



O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI OLIY TA'LIM, FAN VA
INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI
TOSHKENT DAVLAT IQTISODIYOT UNIVERSITETI

YANGI O'ZBEKISTONDA INNOVATSION
MARKETING KONSEPSIYALARI ASOSIDA
BIZNESNI RIVOJLANTIRISH

xalqaro ilmiy-amaliy anjuman maqola va tezislar
to'plami
2023 yil 6-7 oktabr

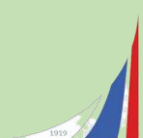
HAMKORLAR



Hochschule
Zittau/Görlitz
UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES



HOCHSCHULE
ANHALT University
of Applied Sciences



100
YEARS
FINANCIAL UNIVERSITY
UNDER THE GOVERNMENT
OF THE RUSSIAN FEDERATION



САНКТ-ПЕТЕРБУРГСКИЙ
ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ



TOSHKENT-2023



МИНИСТЕРСТВО ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ, НАУКИ И
ИННОВАЦИЙ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН

ТАШКЕНТСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ
ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ

РАЗВИТИЕ БИЗНЕСА НА
ОСНОВЕ ИННОВАЦИОННЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ
КОНЦЕПЦИЙ В НОВОМ УЗБЕКИСТАНЕ

сборник статей и тезисов международной
научно-практической конференции
6-7 октября 2023 г

ПАРТНЕРЫ



ТАШКЕНТ-2023



MINISTRY OF HIGHER EDUCATION, SCIENCE AND INNOVATIONS OF THE REPUBLIC OF UZBEKISTAN TASHKENT STATE UNIVERSITY OF ECONOMICS

BUSINESS DEVELOPMENT BASED ON INNOVATIVE MARKETING CONCEPTS IN NEW UZBEKISTAN

collection of articles and abstracts of the
international scientific and practical conference
October 6-7, 2023

PARTNERS



TASHKENT-2023



“Yangi O‘zbekistonda innovatsion marketing konsepsiyalari asosida biznes rivojlantirish” xalqaro ilmiy-amaliy anjuman maqola va tezislari to‘plami. ТДИУ., Тошкент 2023 йил.

Сборник статей и тезисов международной научно-практической конференции на тему «Развитие бизнеса на основе инновационных маркетинговых концепций в Новом Узбекистане». ТГЭУ., Ташкент 2023 г.

A collection of articles and theses of the international scientific and practical conference "The Development of the Business Based on Innovative Marketing Concepts in New Uzbekistan". TSUE., Tashkent 2023.

Аннотация. Ushbu konferensiya ilmiy maqola va tezislari to‘plamida zamonaviy marketing konsepsiyalari asosida biznesni tashkil etishning asosiy yo‘nalishlari va muammolari, korxonalarining innovatsion marketingning uslublaridan foydalanish asosida samaradorligini oshirish imkoniyatlari, Sanoat 4.0 konsepsiyasi asosida B2B marketingni tashkil etish muammolari va yechimlari bo‘yicha ilmiy takliflar ilgari surilgan. Shuningdek, xizmatlar sohasida kreativ marketingni qo‘llash yo‘llari va usullari, mahalliy brendlarni shakllantirish va rivojlantirishda marketingdan foydalanish yo‘llari va usullari, kichik va o‘rta biznes korxonalarida marketingni samarali tashkil etishning kreativ yondashuvlari bo‘yicha ilmiy takliflar berilgan. Korxonalarining raqamli marketing faoliyatida eng so‘ngi strategiyalar hisoblangan sun‘iy intellekt, IoT, blokcheyn, SEO va SMM kabilardan foydalanish orqali samaradorlikni oshirishga qaratilgan takliflar berilgan.

Mazkur to‘plamga kiritilgan ilmiy maqola va tezislari ilmiy tadqiqotchilar, doktorant va izlanuvchilar, professor-o‘qituvchi, magistr va talabalarga, professional ta‘lim oluvchi mutaxassislar hamda turli mulkchilik shaklidagi korxonalar va tashkilotlar uchun mo‘ljallangan.

Аннотация. В сборнике научных статей и тезисов данной конференции изложены основные направления и проблемы организации бизнеса на основе современных маркетинговых концепций, возможности повышения эффективности деятельности предприятий на основе использования инновационных методов маркетинга, выдвинуты научные предложения по проблемам и решениям организации B2B маркетинга на основе концепции Промышленность 4.0. Также даны научные предложения о путях и методах применения креативного маркетинга в сфере услуг, о путях и методах использования маркетинга в формировании и развитии отечественных брендов, о креативных подходах к эффективной организации маркетинга на предприятиях малого и среднего бизнеса. Даны предложения по повышению эффективности цифровой маркетинговой деятельности предприятий за счет использования новейших технологий, таких как искусственный интеллект, интернет вещей, блокчейн, SEO и SMM.

