



SPAIN

INTERNATIONAL SCIENTIFIC
ONLINE CONFERENCE

PROSPECTS AND MAIN TRENDS IN MODERN SCIENCE



2025 YEAR

SPAIN, MADRID



ISOC
INTERNATIONAL
SCIENTIFIC
ONLINE
CONFERENCES



PROSPECTS AND MAIN TRANDS IN MODERN SCIENCE

International scientific-online conference

Part 20

March 29th

COLLETIONS OF SCIENTIFIC WORKS

MADRID 2025



PROSPECTS AND MAIN TRANDS IN MODERN SCIENCE: a collection scientific works of the International scientific online conference (29th March, 2025) – SPAIN, Madrid: "CESS", 2025. Part 20– 243p.

Chief editor:

Candra zonyfar - PhD Universitas Buana Perjuangan Karawang, Indonesia
Sunmoon University, South Korea.

Editorial board:

Martha Merrill - PhD Kent State University, USA

David Pearce - ScD Washington, D.C., USA

Emma Sabzalieva - PhD Toronto, Canada

Languages of publication: русский, india, english, казахша, o'zbek, limba română, Spanish, кыргыз тили, Հայերէն....

The collection consists of scientific research of scientists, graduate students and students who took part in the International Scientific online conference "**PROSPECTS AND MAIN TRANDS IN MODERN SCIENCE**". Which took place in Madrid on March 29, 2025.

Conference proceedings are recomanded for scientits and teachers in higher education esteblishments. They can be used in education, including the process of post - graduate teaching, preparation for obtain bachelors' and masters' degrees. The review of all articles was accomplished by experts, materials are according to authors copyright. The authors are responsible for content, researches results and errors.

© "CESS", 2025
© Authors, 2025



MIRZO ULUG 'BEKNI TIRILTIRGAN MAQSUD SHAYXZODA	
Mirzayev Shohijahon Rustam o'g'li Giyazova Nozima Bayazovna KIBERXAVFSIZLIK SOHASIDA SUN'IY INTELLEKT VA BLOKCHEYN TEXNOLOGIYALARINI QO'LLASH IMKONIYATLARI	74
Fatilloev Farrux Farhod o'g'li Abdulloyev Asliddin Junaydulloyevich BIZNES FAOLIYATIDA RAQAMLI MARKETING MUAMMOLARI	81
Razzoqov Abdujafar Muhammad o'g'li Teshayev Mirolim Djumayevich RAQAMLI BOZORLARDA STANDARTLAR VA REGULYATSIYALAR YARATISH ZARURIYATI VA UNING IQTISODIY TA'SIRI	87
Saidganiyeva Shahodatxon Talatbek qizi AMARANT O'SIMLIGIDA G'O'ZA TUNLAMINING RIVOJLANISHI, ZARARI VA UNGA QARSHI MIKROBIOLOGIK PREPARATLARNING BIOLOGIK SAMARADORLIGI	93
Miragzamova Omina Akrom qizi Avezova Rohila Ruzimboyeva BOSHLANG'ICH SINFLARDA SINFDAN TASHQARI FAOLIYATNI TASHKIL ETISHDA KREATIVLIK	97
Эшанкулов Хамракул Маматкулович МЕТОДЫ И ПРИЕМЫ СЛОВАРНО-ОРФОГРАФИЧЕСКОЙ РАБОТЫ ПРИМЕНЯЕМЫЕ В ШКОЛЕ	101
Ashurov Mansur Muhammad o'g'li FRANSIYADA FILIP LV DAVRIDA GENERAL SHTATLAR FAOLIYATI.	106
Mansurova Gulsevar Bakhtiyor Norbekovich Toshmamatov Kodirova Nargiza Esanovna OVARIAN CYST – CAUSES, SYMPTOMS, AND TREATMENT METHODS	110
Ахмедова Ф.А Хабибуллина М.М ИСПОЛЬЗОВАНИЕ РАЗНЫХ МЕТОДОВ ОБУЧЕНИЯ МАТЕМАТИКИ В АКАДЕМИЧЕСКИХ ЛИЦЕЯХ – КАК ОСНОВА УСПЕХА УСВОЕНИЯ УЧАЩИМИСЯ НОВОЙ ТЕМЫ	118
Ulmasbek Karimov ENTREPRENEURIAL ACTIVITY AND ITS FORMS	122
Lutfillo Makhamadaliev THE STUDY OF THE RESEARCH CONDUCTED BY EASTERN THINKERS IN THE NATURAL SCIENCES IN TURKISH HISTORIOGRAPHY IN THE 18TH-20TH	125



