

# SCIENCE PROBLEMS.UZ

ISSN: 2181-1342 (ONLINE)

№ S/5 (3) - 2023

ИЖТИМОЙ-ГУМАНИТАР ФАНЛАРНИНГ  
ДОЛЗАРЬ МУАММОЛАРИ

---

АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ  
СОЦИАЛЬНО-ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

---

ACTUAL PROBLEMS OF HUMANITIES  
AND SOCIAL SCIENCES



ЭЛЕКТРОН ЖУРНАЛ

ЭЛЕКТРОННЫЙ ЖУРНАЛ  
ELECTRONIC JOURNAL

**SCIENCEPROBLEMS.UZ**

**ИЖТИМОЙ-ГУМАНИТАР ФАНЛАРНИНГ  
ДОЛЗАРБ МУАММОЛАРИ**

***№ S/5 (3)-2023***

**АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНО-  
ГУМАНИТАРНЫХ НАУК**

**ACTUAL PROBLEMS OF HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES**

**ТОШКЕНТ-2023**

## **БОШ МУҲАРРИР:**

Исанова Феруза Тулқиновна

## **ТАҲРИР ҲАЙЪАТИ:**

### *07.00.00-ТАРИХ ФАНЛАРИ:*

Юлдашев Анвар Эргашевич – тарих фанлари доктори, сиёсий фанлар номзоди, профессор, Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Давлат бошқаруви академияси;

Мавланов Уктам Махмасабирович – тарих фанлари доктори, профессор, Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Давлат бошқаруви академияси;

Хазраткулов Абдор – тарих фанлари доктори, доцент, Ўзбекистон давлат жаҳон тиллари университети.

### *08.00.00-ИҚТИСОДИЁТ ФАНЛАРИ:*

Карлибаева Рая Хожабаевна – иқтисодиёт фанлари доктори, профессор, Тошкент давлат иқтисодиёт университети;

Худойқулов Садирдин Каримович – иқтисодиёт фанлари доктори, доцент, Тошкент давлат иқтисодиёт университети;

Азизов Шерзод Ўктамович – иқтисодиёт фанлари доктори, доцент, Ўзбекистон Республикаси Божхона институти;

Арабов Нурали Уралович – иқтисодиёт фанлари доктори, профессор, Самарқанд давлат университети;

Холов Актам Хатамович – иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD), доцент, Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Давлат бошқаруви академияси;

Шадиева Дилдора Хамидовна – иқтисодиёт фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD), доцент в.б, Тошкент молия институти;

Шакаров Қулмат Аширович – иқтисодиёт фанлари номзоди, доцент, Тошкент ахборот технологиялари университети

### *09.00.00-ФАЛСАФА ФАНЛАРИ:*

Ҳакимов Назар Ҳакимович – фалсафа фанлари доктори, профессор, Тошкент давлат иқтисодиёт университети;

Яхшиликов Жўрабой – фалсафа фанлари доктори, профессор, Самарқанд давлат университети;

Ғайбуллаев Отабек Мухаммадиевич – фалсафа фанлари доктори, профессор, Самарқанд давлат чет тиллар институти;

Ҳошимхонов Мўмин – фалсафа фанлари доктори, доцент, Жиззах педагогика институти;

Носирходжаева Гулнора Абдукаххаровна – фалсафа фанлари номзоди, доцент, Тошкент давлат юридик университети.

### *10.00.00-ФИЛОЛОГИЯ ФАНЛАРИ:*

Ахмедов Ойбек Сапорбаевич – филология фанлари доктори, профессор, Ўзбекистон давлат жаҳон тиллари университети;

Кўчимов Шухрат Норқизилович – филология фанлари доктори, доцент, Тошкент давлат юридик университети;

Салахутдинова Мушарраф Исамутдиновна – филология фанлари номзоди, доцент, Самарқанд давлат университети;

Кучкаров Раҳман Урманович – филология фанлари номзоди, доцент в.б, Тошкент давлат юридик университети;

Юнусов Мансур Абдуллаевич – филология фанлари номзоди, Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Давлат бошқаруви академияси;

Саидов Улугбек Арипович – филология фанлари номзоди, доцент, Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Давлат бошқаруви академияси.

### *12.00.00-ЮРИДИК ФАНЛАРИ:*

Ахмедшаева Мавлюда Ахатовна – юридик фанлар доктори, профессор, Тошкент давлат юридик университети;

Мухитдинова Фирюза Абдурашидовна – юридик фанлар доктори, профессор, Тошкент давлат юридик университети;

Эсанова Замира Нормуратовна – юридик фанлар доктори, профессор, Ўзбекистон Республикасида хизмат кўрсатган юрист, Тошкент давлат юридик университети;

Ҳамроқулов Баҳодир Мамашарифович – юридик фанлар доктори, профессор в.б., Жаҳон иқтисодиёти ва дипломатия университети;

Зулфиқоров Шерзод Хуррамович – юридик фанлар доктори, профессор, Ўзбекистон Республикаси Жамоат ҳафсизлиги университети;

Хайитов Хушвақт Сапарбаевич – юридик фанлар доктори, профессор, Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Давлат бошқаруви академияси;

Асадов Шавкат Ғайбуллаевич – юридик фанлар доктори, доцент, Ўзбекистон Республикаси

Президенти ҳузуридаги Давлат бошқаруви академияси;

Сайдуллаев Шахзод Алиханович – юридик фанлар номзоди, профессор, Тошкент давлат юридик университети;

Амиров Зафар Актамович – юридик фанлар бўйича фалсафа доктори (PhD), Ўзбекистон Республикаси Судьялар олий кенгаши ҳузуридаги Судьялар олий мактаби

#### **13.00.00-ПЕДАГОГИКА ФАНЛАРИ:**

Хашимова Дильдархон Уринбоевна – педагогика фанлари доктори, профессор, Тошкент давлат юридик университети;

Ибраимова Гулнора Хавазматовна – педагогика фанлари доктори, профессор, Тошкент давлат иқтисодиёт университети;

Закирова Феруза Махмудовна – педагогика фанлари доктори, Тошкент ахборот технологиялари университети ҳузуридаги педагогик кадрларни қайта тайёрлаш ва уларнинг малакасини ошириш тармоқ маркази;

Тайланова Шоҳида Зайниевна – педагогика фанлари доктори, доцент.