Научные статьи и тезисы, включенные в данный сборник, предназначены для научных исследователей, докторантов и соискателей, профессоров-преподавателей, магистров и студентов, специалистов, получающих профессиональное образование, а также предприятий и организаций различных форм собственности.

Abstract. The collection of scientific articles and theses of the conference outlines the main directions and problems of organizing a business based on modern marketing concepts, the opportunity of increasing the efficiency of enterprises through the use of innovative marketing methods, scientific proposals on the problems and solutions of the organization of B2B marketing based on the concept of Industry 4.0. Also, scientific proposals were given on ways and methods of applying creative marketing in the service sector, the ways and methods of using marketing in the formation and development of local brands, creative approaches to the effective organization of marketing at small and medium-sized businesses. Also, scientific proposals were given on the application of creative marketing in the service sector, the ways and methods of using marketing in the formation and development of local brands, about creative approaches to the effective organization of marketing in small and medium-sized enterprises. Suggestions were given to improve the efficiency of digital marketing activities of enterprises through the use of the latest technologies, such as artificial intelligence, IoT, blockchain, SEO and SMM.

The scientific articles and theses included in the current collection are intended for researchers, doctoral students and scientific applicants, professors-lecturers, masters and bachelors, specialists receiving professional education, as well as enterprises and organizations of various forms of ownership.



**Mazkur to'plamga kiritilgan maqolalar va tezislarning mazmuni, statistik ma'lumot hamda bildirilgan fikr - mulohazalarga mualliflarning o'zlari mas'uldirlar.*

**Авторы сами несут ответственность за содержание, статистические данные и высказанные мнения статей и тезисов, вошедших в данный сборник.*

**The authors are responsible for the content, statistical data and expressed opinions of the articles and theses included in this collection*

Ma'sul muharrir/Ответственный редактор/Responsible editor: i.f.d., prof. Ikramov M.A.

Konferensiya tashkilotchilari/Organizatory konferentsii/ Conference organizers:

i.f.d., prof. Ergashxodjayeva Sh.Dj.

i.f.n., prof. Abduxalilova L.A.

i.f.d. dots. Ziyayeva M.H.

i.f.n., dots. Alimxodjayeva N.E.

i.f.d., prof. Akramov T.A.

PhD. dots. Xakimov Z.A.

PhD. Eshmatov S.A.

PhD. Sobirov A.A.

PhD. Usmanova D.M.

PhD. Sharopova N.R.

PhD. Bobojonov B.B.

Katta o'qituvchi Fayzullayev Sh.Sh.

Katta o'qituvchi Minarova M.Z.

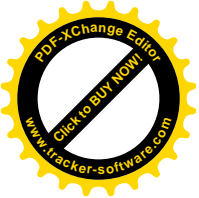
Katta o'qituvchi Aliyev A.A.

Tayanch doktorant, tadqiqotchilar:

Davronova Z.G'., Xolmatova M.A., Valiyeva A.A.,

G'iyosidinov B.B., Qurollov M.O., Ro'ziyeva F.K.

Hamkorlar	Партнеры	Partners
Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti	Ташкентский государственный экономический университет	Tashkent state university of economics
Gunadarma universiteti	Университет Гунадарма	Universitas Gunadarma
Sankt-Peterburg davlat iqtisodiyot universiteti	Санкт-Петербургский государственный экономический университет	Saint-Petersburg State University of Economics
O'zbekiston marketologlar uyushmasi	Маркетинговая Ассоциация Узбекистана	Marketing Association of Uzbekistan
O'zbekiston paxta-to'qimachilik klasterlari uyushmasi	Ассоциация хлопко-текстильных кластеров Узбекистана	Association of cotton-textile clusters of Uzbekistan
O'zto'qimachilik sanoat uyushmasi	Ассоциация Узтекстильпром	Uztextile Association
Петра Велико номидаги Санкт-Петербург политехника университети	Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого	Peter the Great St.Petersburg Polytechnic University
RF Hukumati huzuridagi Moliya instituti	Финансовый университет при Правительстве Российской Федерации	Financial University under the Government of the Russian Federation
Братислава иқтисодиёт университети	Экономический университет в Братиславе	University of Economics in Bratislava
Anhalt amaliy fanlar universiteti	Университета прикладных наук Саксен-Анхальт	Anhalt University of Applied Sciences
Turan universiteti	Turan University	Turan University
Zittau/Görlitz amaliy fanlar universiteti	Университет прикладных наук Циттау/Гёрлиц	University of Applied Sciences Zittau/Görlitz
Olmaota gumanitar-iqtisod universiteti	Алматинский гуманитарно-экономический университет	Almaty Humanitarian - Economic University
Bratislava Iqtisodiyot universiteti	Экономический университет в Братиславе	University of Economics in Bratislava
Sankt-Peterburg davlat arxitektura va qurilish universiteti	Санкт-Петербургский государственный архитектурно-строительный университет	St Petersburg State University of Architecture and Civil Engineering