BIZNES FAOLIYATIDA RAQAMLI MARKETING MUAMMOLARI

Fatilloev Farrux Farhod o'g'li

Buxoro davlat universiteti Iqtisodiyot va turizm fakulteti 3-bosqich talabasi

Abdulloyev Asliddin Junaydulloyevich

Buxoro davlat universiteti Iqtisodiyot va turizm fakulteti Iqtisodiyot kafedrası professori, i.f.d (DSc)

Annotatsiya: *Raqamli marketing raqamli iqtisodiyotning muhim bir qismi desak mubolag'a bo'lmaydi. Ushbu maqolada biznes boshqaruvida raqamli marketingni tadbiq etishning shart-sharoitlari muhokama etiladi, biznes faoliyatida raqamli marketing muammolari, raqamli marketing bugungi kunda har qanday biznes uchun muhim ahamiyati haqida ma'lumot berilgan. Internet va raqamli texnologiyalarning rivojlanishi bilan birga, kompaniyalar o'z mahsulot va xizmatlarini yanada samarali tarzda reklama qilish imkoniyati haqida, ushbu maqolada raqamli marketingda uchraydigan asosiy muammolar va ularni hal qilish yo'llari haqida ma'lumotlar berilgan.*

Kalit so'zlar: *raqamli marketing, kompaniyalar, auditoriya, raqobat, innovatsion yondashuvlar, mijozlar, resurslar, raqamli iqtisodiyot, raqamli biznes, Influencer marketing, SEO.*

So'ngi yillarda raqamlashtirish, raqamli iqtisodiyot, raqamli marketing tushunchalari ommalashmoqda. Internetning keng tarqalishi va texnologiyalarning tez rivojlanishi raqamli platformalarda marketing strategiyalarini joriy etishni zarur qiladi. Raqamli marketing, an'anaviy marketing usullaridan farqli o'laroq, kengroq auditoriyaga tez va samarali yetib borish imkonini beradi. Biroq, biznes faoliyatida raqamli marketingni amalga oshirishda bir qator muammolar va qiyinchiliklar mavjud.

Ushbu muammolarni aniqlash va ularga yechimlar ishlab chiqish, kompaniyalar uchun muvaffaqiyatning kalitidir. Mamlakatimizda ham raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish va raqobatbardosh mahsulotlar va xizmatlarni tashkil etish hamda mamlakatimizda eksport salohiyatini oshirish uchun yangi brendlar ostida sifatli mahsulotlarni yaratish bo'yicha bir qancha amaliy ishlar qilinmoqda.

Raqamli marketingning muvaffaqiyati ko'pincha kompaniyaning maqsadli auditoriyasini to'g'ri tushunishi bilan bog'liq. Har bir biznesning o'ziga xos mijozlari bor va ularning ehtiyojlari, xohishlari va xulq-atvorlari turlicha. Agar kompaniya o'z auditoriyasini to'g'ri aniqlamasa, marketing strategiyalari samarasiz bo'lishi mumkin. Maqsadli auditoriyani tushunish uchun bozor tadqiqotlari o'tkazish, mijozlar bilan aloqa o'rnatish va ularning fikrlarini tahlil qilish zarur.