#### **19.00.00-ПСИХОЛОГИЯ ФАНЛАРИ:**

Каримова Василя Маманосировна – психология фанлари доктори, профессор, Низомий номидаги Тошкент давлат педагогика университети;

Ҳайитов Ойбек Эшбоевич – Жисмоний тарбия ва спорт бўйича мутахассисларни қайта тайёрлаш

ва малакасини ошириш институти, психология фанлари доктори, профессор

Умарова Навбаҳор Шокировна – психология фанлари доктори, доцент, Низомий номидаги Тошкент давлат педагогика университети, Амалий психология кафедраси мудири;

Атабаева Наргис Батировна – психология фанлари доктори, доцент, Низомий номидаги Тошкент давлат педагогика университети;

Қодиров Обид Сафарович – психология фанлари доктори (PhD), Самарканд вилоят ИИБ Тиббиёт бўлими психологик хизмат бошлиғи.

#### **22.00.00-СОЦИОЛОГИЯ ФАНЛАРИ:**

Латипова Нодира Мухтаржановна – социология фанлари доктори, профессор, Ўзбекистон миллий университети кафедра мудири;

Сейтов Азамат Пўлатович – социология фанлари доктори, профессор, Ўзбекистон миллий университети;

Содиқова Шоҳида Мархабоевна – социология фанлари доктори, профессор, Ўзбекистон халқаро ислом академияси

#### **23.00.00-СИЁСИЙ ФАНЛАР**

Назаров Насриддин Атакулович – сиёсий фанлар доктори, фалсафа фанлари доктори, профессор, Тошкент архитектура қурилиш институти;

Бўтаев Усмонжон Ҳайруллаевич – сиёсий фанлар доктори, доцент, Ўзбекистон миллий университети кафедра мудири.

---

### **ОАК Рўйхати**

Мазкур журнал Вазирлар Маҳкамаси ҳузуридаги Олий аттестация комиссияси Раёсатининг 2022 йил 30 ноябрдаги 327/5-сон қарори билан тарих, иқтисодиёт, фалсафа, филология, юридик ва педагогика фанлари бўйича илмий даражалар бўйича диссертациялар асосий натижаларини чоп этиш тавсия этилган илмий нашрлар рўйхати (Рўйхатга) киритилган.

### **Crossref DOI:**

Таҳририят Crossref DOI нинг расмий аъзоси ҳисобланади ва 10.47.390 DOI префиксига эга. Ҳар бир нашр ва илмий мақолага индивидуал Crossref DOI рақами берилади.

### **Google Scholar**

Журнал Google Scholar (Академия) да индексацияланади.

---

**Ижтимоий-гуманитар фанларнинг долзарб муаммолари** электрон журнали 1368-сонли гувоҳнома билан давлат рўйхатига олинган.  
Муассис: “SCIENCEPROBLEMS TEAM”  
масъулияти чекланган жамият.

### **Таҳририят манзили:**

Тошкент шаҳри, Яккасарой тумани, Кичик Бешёғоч кўчаси, 70/10-уй. Электрон манзил:  
[scienceproblems.uz@gmail.com](mailto:scienceproblems.uz@gmail.com)  
Телеграм канал:  
[https://t.me/scienceproblems\\_uz](https://t.me/scienceproblems_uz)

## МУНДАРИЖА

### 07.00.00 – ТАРИХ ФАНЛАРИ

<i>Кайпова Малика Дауытбай қизи</i> ҚОРАҚАЛПОҒИСТОНДАГИ ТАРИХИЙ МАДАНИЙ ОБЪЕКТЛАР ВА УЛАРНИНГ ҲУДУДДА ТУРИЗМНИ РИВОЖЛАНТИРИШДАГИ ЎРНИ .....	9-13
<i>Фарманова Гульнара Комилевна</i> АРХЕОЛОГИЧЕСКИЕ ИССЛЕДОВАНИЯ Г.А.ПУГАЧЕНКОВОЙ НА ТЕРРИТОРИИ САМАРКАНДСКОГО СОГДА .....	14-19
<i>Aminov Xurmatbek Baxram o'g'li</i> HUNARMANDCHILIK RIVOJI UCHUN YANGI IMKONIYATLAR .....	20-25
<i>Мустафоев Жонибек Аралбоевич</i> “ПАХТА ИШИ”НИНГ ИЖТИМОЙ-ИҚТИСОДИЙ ҲАЁТГА ТАЪСИРИ ВА УНИНГ ФОЖИАЛИ ОҚИБАТЛАРИ (НАВОЙИ ВИЛОЯТИ МИСОЛИДА) .....	26-31
<i>Yunusxo'jayev Habibulla Zafar o'g'li</i> O'ZBEKISTON TARIXIY TARAQQIYOTNING ZAMONAVIY BOSQICHIDA IJTIMOY DAVLATNI SHAKLLANTIRISHNING KONSTITUTSIYAVIY ISTIQBOLLARI .....	32-36
<i>Маҳмудон Эркин Асқаралиевич</i> АРАБ ХАЛИФАЛИГИ ИСТИЛОСИ ДАВРИДА ФАРҒОНАДАГИ СИЁСИЙ ЖАРАЁНЛАР ....	37-45
<i>Назаров Комил Шамсуддинович</i> ИЧКИ ИШЛАР ОРГАНЛАРИ ТИЗИМИДА КАДРЛАР ТАЙЁРЛАШ МАСАЛАЛАРИ .....	46-51
<i>Mamajonov Rahimjon Akramovich</i> O'ZBEKISTONDA MUSTAQILLIK YILLARIDA TARIXCHI KADRLAR TAYYORLASH SOHASI HUQUQIY ASOSLARINING YARATILISHI .....	52-58