MUNDARIJA/OГЛАВЛЕНИЕ/CONTENTS

1-SHO‘BA. ZAMONAVIY MARKETING KONTSEPTSIYALARI ASOSIDA BIZNESNI TASHKIL ETISHNING ASOSIY YO‘NALISHLARI / 1-СЕКЦИЯ. ОСНОВНЫЕ НАПРАВЛЕНИЯ ОРГАНИЗАЦИИ БИЗНЕСА НА ОСНОВЕ СОВРЕМЕННЫХ КОНЦЕПЦИЙ МАРКЕТИНГА / 1- SECTION. THE MAIN DIRECTIONS OF BUSINESS ORGANIZATION BASED ON MODERN MARKETING CONCEPTS 16

Ergashxodjayeva Shaxnoza Djasurovna
ZAMONAVIY MARKETING KONTSEPTSIYALARI ASOSIDA BIZNESNI TASHKIL ETISHNING ASOSIY YO‘NALISHLARI 17

Saydxodjayeva Nigorahon Ibaydullaevna
ZAMONAVIY MARKETINGNUNG MILLIY IQTISODIY RINOJLANISHDAGI O‘RNI 21

Ахмедов Икром Акрамович
РАҚОБАТНИНГ КУЧАЙИШИ ШАРОИТИДА ТАШҚИ БОЗОРЛАРДА МАРКЕТИНГДАН ФОЙДАЛАНИШНИНГ АСОСИЙ ЙЎНАЛИШЛАРИ 25

Багиев Георгий Леонидович, Икрамов Мурат Акрамович, Маслобоева Ольга Дмитриевна, Пинчук Александр Владимирович
СПЕЦИФИКА МЕНТАЛЬНОСТИ МАРКЕТИНГА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ ПРОСТРАНСТВЕННО-ВРЕМЕННОЙ ДИНАМИКИ ЭКОНОМИКИ..... 32

Карпова Светлана Васильевна, Багреева Елена Геннадиевна
МАРКЕТИНГОВОЕ УПРАВЛЕНИЕ ПОВЕДЕНИЕМ ПОТРЕБИТЕЛЕЙ В САНКЦИОННОЙ ЭКОНОМИКЕ 40

Валиева Азиза Анвар қизи
ДУҚҚАКЛИ МАХСУЛОТЛАР БОЗОРИДА МАРКЕТИНГ ТАДКИКОТЛАРИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ 44

Жумаев Олимжон Садуллоевич
ИПАКЧИЛИК КОРХОНАЛАРИ МАРКЕТИНГ ФАОЛИЯТИНИНГ ЎЗИГА ХОС ЖИҲАТЛАРИ ... 48

Икрамов Максад Муратович
ИНТЕЛЛЕКТУАЛ КАДРЛАРНИ ТАЙЁРЛАШ МУАММОЛАРИ ВА ЕЧИМЛАРИ 55

Лукашевич Михаил Леонидович, Исаев Игорь Юрьевич
ИСПОЛЬЗОВАНИЕ КЛАСТЕРНЫХ ПРЕИМУЩЕСТВ В МЕЖДУНАРОДНОМ МАРКЕТИНГЕ ... 59

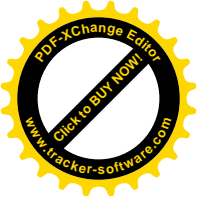
Макаров В.В., Макарова Ю.С.
МИССИЯ И ВАЛЕНТНОСТЬ МАРКЕТИНГА-МЕНЕДЖМЕНТА 63

Пардаев Мамаюнус Қаршибаевич
КОРХОНАДА МАРКЕТИНГ СТРАТЕГИЯСИНИНГ АСОСИЙ ЙЎНАЛИШЛАРИ ВА УЛАРНИНГ РАҚОБАТБАРДОШЛИКНИ МУСТАҲКАМЛАШДАГИ ЎРНИ 67