Raqamli marketing - mahsulot, xizmatlar yoki brendlarni qidiruv tizimlari, ijtimoiy tarmoqlar, elektron pochta, mobil ilovalar va boshqa raqamli platformalar kabi raqamli kanallar orqali reklama qilish jarayoniga qaratilgan. U onlayn auditoriyani xaridor yoki mijozlarga jalb qilish, jalb qilish va aylantirish uchun ko'plab yondashuvlar, usullar va strategiyalarni o'z ichiga oladi. Bu mijozlar bilan foydali va samarali muloqot qilish uchun raqamli texnologiyalardan foydalanadigan marketing turi.²³

²³ <https://www.acharya.uz/blog/digital-marketing-know-all-about-it>



Hozirgi kunda ko'plab kompaniyalar raqamli marketingga o'tmoqda, bu esa raqobatni oshirishga yordam beradi. Raqobatchilar bilan muvaffaqiyatli kurashish uchun kompaniyalar o'z marketing strategiyalarini yangilab borishlari, innovatsion yondashuvlarni qo'llashlari va mijozlarga takliflar taqdim etishlari zarur. Raqobatchilarni o'rganish va ularning muvaffaqiyatli strategiyalarini tahlil qilish, kompaniyalarga o'z pozitsiyalarini yaxshilashda yordam beradi. Raqamli marketingda kontent muhim rol o'ynaydi. Mijozlar uchun qiziqarli va foydali kontent yaratish, ularni jalb qilish va saqlab qolish uchun zarur. Biroq, sifatli va mijozlarni jalb qilish uchun kontent yaratish va uni to'g'ri tarqatish har doim ham oson emas. Raqamli marketing, zamonaviy biznes muhitining ajralmas qismi bo'lib, uning muvaffaqiyati ko'plab omillarga bog'liq. Shuning uchun ham raqamli iqtisodiyot sharoitida raqamli marketing elementlaridan maksimal darajada foydalanib, iqtisodiy o'sishga erishish mumkin. Raqamli marketing elementlari biznes faoliyatida muhim rol o'ynaydi.(1-jadval)

1-jadval Raqamli marketing elementlari²⁴

Element	Ta'rifi
Veb-sayt	Brend yoki kompaniya haqidagi asosiy ma'lumotlarni taqdim etuvchi platforma
SEO(qidiruv tizimining optimallashtirish)	Veb-saytni qidiruv tizimlarida yuqori o'rinlarga olib chiqish uchun optimallashtirish jarayoni
Kontent marketingi	Bloglar, maqolalar, videolar, infografiyalar orqali mijozlarni jalb qilish va ularga foydali ma'lumot berish
Ijtimoiy media marketingi	Facebook, Instagram, Twitter kabi platformalarda brendni targ'ib qilish va auditoriya bilan muloqot qilish
Pullik reklama	Google ads, Facebook ads, youtube ads kabi pullik reklama vositalari orqali auditoriyaga yetib borish
Elektron pochta marketingi	Mijozlarga shaxsiylashtirilgan xabarlar va takliflarni elektron pochta orqali yuborish
Mobil marketing	Ilovalar, SMS, push-bildirishnomalar orqali foydalanuvchilarga reklama va xabarlar yetkazish
Influencer marketing	Mashhur shaxslar yoki bloggerlar orqali tovar va xizmatlarni targ'ib qilish

Ushbu raqamli marketing elementlaridan biznes faoliyatida foydalangan holda jamiyatning barcha tadbirkorlik faoliyatida kirib borishi natijasida ishlab chiqarishda mehnat samaradorligining oshishi, biznesning raqobatbardoshligining o'sishi, ishlab chiqarishdagi xarajatlarning kamayishi, yangi ish o'rinlarining yaratilishi, yangi zamonaviy kasblarning paydo bo'lishiga, iqtisodiy o'sishga olib keldi. So'ngi yillarda yillarda axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining(AKT) rivojlanishi biznesdagi o'zgarishlar uchun shart- sharoitlarni yaratdi.

Bu jarayon raqamli sensorlarning tobora ko'payib borayotgan qurilmalariga(Internet of things) kiritilishi, yangi shaxsiy qurilmalar(mobil telefonlar, smartfonlar, planshetlar,

