli texnologiyalarni samarali qo‘llay olish uchun kadrlar tayyorlash va ularning malakasini oshirish zarur. Sun’iy intellekt, ma’lumotlar tahlili va raqamli texnologiyalar bo‘yicha ta’lim dasturlari rivojlantirilishi lozim. 2.Raqamli infratuzilmani rivojlantirish: Raqamli texnologiyalarni muvaffaqiyatli joriy qilish uchun mustahkam raqamli infratuzilma yaratish zarur. Bu internet tarmoqlari, ma’lumotlarni saqlash va qayta ishlash tizimlari va xavfsizlik mexanizmlarini o‘z ichiga oladi. Raqamli marketing samaradorligini o‘lchashda an’anaviy usullar hali ham muhim ahamiyatga ega bo‘lsa-da, zamonaviy raqamli metrikalar ularni to‘ldiruvchi asosiy vosita sifatida namoyon bo‘lmoqda. Quyidagi tavsiyalar samaradorlikni oshirishga yordam beradi:

1. Har bir kampaniya uchun aniq KPI va ROI ko‘rsatkichlarini belgilash.
2. Google Analytics va boshqa tahlil vositalaridan tizimli foydalanish.
3. Xodimlar uchun raqamli marketing bo‘yicha malaka oshirish dasturlarini tashkil etish.

ISSN 3030-3907

4. Ma’lumotlarga asoslangan qarorlar (data-driven decisions) qabul qilish madaniyatini rivojlantirish.

5. Mahalliy bizneslar uchun yagona raqamli o‘lchov standartlarini ishlab chiqish.

Ushbu choralar O‘zbekistonda raqamli marketingni yanada samarali qilishga, korxonalar raqobatbardoshligini oshirishga xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Kotler, P., & Keller, K. (2016). *Marketing Management.* Pearson Education.
2. Chaffey, D. (2020). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice.* Pearson.
3. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020 yil 5-oktabrdagi “Raqamli O‘zbekiston — 2030” strategiyasini tasdiqlash va uni samarali amalga oshirish choratadbirlari to‘g‘risidagi PF- 6079-son Farmoni https://lex.uz/ru/docs/-5030957
4. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2021 yil 17-fevraldagi “Sun’iy intellekt texnologiyalarini jadal joriy etish uchun shart-sharoitlar yaratish choratadbirlari to‘g‘risida” PQ-4996-son Qarori https://lex.uz/docs/-5297046
5. I. Rustambekov 6 Aprel 2024, https://yuz.uz/uz/news/ozbekistonda-raqamlitransformatsiya-kelajakni-istiqbollari
6. J.Boykalonov 19 May 2021, https://yuz.uz/uz/news/raqamli-texnologiyalarimkoniyatlari
7. Abduqodirov O.T., Shavkatov N.B. (2023). “Raqamli iqtisodiyotda marketing samaradorligini o‘lchash yondashuvlari.” *Marketing va Innovatsiyalar jurnali*, №2, 45–52-bet.

ISSN 3030-3907