### 08.00.00 – ИҚТИСОДИЁТ ФАНЛАРИ

<i>Остонокулов Азамат Абдукаримович, Султонов Омон Жума ўғли</i> ДАВЛАТ ОТМЛАРИДА БЮДЖЕТДАН ТАШҚАРИ МАБЛАҒЛАР ҲАРАКАТИ ТЎҒРИСИДАГИ ҲИСОБОТЛАРНИНГ АХБОРОТ ИМКОНИАТЛАРИНИ ОШИРИШ ЙЎЛЛАРИ .....	59-69
<i>Narmamatov Ixtiyor Baxtiyorovich</i> DEVELOPMENT ADVANTAGES OF CASHLESS PAYMENTS IN THE PAYMENT SYSTEM OF UZBEKISTAN .....	70-75
<i>Хамраев Джамшид Панжиевич</i> ТЕМИР ЙЎЛ ТРАНСПОРТИДА МАҲАЛЛИЙЛАШТИРИШНИ МОЛИЯЛАШТИРИШНИНГ ИҚТИСОДИЙ МОҲИЯТИ, РИВОЖЛАНИШ БОСҚИЧЛАРИ ВА ЗАРУРЛИГИ .....	76-81
<i>Кулибоев Азамат Шоназарович</i> ДАВЛАТ ТИББИЁТ ТАШКИЛОТЛАРИДА ҲИСОБ СИЁСАТИНИ ШАКЛЛАНТИРИШ УСЛУБИЁТИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ .....	82-91
<i>Axmedova Nazokat Zikirillo qizi</i> KORXONA MARKETING STRATEGIYASIDA RAQAMLI STRATEGIYADAN FOYDALANISH USULLARI VA AFZALLIKLARI .....	92-97

<i>Саатмуротов Шохрух</i> МИНТАҚАДА САНОАТ ИШЛАБ ЧИҚАРИШНИНГ БАҲОЛАШ ОМИЛЛАРИ .....	98-103
<i>Шакирова Фароғат Болтаевна</i> АҚШ ИҚТИСОДИЁТИНИНГ ИННОВАЦИОН ТИЗИМИ ОМИЛЛАРИ, ТАРКИБИ ВА РИВОЖЛАНИШ НАЗАРИЯСИ .....	104-113
<i>Кадиров Лутфулло Халимович</i> ТИЖОРАТ БАНКЛАРИ МОЛИЯВИЙ БОШҚАРУВ ТИЗИМИ САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШ МУАММОЛАРИ .....	114-121
<i>Ibragimova Zarema Zokirovna</i> DUNYONING IQTISODIY RIVOJLANGAN MAMLAKATLARINING BOSHQARUV TAHLILINI TASHKIL ETISH VA ULARNI ICHKI IQTISODIYOTGA TATBIQ ETISH TAJRIBASI .....	122-129
<i>Қодиров Азизжон Анварович</i> «COVID-19» ИНҚИРОЗИНИНГ ЖАҲОН ЭКОТУРИЗМ ИНДУСТРИЯСИ РИВОЖЛАНИШИГА ТАЪСИРИ .....	130-137

### 09.00.00 – ФАЛСАФА ФАНЛАРИ

<i>Sharipov Dilshod Baxshilloyevich</i> JON LOKKNING TABIIY HOLAT VA TINCHLIKKA OID QARASHLARI .....	138-145
<i>Raxmatova Xolidaxon Xolikovna</i> ХОҲА АҲРОР ВАЛИЙНИНГ ТИНЧЛИК, ОСОЙИШТАЛИК ВА НАМЎНАДОРЛИККА ДОИР Г'ОЙАЛАРИ – ВАҚАРАРОР ТАРАҚҚИЙОТ ОМИЛИ СИФАТИДА .....	146-151
<i>Орзиев Иқболжон</i> АҲБОРОТЛАШГАН ЖАМИЯТДА СЕКУЛЯРИЗМ ОМИЛИНИНГ ИЖТИМОИЙ АҲАМИЯТИ .....	152-157
<i>Turabova Sevara Kattaqulovna</i> ILMIY MUAMMOLARNI HAL ETISHDA VAHS-MUNOZARALARNING TUTGAN O'RNI.....	158-165

### 10.00.00 – ФИЛОЛОГИЯ ФАНЛАРИ

<i>Israil Mukaddas Irgashevna</i> BOSMA MEDIA TILINING SOTSIOLINGVISTIK ASPEKTD A O'RGANISH USULLARI .....	166-172
<i>Nishonova Xurshida Yusufjanovna</i> A'ZAM O'KTAM SHE'RIYATIDA MILLIY RUHNING IFODALANISHIDA E'TIQODIY QARASHLAR .....	173-178
<i>Маматкулова Камола Шавкат кизи</i> ИСТОРИЯ ВОЗНИКНОВЕНИЯ ПОНЯТИЯ ПРЕЦЕДЕНТНОСТИ В ЛИНГВИСТИКЕ И ЕГО РОЛЬ В ЛИНГВОКУЛЬТУРОЛОГИИ .....	179-184
<i>Hamroyeva Dilfuza Jamolovna</i> O'ZBEK XALQ QO'SHIQLARIDA YUZ SOMATIZMINING BADIY TALQINI .....	185-189
<i>Mahmudova Xushnoza Ravshanbekovna</i> OMMAVIY AXBOROT VOSITALARIDA MOLIVAVIY SAVODXONLIKNI OSHIRISH	