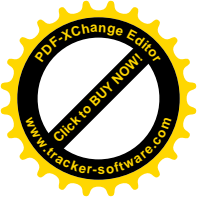
Примова Нигора Икром қизи
ТАШАББУСЛИ БЮДЖЕТЛАШТИРИШ– МОЛИЯВИЙ МАРКЕТИНГ СТРАТЕГИЯСИ СИФАТИДА 71

Разакова Дина Ибрагимовна
ПРОБЛЕМЫ ПОДГОТОВКИ МАРКЕТОЛОГОВ В ВУЗАХ КАЗАХСТАНА..... 77

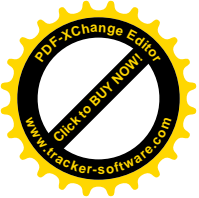
Сайфуллаева Мадина Исмаевна, Хаирова Динара Римовна
ПОЗИЦИОНИРОВАНИЕ В СТРОИТЕЛЬСТВЕ КАК СОВРЕМЕННОЕ ТРЕБОВАНИЕ МАРКЕТИНГА..... 84



Солиев Ахмаджон, Усубжонов Захриддин Васлиддин ўғли <i>“ЎЗБЕКИСТОН-2030” СТРАТЕГИЯСИНИ АМАЛГА ОШИРИШДА МАРКЕТИНГ ВА САВДО ТАМОЙИЛЛАРИДАН ФОЙДАЛАНИШ.....</i>	88
Таракбаева Р.Е. <i>МАРКЕТИНГОВАЯ СТРАТЕГИЯ В УСЛОВИЯХ ПАНДЕМИИ COVID–19</i>	92
Третьяк Ольга Анатольевна <i>ФОРСАЙТ МАРКЕТИНГА: ТРАЕКТОРИИ ДАЛЬНЕЙШЕГО РАЗВИТИЯ.....</i>	99
Холиков Сулаймон Уткир угли <i>РАСШИРЕНИЕ ПРАВ И ВОЗМОЖНОСТЕЙ ДЛЯ ВВЕДЕНИЯ БИЗНЕСА И ТРУДОУСТРОЙСТВУ ЖЕНЩИН.....</i>	103
Конникова Ольга Анатольевна, Чжан Синьюй, Юлдашева Оксана Урняковна <i>ПЕРСПЕКТИВЫ КИТАЙСКИХ КОМПАНИЙ НА РОССИЙСКОМ АВТОРЫНКЕ: ПРЕДВАРИТЕЛЬНЫЕ РЕЗУЛЬТАТЫ ЭМПИРИЧЕСКОГО ИССЛЕДОВАНИЯ.....</i>	107
Хамраев Гулом <i>АСПЕКТЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО МАРКЕТИНГА.....</i>	114
Юсупов Махамадамин <i>РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА НОВОГО УЗБЕКИСТАНА НА ОСОВЕ КОНЦЕПЦИЙ СОВРЕМЕННОГО МАРКЕТИНГА.....</i>	118
2-SHO‘BA. BIZNESDA INNOVATSION MARKETINGNING USLUBLARIDAN FOYDALANISH / 2- СЕКЦИЯ. ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ МЕТОДОВ МАРКЕТИНГА В БИЗНЕСЕ / 2- SECTION. USE OF INNOVATIVE MARKETING METHODS IN BUSINESS.....	122
Abdullayeva Hilola Nutfilloyevna, Ravshanov Manuchehr Abdusalom o‘g‘li <i>BIZNESDA INNOVATSION MARKETINGNING USLUBLARIDAN FOYDALANISH</i>	123
Babadjanov Abdirashid Musayevich, Tabaev Azamat Zaripbaevich <i>THE USE OF INNOVATIVE MARKETING METHODS OF A BUSINESS ENTITY.....</i>	127
Clemens Renker <i>AN APPROACH TO THE FORMATION OF AN ADAPTIVE MARKETING BUSINESS MODEL OF CORPORATE GOVERNANCE</i>	131
Egamberganov Jahongir Kadambaevich <i>INNOVATIVE MARKETING IN RENEWING UZBEKISTAN USE OF TECHNOLOGY IN BUSINESS. 136</i>	136
Ibodov Kamoliddin Mamatqulovich <i>RESTORAN XIZMATLARINI INNOVATSION RIVOJLANTIRISHNING MARKETING KONSEPSIYASI</i>	140
Ismailova Nilufar Sabitdjanovna, Dadabayev Umidjon Abdusamat o‘g‘li <i>YANGI O‘ZBEKISTONNING JAHON SAVDOSIDA ISHTIROKINI SAMARALI TARTIBGA SOLISHNING JAHON SAVDO TASHKILOTINING O‘RNI</i>	144
Karimova Iroda Abdusattorovna <i>BIZNESDA MARKETING VA UNI TIZIMLASHTIRISH</i>	148
Ganieva Madinaxon Bunyodali kizi <i>EFFECTIVE ASPECTS OF USING ECO-MARKETING IN FOOD PROCESSING ENTERPRISES</i>	152