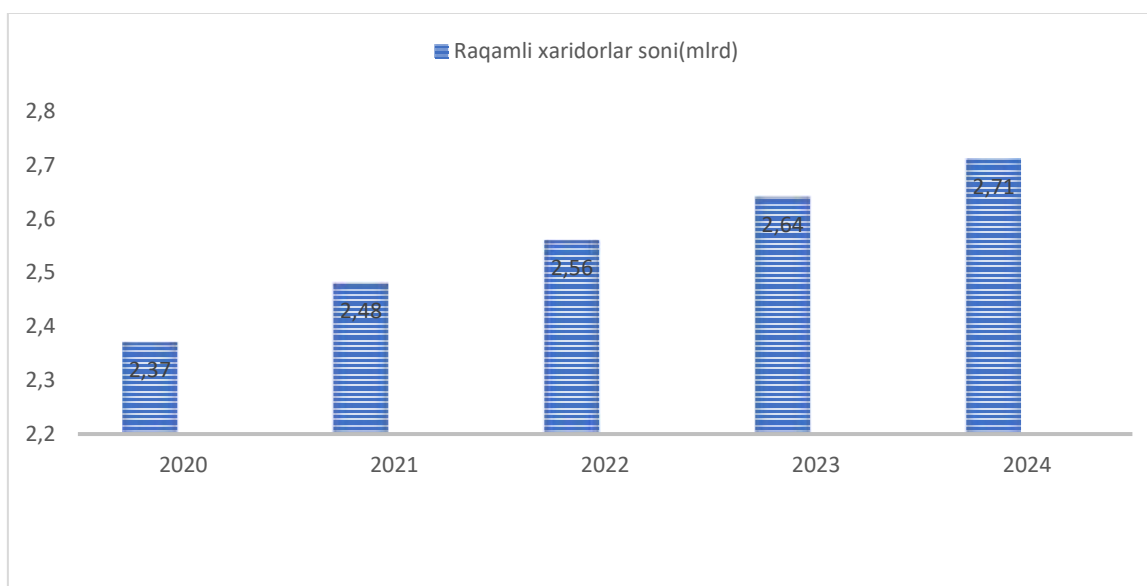
²⁴ Internet ma'lumotlaridan foydalanib muallif ishlanmasi



noutbuklar, 3D bosib chiqarish qurilmalari), yangi raqamli modellarni yaratish(bulutli ishlov berish, raqamli platformalar, raqamli xizmatlar), katta ma'lumotlar(Big data) texnologiyasidan foydalangan holda ma'lumotlar massivlaridan foydalanishning o'sib borayotgan intensivligi, ma'lumotlarni tahlil qilishning yangi usullari va qarorlar qabul qilish algoritmlari, shuningdek, yangi avtomatlashtirish va robotlashtirish jarayonlari bilan bosqichma- bosqich rivojlanmoqda.

Raqamli iqtisodiyot sharoitida raqamli marketingni rivojlantirish mijozlarga qulaylik yaratish va online xaridorlarni ko'payishiga olib keladi. Raqamli marketing elementlaridan foydalangan holda mijozlarni ko'paytirish kerak. Savdo hajmi biznes faoliyatida xaridorlar sonining oshishi bilan birga amal qiladi.

Albatta, mijozlarni jalb qilish ham oson emas. 1-rasmda so'ngi yillarda raqamli xaridorlar soni 2020-yilda 2.37 milliarddan, 2024-yil esa 2.71 milliardgacha sezilarli darajada oshganinimizni ko'rishimiz mumkin. 2024 yilda raqamli xaridorlar soni 2.71 milliardni tashkil etadi. So'nggi bir necha yil ichida onlayn-do'konlar soni ortib bormoqda. 2024 yildagi ko'rsatkichlar o'tgan yilga nisbatan 70 millionga ko'p bo'lib, o'tgan yilga nisbatan 2,7 foizga o'sgan.



1-rasm. Raqamli xaridorlar sonining yillar kesimida o'sish grafigi²⁵

Tahlil natijalaridan ko'rinib turibdiki, raqamli iqtisodiyotni shakllantirish bevosita ijtimoiy-iqtisodiy jarayonlarni raqamlashtirish va transformatsiyalash asosida amalga oshiriladi. Bunga aniq misollar sifatida Google, Facebook, Amazon, eBay, Alibaba, Uber va Airbnb singari platforma kompaniyalarini keltirish o'rinli.

Biz ushbu kompaniyalarni raqamli iqtisoditning bir qismi deb hisoblaymiz, chunki ular innovatsion raqamli texnologiyalar va raqamli biznes modellariga asoslangan raqamli platformalardir.