MASALALARI .....	190-195
<i>Ismonova Yorqinoy Abdumutalib qizi</i> ROMANDA ROVIY BOLA OBRAZI.....	196-200
<i>Mirzoyev Masudjon Kimsanovich, Niholchonova Navbahor</i> FARZONA XO'JANDIY SHE'RLARIDA MIFOLOGIK PERSONAJLAR BADIY IFODASINING XUSUSIYATLARI .....	201-206
<i>Kholiyorov Bunyod</i> THE CONDITION OF DEVELOPMENT OF LEXICAL COMPETENCE USING AUTHENTIC MATERIALS IN TEACHING ENGLISH IN NON-PHILOLOGICAL EDUCATIONAL INSTITUTIONS .....	207-213
<i>Hazratqulov Mutallib Rashidovich, Gulxanova Fotima, Qarshiboyeva Muborak</i> NUTQNI IDROK ETISH QONUNIYATLARI .....	214-219

### 12.00.00 – ЮРИДИК ФАНЛАР

<i>Файзиев Шухрат Хасанович</i> ПОНЯТИЕ И ОСОБЕННОСТИ ЭКОЛОГИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКИ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН В КОНТЕКСТЕ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ .....	220-225
<i>Nishonov Abdulloh Ubaydulloh o'g'li</i> ATOM ENERGIYASINING XAVFSIZLIGINI TA'MINLASHNING XALQARO-HUQUQIY ASOSLARI .....	226-233
<i>Safoeva Sadoqat Musoeva</i> IJTIMOIY TARMOQLARDA FUQAROLIK-HUQUQIY MUNOSABATLARNI HUQUQIY TARTIBGA SOLISH ISTIQBOLLARI .....	234-246
<i>Бокиев Жаҳонгир Нурматжон ўғли</i> АЛОҲИДА ТАЪЛИМ ЭҲТИЁЖЛАРИ БЎЛГАН ШАХСЛАРНИНГ ОЛИЙ ТАЪЛИМ ОЛИШ ҲУҚУҚИНИ ТАЪМИНЛАШНИНГ ТАШКИЛИЙ-ҲУҚУҚИЙ МАСАЛАЛАРИ .....	247-253
<i>Турсунова Маликахон Улуғбековна</i> ЗАМОНАВИЙ ДАВЛАТДА ДИПЛОМАТИК ФАОЛИЯТ ШАКЛЛАРИ: ИСЛОХОТЛАР ВА ҚОНУНЧИЛИК ТАРТИБОТИГА БЎЛГАН ЭҲТИЁЖ .....	254-258

### 13.00.00 – ПЕДАГОГИКА ФАНЛАРИ

<i>Atamatov Abduxalil Salomovich</i> OLIY TA'LIM MUASSASALARIDA MUSTAQIL SOATLARNI O'QITILISHINING KOMPETENSIYAVIY O'ZIGA XOS XUSUSIYATLARI .....	259-265
<i>Omarova Gavhar Sadikovna</i> HUQUQ FANINI O'QITISHDA TA'LIMNI TABAQALASHTIRISHNING PEDOGOGIK-PSIXOLOGIK JIHATLARI: DIDAKTIK O'YINLAR MISOLIDA .....	266-271
<i>Baratov Jo'raqo'zi Shukurjon o'g'li</i> BO'LAJAK PEDAGOGLARNING KASBIY FAOLIYATINI RIVOJLANTIRISHDA NOSTANDART TOPSHIRIQLARNING ROLI VA AHAMIYATI .....	272-277



*Kuchkarova Arofathon*

THE IMPORTANCE OF GEOGEBRA IN ENHANCING STUDENTS' LEARNING OF MATHEMATICS  
AT SCHOOLS ..... 278-283

*Tojiyeva Xolida Baxtiyorovna*

UMUMTA'LIM MAKTABLARI ADABIYOT DARSLARIDA ASAR BADIYYATINI O'QITISH  
TARIXI ..... 284-288

*Masharipov Ravqat Madraximovich*

KURASH BILAN SHUG'ULLANUVCHI TALABA SPORTCHILARDA TAYYORGARLIK  
BOSQICHLARINI KUN VA HAFTALIK MIKROTSIKLLARDA MASHG'ULOT YUKLAMALARINI  
OPTIMAL ME'YORLASH ..... 289-295

*Niyozmatov Anvar Bahodirovich*

XORAZM XALQ O'YINLARI ..... 296-303

*Qodirov Xasanboy Oribjonovich*

OLIY TA'LIM MUASSASASI TALABALARIDA LIDERLIK SIFATLARINI SHAKLLANTIRISH  
BOSQICHLARI ..... 304-309

*Kejaboev Abdusalim Erkaboevich*

PEDAGOGIK MENEJMENT VA ZAMONAVIY RAHBAR KOMPETENTLIGI ..... 310-315

*Axmadjonova Farangiz Axrorjon qizi*

OLIY TA'LIM MUASSASALARIDA MASOFAVIY TA'LIM MAZMUNI VA TA'LIM JARAYONINI  
TAKOMILLASHTIRISHNING DIDAKTIK – USLUBIY TA'MINOTI ..... 316-322