Maxmudov Faxriddin Umarovich <i>BIZNESDA INNOVATSION MARKETINGNING USLUBLARIDAN FOYDALANISH</i>	158
Muratova Shokhista Nimatullayevna <i>MARKETING OF CUSTOMS SERVICES AS A BASIS FOR EFFECTIVE INTERACTION BETWEEN CUSTOMS AUTHORITIES AND BUSINESS STRUCTURES</i>	163
Musayeva Sh.A. <i>KORXONADA MARKETING MENEJMENT USULLARINI RIVOJLANTIRISH YO‘LLARI</i>	167
Aisyah Oktaviani, Supiani, Rino Rinaldo <i>DETERMINING FACTORS OF PURCHASING DECISION FOR TONER KOMBUCHA AVSKINCARE PRODUCT ON SHOPEE APPLICATION</i>	171
Shakhzod Saydullaev <i>THE ROLE OF DIGITAL MARKETING STRATEGIES IN ENHANCING ESG PERCEPTION DURING IPOs</i>	174
Usmanova Diyora Mahmud kizi <i>THE ROLE OF INNOVATIVE MARKETING STRATEGIES IN INCREASING THE EXPORT POTENTIAL OF GRAPE-GROWING ENTERPRISES</i>	179
Ахунова М.Х., Абдуллаев Д.А. <i>НЕКОТОРЫЕ АСПЕКТЫ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИННОВАЦИОННОГО МАРКЕТИНГА В БИЗНЕСЕ</i>	186
Къян А. Пайя <i>ФУНКЦИЯ МАРКЕТИНГА ВПЕЧАТЛЕНИИ В ФОРМИРОВАНИИ ИННОВАЦИОННЫХ БИЗНЕС-МОДЕЛЕЙ</i>	191
Носирова Санобар Собирджановна <i>ИСПОЛЬЗОВАНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ МЕТОДОВ МАРКЕТИНГА В ТУРИСТИЧЕСКОМ БИЗНЕСЕ</i>	196
Самадов Асқаржон Нишонович <i>ЎЗБЕКИСТОНДА РЕКЛАМА ФАОЛИЯТИНИ РИВОЖЛАНИШИ</i>	199
Расулов Нозимжон Набиджонович <i>РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В УСЛОВИЯХ ФОРМИРОВАНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ ИННОВАЦИЙ</i>	204
Рашидов Баходир Бахромович <i>ТЕНДЕНЦИИ РАЗВИТИЯ ПИЩЕВОЙ ОТРАСЛИ В УЗБЕКИСТАНЕ</i>	210
Фарманов Тулқин Хайитмуродович, Исроилов Х. <i>ҚИШЛОҚ ХЎЖАЛИГИ ОЗИҚ-ОВҚАТ МАҲСУЛОТЛАРИНИ ЕТИШТИРИШДА МАРКЕТИНГ ТАДҚИҚОТЛАРИНИ ЎТКАЗИШ</i>	213
Хидиров Шерзод <i>МАРКЕТИНГОВЫЕ ИННОВАЦИИ В ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ</i>	219
Хотамов Ибодулло Садуллоевич <i>МАРКЕТИНГОВЫЙ АНАЛИЗ РЫНКА ДЕТСКИХ ИГРУШЕК В УЗБЕКИСТАНЕ</i>	223
Юлдашев Жамшид Абрарович <i>НЕЙРОМАРКЕТИНГ ПОНИМАНИЕ ПОКУПАТЕЛЕЙ НА ГЛУБОКОМ УРОВНЕ</i>	229



Ғиёсидинов Бобурбек Бахтиёр ўғли

*ЖАМОАТ ТРАНСПОРТИ ФАОЛИЯТИНИ ТАШКИЛ ЭТИШДА МАРКЕТИНГ ВОСИТАЛАРИДАН
ФОЙДАЛАНИШ..... 233*

**3-SHO‘BA. SANOAT 4.0 KONTSEPTSIYASI ASOSIDA B2B MARKETINGINI TASHKIL
ETISH MUAMMOLARI VA YECHIMLARI / 3- СЕКЦИЯ. ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ
ОРГАНИЗАЦИИ МАРКЕТИНГА В2В НА ОСНОВЕ КОНЦЕПЦИИ ИНДУСТРИИ 4.0 /
3- SECTION. PROBLEMS AND SOLUTIONS OF ORGANIZING OF B2B MARKETING
BASED ON THE CONCEPT OF INDUSTRY 4.0.....237**