²⁵ <https://www.oberlo.com/statistics/how-many-people-shop-online?>



Albatta, raqamli iqtisodiyot sharoitida ham biznes faoliyatini rivojlantirishda bir qancha muammolarga duch kelishimiz tabiiy hol. Demak, raqamli marketingning asosiy muammolari, ularning sabablari va yechimlarini batafsil tahlil qilamiz.(1-jadval)

2-jadval Raqamli marketing muammo va yechimlari:

Muammo	Sabablari	Yechimlar
1. Maqsadli auditoriyani aniqlash	Yomon segmentatsiya, noto'g'ri ma'lumotlar	Market tadqiqotlari o'tkazish, analitika vositalaridan foydalanish
2. Kontentning sifat va samaradorligi	Tajribasiz yozuvchilar, tartibga solinmagan strategiya	Professional kontent yaratuvchilarni jalb qilish, rejalashtirish
3. Ommaviy ijtimoiy tarmoqlarda faoliyat	Resurslar yetishmasligi, strategiyaning yo'qligi	Ijtimoiy tarmoq strategiyasini ishlab chiqish, doimiy monitoring
4. Raqobatchilar bilan kurashish	Raqobatchilarni tahlil qilmaslik, innovatsiyalardan mahrum bo'lish	Raqobatchilarni tahlil qilish, yangi g'oyalarni sinab ko'rish
5. Natijalarni o'lchash va tahlil qilish	Yomon analitika, ma'lumotlarni noto'g'ri talqin qilish	Ishonchli analitika vositalarini ishlatish, ma'lumotlarni muntazam ravishda ko'rib chiqish
6. Xarajatlarni boshqarish	Noto'g'ri reklama strategiyalari, ROI ni hisoblamaslik	Xarajatlarni rejalashtirish, ROI tahlil qilish RIO (Return on Investment) — bu investitsiyaning samaradorligini baholash uchun ishlatiladigan moliyaviy ko'rsatkichdir.
7.O'zgaruvchan texnologiyalar	Tez-tez yangilanishlar, yangi platformalar	Texnologiyalarni muntazam kuzatish, moslashuvchan strategiyalar ishlab chiqish
8.Platformalarning soxtaligi	Soxta platformalar va nashrlar orqali reklama qilish.	Ishonchli platformalardan foydalanish va onlayn reputatsiyani nazorat qilish.
9. Mijozlar munosabati	Ilova orqali buyurtma qilingan tovarlar reklamagidek kelmasligi, sifatining noaniqligi va boshqalar.	Har bir ilova, platformalarda operatrlk xizmatlarini tashkil etib ko'proq mijoz bilan yaqindan ma'lumotlarini olib u bilan muloqot qilishi kerak.

Yuqoridagi jadvalda raqamli marketingda uchraydigan muammolar, ularning sabablarini va yechimlarini ko'rsatib o'tdik. Har bir muammo o'ziga xos qiyinchiliklarni keltirib chiqaradi va bu kompaniyalar uchun raqamli marketing strategiyalarini amalga oshirishda jiddiy to'siqlar bo'lishi mumkin. Raqamli marketing muvaffaqiyati ko'plab omillarga bog'liq bo'lib, muammolarni hal etish orqali kompaniyalar raqamli marketingdan maksimal darajada foyda olishlari mumkin. Shuningdek, zamonaviy texnologiyalar va analitik vositalarni qo'llash, innovatsion yondashuvlarni joriy etish va marketing strategiyalarini doimiy ravishda yangilash zarur. Raqamli marketing orqali muvaffaqiyatga erishish uchun strategik rejalashtirish va takomillashtirish jarayonlari muhim ahamiyatga ega.



Xulosa qilib aytganda, raqamli marketing bugungi kunda har qanday biznes uchun muhim ahamiyatga ega. Biroq, u o'ziga xos muammolar bilan bog'liq.

Maqsadli auditoriyani tushunish, raqobatchilar bilan kurashish, kontent yaratish va tarqatish, texnologik muammolar, o'lchov va analitika, mijozlar bilan aloqa, ijtimoiy tarmoqlardagi o'zgarishlar, mahsulot yoki xizmatni o'ziga xoslashtirish, mijozlarni saqlab qolish va raqamli marketing strategiyasini yangilash kabi muammolar kompaniyalar uchun dolzarbdir.