08.00.00 – Иқтисодиёт фанлари

**Axmedova Nazokat Zikirillo qizi**

TTYeSI "Korporativ boshqaruv" kafedrası tayanch doktoranti

### **KORXONA MARKETING STRATEGIYASIDA RAQAMLI STRATEGIYADAN FOYDALANISH USULLARI VA AFZALLIKLARI**

**Annotatsiya.** Ushbu maqolada, raqamli strategiya korxonalar uchun marketing strategiyasining muhimligi va uning roli tahlil qilinadi. Maqolada, raqamli strategiya korxonalarining marketingda raqamli analitika, ma'lumotlar analitikasi, ma'lumotlar tahlili, ma'lumotlar vizualizatsiyasi va ma'lumotlar ustida asoslangan qarorlar qabul qilishning ahamiyati ko'rsatiladi. Shuningdek, maqolada raqamli strategiya korxonalar uchun marketing strategiyasini amalga oshirishning muhim ustuvorliklari, muvaffaqiyat faktorlari va qiyinchiliklari ham ko'rsatiladi.

**Kalit so'zlar:** strategik rejalashtirish, raqamli muhit, savdo varonkasi, raqamli strategiya, ijtimoiy tarmoq, media-reja, kontent.

**Akhmedova Nazokat**

TITLI doctoral student of the

"Corporate Management" department

### **METHODS AND ADVANTAGES OF USING DIGITAL STRATEGY IN THE MARKETING STRATEGY OF THE ENTERPRISE**

**Abstract.** This article analyzes the importance of digital strategy and its role in marketing strategy. The article highlights the importance of digital analytics, data analytics, data visualization, and data-driven decision making in marketing for digital strategy businesses. This article aims to use digital strategy to gain insights and experiences that help them adapt their marketing strategy.

**Keywords:** strategic planning, digital environment, sales funnel, digital strategy, social network, media plan, content.

**Ахмедова Назокат Зикирилло қизи**

Докторант кафедры ТИТЛП «Корпоративное управление»

### **МЕТОДЫ И ПРЕИМУЩЕСТВА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ЦИФРОВОЙ СТРАТЕГИИ В МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ ПРЕДПРИЯТИЯ**

**Аннотация.** В этой статье анализируется важность цифровой стратегии и ее роль в маркетинговой стратегии для бизнеса. В статье подчеркивается важность цифровой аналитики, анализа данных, визуализации данных и принятия решений на основе данных в маркетинге для компаний, занимающихся цифровой стратегией. В статье также освещаются важные приоритеты, факторы успеха и проблемы реализации стратегии цифрового маркетинга.

**Ключевые слова:** стратегическое планирование, цифровая среда, воронка продаж, цифровая стратегия, социальная сеть, медиаплан, контент.

DOI: <https://doi.org/10.47390/SPI1342V3SI5Y2023N13>

**Kirish.** Bozor iste'molchi bilan maksimal muloqotni ta'minlash uchun shaxsiylashtirilgan raqamli marketing kommunikatsiyalarini joriy etishni taqozo etuvchi Internet texnologiyalarining doimiy rivojlanishi sharoitida an'anaviy marketing usullarini modernizatsiya qilishni talab qiladi.

Marketologlar bugungi kunda marketing strategiyasini oflayn va onlayn kommunikatsiya muhitlariga ajratmoqdalar. Onlayn muhit turli xil obyektlarning maqsadli auditoriyasi bilan keng doiradagi aloqalarni ta'minlaydi. Raqamli strategiya aloqa strategiyasining bir qismidir. Lekin marketing kommunikatsiya strategiyasi - bozordagi mavjud imkoniyatlar va tahdidlarni, shuningdek, resurslarning cheklanishi va kompaniyaning boshqa xavf-xatarlarini hisobga olgan holda uzoq muddatli maqsadlarga erishishga qaratilgan mahsulotni ilgari surishning keng qamrovli rejasi hisoblanadi. Strategiya asosan Internet marketing vositalaridan foydalanishni targ'ib qilish usullariga tayanadi.

Raqamli muhitning o'ziga xosligi shundaki, u maqsadli auditoriyani eng aniq segmentatsiyalash va xaridga olib kelishi mumkin bo'lgan foydalanuvchi xatti-harakatlarini kuzatish uchun ishlatilishi mumkin. Har qanday turdagi strategiya faktlar, iqtisodiy ma'lumotlar, tadqiqot va tahlillarga asoslanadi, ular asosida maqsadlar, yechimga yondashuvlar va byudjet bilan jadval tuziladi. Bu bilimlarning barchasi kompaniyaning raqamli strategiyasini ishlab chiqishda qo'llanilishi kerak.

Raqamli strategiya bu marketing rejasi bo'lib, uning maqsadi biznesni umumiy rivojlantirish va o'zgartirish, mahsulot yoki brendni ilgari surishdir. Belgilangan maqsadlarga erishish uchun bozor tadqiqotlari, auditoriya, raqobatchilarni o'rganish, o'zining raqobatbardosh afzalliklari, mos raqamli kanallar tanlanadi. Eng yangi axborot texnologiyalari korxonalarga mahsulot yoki xizmatlarni bozorga chiqarish muammolarini muvaffaqiyatli hal qilish imkonini beradi. Bu maqolada, raqamli strategiya korxonalar uchun marketing strategiyasining muhimligi va uning roli tahlil qilinadi. Maqolada, raqamli strategiya korxonalarining marketingda raqamli analitika, ma'lumotlar analitikasi, ma'lumotlar tahlili, ma'lumotlar vizualizatsiyasi va ma'lumotlar ustida asoslangan qarorlar qabul qilishning ahamiyati ko'rsatiladi.