Abdurashidova Nigora Alisherovna

*O‘ZBEKISTON AVTOMOBIL SANOATIDA BENCHMARKINGDAN FOYDALANISHNING USLUBIY
ASOSLARI..... 238*

Akramov Bo‘ribek Faxriddin o‘g‘li

*ХАЛҚАРО МАРКЕТИНГ СТРАТЕГИЯЛАРИДАН FOYDALANGAN HOLDA ISHLAB CHIQA-RISH
KORXONALARINING EKSPORTINI RIVOJLANTIRISH..... 243*

Buriyev Hakim Toshimovich, Komilova Mukammal Shavkatovna

*O‘ZBEKISTONNING IJTIMOY IQTISODIY RIVOJLANISHIDA RAQAMLI IQTISODIYOTNING O‘RNI
..... 252*

Kadirov Abdumalik Matkarimovich

*SANOAT KORXONLARIDA IQTISODIY BARQARORLIK KO‘RSATKICHLARI VA ULARNI
BAHOLASH MEXANIZMLARI 257*

Nosirova Charos

*SUSTAINABLE EXPORT GROWTH IN THE TEXTILE INDUSTRY: LEVERAGING GREEN
STRATEGIES AND DIGITAL MARKETING FOR COMPETITIVE ADVANTAGE..... 261*

Raximbayev Akmal Azatboyevich

SANOAT AGLOMERATSIYALARI VA IQTISODIY O‘SISHNING ILMIY-NAZARIY JIXATLARI 272

Yormatov Ilmidin Toshmatovich

MEHNAT RESURSLARIDAN FOYDALANISH SAMARADORLIGI: NAZARIY JIHATI 276

Акрамов Тохир Абдирахманович, Насритдинова Гулчехра Абдурашитовна

*АВТОМОБИЛЬ САНОАТИ РАҚОБАТБАРДОШЛИГИНИ ХОРИЖИЙ ИНВЕСТИЦИЯЛАРНИ
ЖАЛБ ҚИЛИШ АСОСИДА ОШИРИШ ЙЎЛЛАРИ..... 281*

Азларова Дилноза Ахроровна

*ЎЗБЕКИСТОНДА ЁF-МОЙ КОРХОНАЛАРИДА ПЕРСОНАЛНИ БОШҚАРИШДА МАРКЕТИНГ
УСУЛЛАРИДАН ФОЙДАЛАНИШ..... 286*

Исмоилов Равшанжон Бахритдинович, Бахриддинов Жаҳонгирбек Равшанжон ўғли

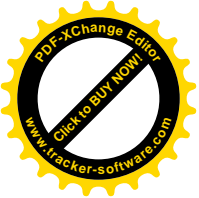
*НАМАНГАН ВИЛОЯТИДА ДОН ВА ДОН МАҲСУЛОТЛАРИ НАРХИНИ ШАКЛЛАНИШИНИНГ
БОЗОР ТАДҚИҚОТИ..... 292*

Кайимова Зумрад Абдуллаевна

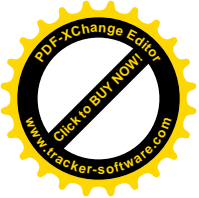
*ОСОБЕННОСТИ ПРИНЦИПОВ ИНТЕРНЕТ-МАРКЕТИНГА ДЛЯ ПРЕДПРИЯТИЯ НА В2В
РЫНКЕ..... 296*