Ushbu muammolarni hal qilish uchun kompaniyalar doimo o'z strategiyalarini yangilab, innovatsion yondashuvlarni qo'llashlari zarur. Raqamli marketingda muvaffaqiyatga erishish uchun zamonaviy texnologiyalarni, bozor tadqiqotlarini va mijozlar fikrlarini hisobga olish muhimdir.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. Abdulloev, A. J. (2023). THE ROLE AND IMPORTANCE OF STRATEGIC PLANNING IN MARKETING.
2. Abdullayeva, H. N., & Sardor, M. (2024). RAQAMLASHTIRISH- MAMLAKAT TARAQQIYOTNING MUHIM OMILI. INTELLECTUAL EDUCATION TECHNOLOGICAL SOLUTIONS AND INNOVATIVE DIGITAL TOOLS, 3(27), 113-121.
3. Abdullayeva, H. (2024). KORXONA FAOLIYATIDA INNOVATSION MARKETINGDAN FOYDALANISH. ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu. uz), 49(49).
4. Axrorovna, B. M. (2022). The Importance of Digitizing the Tax System. European Journal Of Business Startups And Open Society, 2(11), 1-5.
5. Giyazova, N.B. (2024). INCREAZING THE EFFICIENCY OF WASTE RECYCLING IN THE ECONOMY OF OUR COUNTRY. MODELS AND METHODS FOR INCREASING THE EFFICIENCY OF INNOVATIVE RESEARCH, 3(34), 455-461.
6. Giyazova, N.B., & Sh,B.S. (2024). ZAMONAVIY RAQAMLI IQTISODIYOTDAGI MUAMMOLAR VA CHORA-TADBIRLAR. Science and innovation, 3(Special Issue 42), 482-489.
7. Shukhratovna, U. M., & Bayazovna, G. N. (2025). FOREIGN EXPERIENCE IN THE DEVELOPMENT OF MOBILE INTERNET. INNOVATION IN THE MODERN EDUCATION SYSTEM, 6(49), 250-256.
8. Rustam o'g'li, R. J., & Bayazovna, G. N. (2025). MOBIL TO 'LOVLAR VA ULARNING IQTISODIYOTDAGI AHAMIYATI. THE THEORY OF RECENT SCIENTIFIC RESEARCH IN THE FIELD OF PEDAGOGY, 3(30), 193-197.
9. Таирова, М. М., & Зойитов, Д. (2024). ЗНАЧЕНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ В СЕЛЬСКОМ ХОЗЯЙСТВЕ. Science and innovation, 3(Special Issue 42), 371-376.
10. Таирова, М. М., & Рахматуллаева, Ф. М. (2015). Условия формирования инновационной экономики. Наука 21 века: вопросы, гипотезы, ответы, (1), 115-118.



11. Hakimovna, U. M., & Muhammedrisaevna, T. M. S. (2022). The role of banking and accounting in the development of small business and entrepreneurship. INTERNATIONAL JOURNAL OF SOCIAL SCIENCE & INTERDISCIPLINARY RESEARCH ISSN: 2277-3630 Impact factor: 8.036, 11, 136-143.
12. Sayfullayeva, M. (2023). Establishment Of Agritourism Clusters In Uzbekistan Based On The Principles Of Sustainable Tourism. Центр Научных Публикаций (Buxdu. Uz), 35(35).
13. Raxmatullayeva, F. M. (2024). MINTAQALAR RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISHDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALARNING AHAMIYATI. Indexing, 1(1).
14. Raxmatullayeva, F. M., & Shaxzod, J. (2024). RAQAMLI IQTISODIYOTNING RESURSLAR ISTE'MOLIGA TA'SIRI. MODELS AND METHODS FOR INCREASING THE EFFICIENCY OF INNOVATIVE RESEARCH, 3(34), 496-502.
15. Mubinovna, R. F. (2025). RAQAMLI IQTISODIYOTDA PLATFORMALAR AHAMIYATI. THE THEORY OF RECENT SCIENTIFIC RESEARCH IN THE FIELD OF PEDAGOGY, 3(30), 220-225.