Maqolada, raqamli strategiya korxonalar uchun marketing strategiyasini amalga oshirishning muhim ustuvorliklari, muvaffaqiyat faktorlari va qiyinchiliklari ham ko'rsatiladi.

**Adabiyotlar sharhi.** Raqamli marketing mavzusi g'arb iqtisodchi olimlari tomonidan atroflicha o'rganilgan: A. Charlzvor va D. Chaffi raqamli marketingning nazariy asoslarini o'rganishga katta hissa qo'shishgan bo'lsa, M. Kotler o'zining "Marketing 4.0" kitobida raqamli makonda marketingni qo'llash masalalarini tadqiq qilgan. Xorijiy iqtisodchi olimlar va axborot-texnologiyalar sohasidagi mutaxassislar qatorida Danko T. P.[13], Kitova O.V., Butkovskaya, G.V. and Statkus A.V.[12], Vassileva, B., Chaffey D.[1], Quinn L, Dibb S, Simkin L, Canhoto A, Analogbei M., Erevelles S, Fukawa N, Swayne L., o'z ishlarida raqamli marketing bo'yicha chuqur tadqiqotlar va tahlil olib borganlar. Jumladan axborot mahsuloti va xizmatlari nuqtai nazaridan markeking xizmatlari, raqamli marketing tendensiyalari, raqamli transformatsiya qilishning turli jihatlar batafsil ochib berilgan.

Mahalliy iqtisodchi olimlar qatorida G'ulomov S.S.[4], Begalov B.A.[9], Bekmurodov A.Sh.[10], Musaliev A.A., va boshqalar iqtisodiyotning turli tarmoqlarida marketing axborot tizimlarini joriy etish va raqamli iqtisodiyotning istiqbollari bo'yicha tadqiqotlar olib borilgan.

COVID-19 pandemiyasi bozor muhitida raqamli texnologiyalarni qo'llashni jadallashuviga olib keldi, bu esa raqamli marketingni tashkillashtirish borasida yangicha qarashlar va yondashuvlarni ishlab chiqishni talab qiladi.

**Tahlil va muhokama.** Raqamli strategiya, korxona marketing strategiyasining muhim bir qismini tashkil etmoqdadir. Bu strategiya, korxonaning ma'lumotlaridan foydalanib, ma'lumotlar tahlilini amalga oshirib, natijalar olishda muhim rol o'ynaydi, buni 1-jadvalda ham ko'rish mumkin.

№	Tahlillar	Ma'lumotlar
1	Raqamli ma'lumotlar	Korxona tomonidan to'plangan va saqlangan ma'lumotlar, shu jumladan sotuvlar ma'lumotlari, mijozlar haqida ma'lumotlar, marketing kampaniyalari natijalariga oid ma'lumotlar va boshqa statistik ma'lumotlar.
2	Analiz natijalari	Raqamli ma'lumotlar analizining natijalari, masalan, mijozlarning xaridorlik tomonidan qabul qilish darajasini oshirish, marketing kampaniyalarining effektivligini oshirish, yangi mijozlar va loyihalarni tanlashda o'zgarishlar keltirish uchun qo'llaniladi.
3	Marketing strategiyasi natijalari	Raqamli strategiya korxona marketing strategiyasining natijalarini ko'rsatadi. Masalan, raqamli ma'lumotlar analizining asosida yangi mijozlarni jalb etishning qulay yo'llari aniqlanishi, marketing kampaniyalarining to'liq natijaga erishishini oshirish, mijozlarga maxsus takliflar taklif qilish, mahsulotlarni qayta ishlash va qayta ishlanish imkoniyatlarini aniqlash va boshqa marketing strategiyalari bo'yicha natijalarni ko'rsatish.
5	Maqola tahlili	Raqamli strategiya korxona marketing strategiyasiga oid maqolalar tahlil qiladi. Bu maqolalar davlatning ma'lumotlarini, so'rovnomalarini, tadbirlarini va boshqa faktorlarni o'z ichiga oladi va korxona marketing strategiyasiga qanday ta'sir qilishi yoki o'zgarishi mumkinligini o'rganishga yordam beradi.
6	So'rovnomalar va fikrlar	Raqamli strategiya tahlili va natijalar bo'limida, mijozlar va potentsial mijozlar bilan o'rtacha so'rovnomalar, fikrlar va takliflar olish maslahatlari berilishi tavsiya qilinadi. Bu, korxona marketing strategiyasini rivojlantirish uchun qo'llanishli ma'lumotlar va fikrlar to'plashda juda muhimdir.

**1-jadval.- Korxonaning ma'lumotlaridan foydalanib, ma'lumotlar tahlilini amalga oshirish strategiyasi**  
(muallif ishlanmasi)

Korxona marketing strategiyasining muhim bir qismini tashkil etishini aytib o'tish uchun ma'lumotlarni yozishga yordam beradi, ma'lumotlarni aniq va tushunarli ko'rsatish, marketing kampaniyalarini optimallashtirish va mijozlarga qulaylik yaratish uchun qo'llaniladigan muhim bir vosita sifatida xizmat qiladi.