Куприк Надежда Ивановна

*ФОРСАЙТ-МАРКЕТИНГ КАК СПОСОБ ПРЕОДОЛЕНИЯ ВОЛАТИЛЬНОСТИ РЫНКА
ПРОМЫШЛЕННЫМИ КОМПАНИЯМИ..... 301*



Мирзаахмедов Диёр Акрамович <i>ИСПОЛЬЗОВАНИЕ СОБЫТИЙНОГО МАРКЕТИНГА В ДОСТИЖЕНИИ СИНЕРГЕТИЧЕСКОГО ЭФФЕКТА</i>	305
Муратов Акбар Максодович <i>О МАРКЕТИНГОВОЙ СТРАТЕГИИ РАЗВИТИЯ АВТОМОБИЛЕСТРОЕНИЯ В УЗБЕКИСТАНЕ</i>	309
Муратов Амир Тимур ўғли <i>ЎЗБЕКИСТОН АВТОМОБИЛЬ САНОАТИНИНГ РИВОЖЛАНИШИ</i>	313
Рашидов Баходир Бахромович <i>ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ ИННОВАЦИОННЫХ ИНСТРУМЕНТОВ В ПИЩЕВОЙ ОТРАСЛИ</i>	318
Тилляходжаев Музаффарходжа Абдупатахович <i>ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИЕ ОСОБЕННОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ ХЛОПКОПЕРЕРАБАТЫВАЮЩЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ</i>	321
Хакимов Зиёдулла Ахмадович, Ахмедова Райхона Жасурбек кизи <i>САНОАТ КЛАСТЕРЛАРИНИ ШАКЛЛАНИШИНИНГ СИМУЛЯЦИЯ МОДЕЛИ ЯРАТИШИ</i>	325
Хамидов Обиджон Хафизович <i>РАЗВИТИЕ ПРОМЫШЛЕННОЙ ИНДУСТРИИ 4.0 И ИННОВАЦИОННЫЕ РЕШЕНИЯ ДЛЯ БИЗНЕСА</i>	333
Хажиев Бахтиёр Душабоевич <i>ДАРОМАДЛАР ТАҚСИМОТИДА ИҚТИСОДИЁТ ВА БОШҚАРУВ СОҲАЛАРИНИНГ ЎРНИ ВА РОЛИНИ ОПТИМАЛЛАШТИРИШ ЙЎНАЛИШЛАРИ</i>	338
4-SHO‘BA. XIZMATLAR SOHASIDA KREATIV MARKETINGNI QO‘LLASH YO‘LLARI VA USULLARI / 4- СЕКЦИЯ. ПУТИ И МЕТОДЫ ПРИМЕНЕНИЯ КРЕАТИВНОГО МАРКЕТИНГА В СФЕРЕ УСЛУГ / 4- SECTION. WAYS AND METHODS OF APPLYING CREATIVE MARKETING IN THE SERVICE SECTOR	341
Akramov Bo‘ribek Faxriddin o‘g‘li <i>MOLIYA TIZIMINI RIVOJLANTIRISHDA MARKETING STRATEGIYALARINI ISHLAB CHIQISHNING ZAMONAVIYTENDENSIYALARI (BANK SOHASIDA)</i>	342
Caecilia Widi Pratiwi, Elisa Zahra Qisthina <i>THE INFLUENCE OF CELEBRITY ENDORSERS, PRODUCT INNOVATION, PRODUCT SAFETY ON PURCHASING DECISIONS ON SKIN CARE PRODUCTS FOR THE MILLENNIAL GENERATION..</i>	347
Eshtaev Alisher Abduganiyevich <i>TURIZM SOHASINING RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISHDA INNOVASION MARKETING STRATEGIYASI</i>	352
Khasanov Sarvar Ulugbek ugli <i>IMPROVING THE USE OF MARKETING STRATEGIES IN THE MODERN LOGISTICS SYSTEM</i>	355
Kholmatova Mumtozbegin, Fayzullaev Nodirbek <i>GLOBAL DEVELOPMENT STRATEGIES FOR ECOTOURISM INDUSTRY IN UZBEKISTAN</i>	362
Musayev Bekjon Shukurillayevich <i>OLIY TA‘LIM MUASSASALARI BRENDAINI VIZUAL GAVDALANTIRISHDA TARG‘IB QILISHNING O‘RNI</i>	366



Nur Azifah, Putri Oktavia Rusadi

WHAT DRIVES PUBLIC INTENTIONS TO USE SHARIA PEER-TO-PEER LENDING?: TECHNOLOGY ACCEPTANCE MODEL (TAM) APPROACH 370

Parpiyeva Gulhayo Ravshanbekovna

EFFECTIVE USE OF MARKETING STRATEGY IN THE FORMATION OF SERVICE ACTIVITIES ..375

Po‘latov Ma‘murjon Murodjon o‘g‘li

TURIZM INFRATUZILMASIGA XIZMAT KO‘RSATUVCHI AXBOROT MEXANIZMLARI 379

Saydخدjayeva Nigorahon Ibaydullaevna

ZAMONAVIY MARKETING VA UNI KENGAYTIRISH YO‘LLARI 383

Абдукаримов Фуркат Барат-Алиевич

ЗАМОНАВИЙ СЕРВИС ТАМОЙИЛЛАРИ ВА УНИ ИҚТИСОДИЁТДАГИ ЎРНИ 387

Абдурахманова Матлуба Махамдаминовна

БАНКОВСКИЕ ИННОВАЦИИ КАК ЭЛЕМЕНТ ФОРМИРОВАНИЯ И РАЗВИТИЯ ЦИФРОВОГО БАНКИНГА В СОВРЕМЕННОЙ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЕ 391