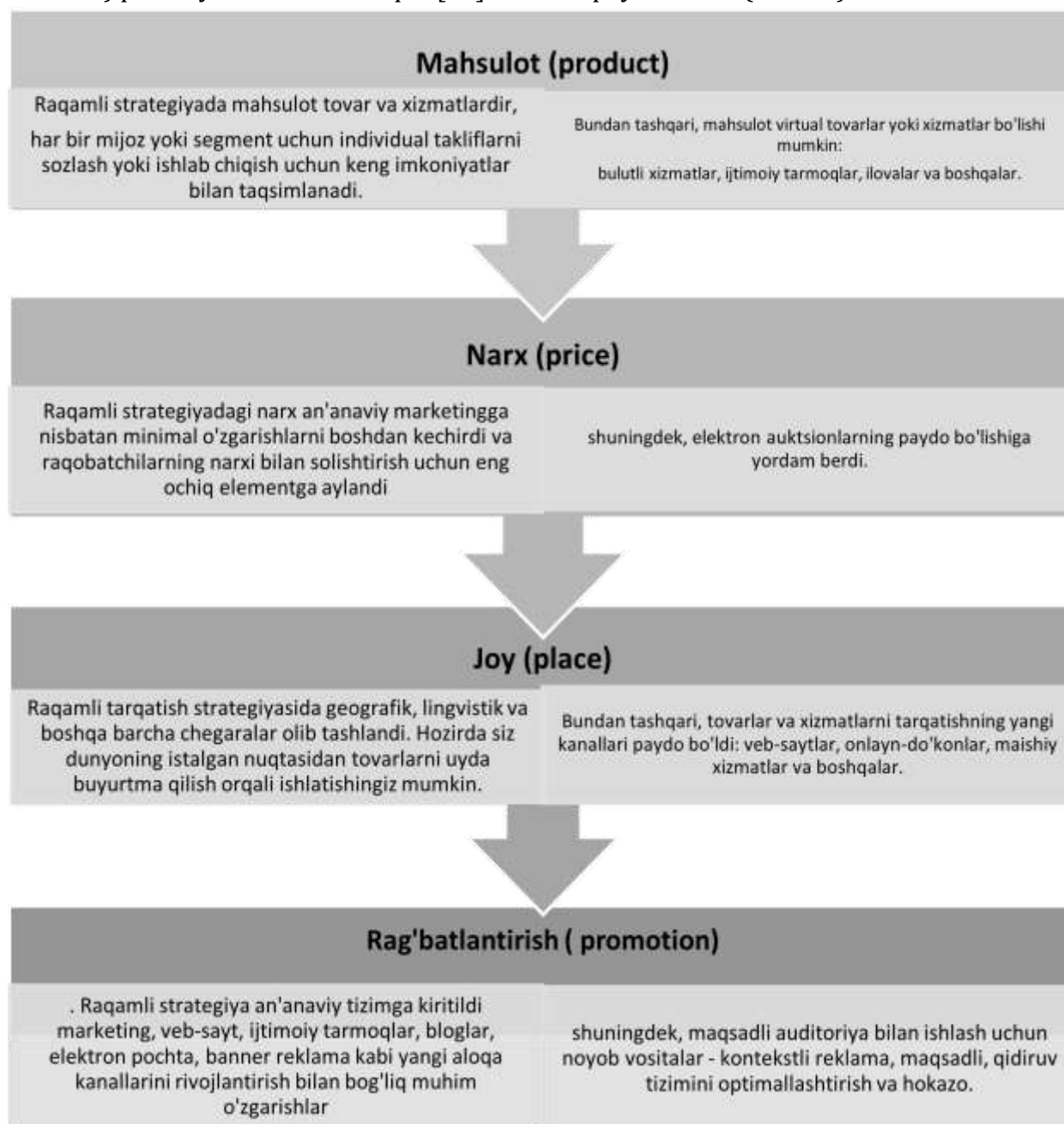
Raqamli strategiya yo'nalishi muhim afzalliklarga ega bo'lganligi sababli korxonalarni rivojlantirish va ilgari surishda asosiy yo'nalishlardan biriga aylandi.

Birinchiidan, Internetdagi aloqa narxi har doim maqsadli auditoriyani oflayn rejimda jalb qilish narxidan past bo'ladi. Kontakt xodimning ishtirokini talab qilsa ham, har holda, uning vaqti xatlar, so'rovlarga javoblar, buyurtmalar va arizalarni shakllantirish va boshqalarga sarflanmaydi.

Ikkinchidan, afzallik - vaqt o'tishi bilan boshqa ma'lumot manbalaridan voz kechadigan, shuningdek, ko'p hollarda aholining faol qismi bo'lgan maqsadli guruhlarining foydalanish imkoniyati, bu reklama beruvchilar uchun jozibadordir.

Shubhasiz, Internet- muloqot tezligi ko'p hollarda o'ziga tortadi. Misol uchun, bir necha soat ichida raqamli kompaniyani boshlash orqali siz uning dastlabki ishlashini kuzatishingiz mumkin, oddiy reklama uchun esa birinchi javoblar kamida bir necha kun kutishingiz kerak.

Eng muhim afzalliklardan biri foydalanuvchini saqlab qolishdir, bunda foydalanuvchilarning xatti-harakati va motivlarini o'rganish mumkin, bu sizga reklama kompaniyasini yanada aniqroq boshqarish imkonini beradi, shuningdek, kelajakdagi reklama samaradorligini taxmin qilish va byudjetni to'g'rilashga yordam beradi. Raqamli marketingni mustaqil soha emas, balki an'anaviy marketingning qo'shimcha vositasi deb hisoblaydigan raqamli tadqiqotlar va raqamli strategiya bo'yicha rossiyalik mutaxassis Fedor Virinning ta'limotlarini o'rganib chiqib, raqamli strategiyani marketing miks 4P (mahsulot, narx, joy, reklama) pozitsiyadan ko'rib chiqish[14] zarurati paydo bo'ldi (1-rasm).



**1-rasm.- Raqamli strategiyani marketing miks 4P pozitsiyadan ko'rish**

Rag'batlantirish iste'molchi bilan barcha interaktiv aloqalarni, shu jumladan raqamli marketingni o'z ichiga oladi. Ushbu shovqinning bir qismi ijtimoiy tarmoqlarda va ularda ishlashning yana bir strategiyasi mavjud.

**Xulosa.** Raqamli strategiya korxonalar uchun marketing strategiyasi, bugungi kunda muhim bir mavzu bo'lib, bu mavzuga oid ko'plab maqolalar va tadqiqotlar mavjud. Bu maqolada, raqamli strategiya korxonalar uchun marketing strategiyasining muhimligi va uning roli tahlil qilinadi.

Maqolada, raqamli strategiya korxonalarining marketingda raqamli analitika, ma'lumotlar analitikasi, ma'lumotlar tahlili, ma'lumotlar vizualizatsiyasi va ma'lumotlar ustida asoslangan qarorlar qabul qilishning ahamiyati ko'rsatiladi. Raqamli strategiya korxonalar uchun marketing strategiyasining asosiy komponentlari, maslahatlar va tajribalar, raqamli marketing vositalari va texnologiyalari, ma'lumotlar analitikasi va ma'lumotlar ustida asoslangan qarorlar qabul qilishning muhimligi haqida tafsilotlar beriladi.

Maqolada, raqamli strategiya korxonalar uchun marketing strategiyasini amalga oshirishning muhim ustuvorliklari, muvaffaqiyat faktorlari va qiyinchiliklari ham ko'rsatiladi. Raqamli strategiya korxonalariga marketing strategiyasini moslashtirishda yordam beruvchi fikrlar va tajribalar o'qishchilarga taqdim etiladi.

**Адабиётлар/Литература/References:**

1. Chaffey D. Digital marketing. Pearson UK; 2019 Feb 5.
2. Digital 2019. Global digital yearbook. Essential digital data for every country in the world. [Электронный ресурс].
3. Erevelles S, Fukawa N, Swayne L. Big Data consumer analytics and the transformation of marketing. Journal of business research. 2016 Feb 1;69(2):897-904.
4. Gulyamov S.S. va boshqalar. Raqamli iqtisodiyotda blokcheyn texnologiyalari. T.: Iqtisod-Moliya, 2019. 396 b.
5. Quinn L, Dibb S, Simkin L, Canhoto A, Analogbei M. Troubled waters: the transformation of marketing in a digital world. European Journal of Marketing. 2016 Nov 14.
6. Vassileva, B., 2017. Marketing 4.0: How technologies transform marketing organization. Óbuda university e-Bulletin, 7(1), p.47.
7. Viana, N. A. (2016). Digital wine marketing: Social media marketing for the wine industry. In BIO Web of Conferences (Vol. 7, p. 03011). EDP Sciences.
8. What is Strategic Analysis? // CFI Education. – 2007. – Vol. 12. – P. 123-126.
9. Бегалов Б.А., Кичик бизнес субъектлари учун яратилаётган ахборот тизимлари сифатини баҳолашда фойдаланувчилар талабининг таҳлили. “Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар” илмий электрон журнали. № 1, январь-февраль, 2015 йил
10. Бекмуродов А.Ш., Мусалиев А.А. Информационный бизнес. Учебное пособие. – Т.: ТГЭУ, 2006. – 288 с.;
11. Бобожонов А.Б. Ўзбекистонда ахборот маҳсулотлари ва хизматлари бизнесини ривожлантиришнинг услубий жиҳатлари.: PhD. дис. иқт. фан. - Тошкент: ТДИУ, 2018, - 155 бет.
12. Бутковская, Г.В. and Статкус, А.В., 2019. Цифровой маркетинг: поведение потребителей. Вестник университета, (5).
13. Данько Т. П., Китова О.В. Вопросы развития цифрового маркетинга // ПСЭ. 2013. №3

(47)

14. Зайцева, Л. А. Система стратегического планирования на предприятии / Л. А. Зайцева // Вестник ИрГТУ. – 2017. – №2 (30). – С. 114-116.
15. Маркова, В. Д. Стратегический менеджмент. Курс лекций: учебное пособие / В. Д. Маркова, С. А. Кузнецова. – Москва: ИНФРА-М, 2019. – 288 с. – ISBN 5-16-000027-5.
16. Руденко, М. Н. Стратегическое планирование: учеб. пособие / М. Н. Руденко, Е. Д. Оборина, Д. Н. Письменников. – Пермь: Стар. – 2014. – 96 с. – ISBN 978-5-7944-2309-9

# SCIENCEPROBLEMS.UZ

## ИЖТИМОЙ-ГУМАНИТАР ФАНЛАРНИНГ ДОЛЗАРБ МУАММОЛАРИ

*№ S/5 (3)-2023*

## АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ СОЦИАЛЬНО- ГУМАНИТАРНЫХ НАУК

## ACTUAL PROBLEMS OF HUMANITIES AND SOCIAL SCIENCES

**Ижтимоий-гуманитар фанларнинг долзарб муаммолари**” электрон журнали 2020 йил 6 август куни 1368-сонли гувоҳнома билан давлат рўйхатига олинган.

**Муассис:** “SCIENCEPROBLEMS TEAM” масъулияти чекланган жамияти

**Таҳририят манзили:**

100070. Тошкент шаҳри, Яккасарой тумани, Кичик Бешёғоч кўчаси, 70/10-уй. Электрон манзил:

[scienceproblems.uz@gmail.com](mailto:scienceproblems.uz@gmail.com)

**Боғланиш учун телефонлар:**

(99) 602-09-84 (telegram).