Ахмедов Икром Акрамович, Юлдошев Улугбек Аскар ўгли

ТАШҚИ ИҚТИСОДИЙ АЛОҚАЛАР РИВОЖИДА ХАЛҚАРО МАРКЕТИНГНИНГ АҲАМИЯТИ .398

Жўраева Феруза Жумакуловна

ЎЗБЕКИСТОНДА ТУРИЗМ СОҲАСИНИ РИВОЖЛАНТИРИШДА МАРКЕТИНГ СТРАТЕГИЯЛАРИДАН ФОЙДАЛАНИШ МАСАЛАЛАРИ..... 405

Закирова Умида Махамдаминовна

СПОРТ ХИЗМАТЛАРИ СОҲАСИНИНГ МИЛЛИЙ ИҚТИСОДИЁТДАГИ АҲАМИЯТИ..... 411

Зиядуллаев Комил Шамсиевич, Турдубеков Улугбек Бегиджанович, Тургунов

КодирМахмудович, Нарзиев Жалол Пайгамович
ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ МАРКЕТИНГОМ РЫНКА ТРУДА: СИНЕРГЕТИЧЕСКИЙ ПОДХОД..... 416

Зуенкова Юлия Александровна

СОВРЕМЕННЫЕ ПОДХОДЫ К КОНКУРЕНЦИИ В МЕДИЦИНЕ НА ОСНОВЕ МАРКЕТИНГА ОТНОШЕНИЙ 420

Икрамов Мурат Акрамович, Ғиёсидинов Бобурбек Бахтиёр ўгли

ЖАМОАТ ТРАНСПОРТИ ФАОЛИЯТИНИНГ САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШДАГИ МАРКЕТИНГ ВОСИТАЛАРИНИНГ АҲАМИЯТИ..... 423

Buzrukxonov Sardorxon Sarvarxon o‘g‘li

O‘ZBEKISTON SANOATIDA MUQOBIL ENERGIYADAN FOYDALANISHNING USTIVOR YO‘NALISHLARI 427

Илхамов Шавкат Исламович

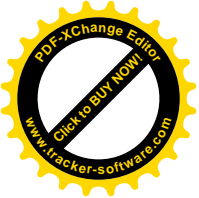
ИЧКИ НАЗОРАТ ТИЗИМИНИ ХАЛҚАРО СТАНДАРТЛАРГА МУВОФИҚ БАҲОЛАШ..... 436

Kadirova Zulxumor Namazovna

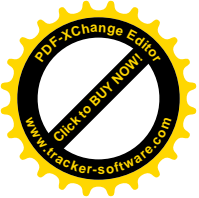
САВДО КОРХОНАЛАРИДА МАРКЕТИНГ ТАҲЛИЛИНИ АМАЛГА ОШИРИШНИНГ ДОЛЗАРБ МАСАЛАЛАРИ..... 443

Карриева Якутжан Каримовна, Машарипова Шахло Адамбаевна, Карриева

Шахноза Сафарбаевна, Карриев Каримберган Сафарбой ўгли
ЙЎЛОВЧИ ТАШИШ ХИЗМАТЛАРИ БОЗОРИНИ СЕГМЕНТЛАШ 447



Минарова Муршида Хожимуратовна <i>СЕРВИС ХИЗМАТЛАРИ МОҲИЯТИ ВА УЛАРНИ РИВОЖЛАНТИРИШДАГИ МУАММОЛАР ...</i>	459
Мирзаахмедова Азизахон <i>РАЗВИТИЕ ИСЛАМСКОГО БАНКИНГА</i>	462
М.М. Мухаммедов, З.М. Мухаммедова <i>ПОВЫШЕНИЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫХ РЕСУРСОВ В СФЕРЕ УСЛУГ</i>	465
Носирова Санобар Собирджановна <i>МЕТОДЫ ПРИМЕНЕНИЯ КРЕАТИВНОГО МАРКЕТИНГА В СФЕРЕ ТУРИЗМА И ПУТИ РЕШЕНИЯ ПРОБЛЕМ.....</i>	471
Примова Нигора Икром кизи <i>МОЛИЯВИЙ МАРКЕТИНГ ИҚТИСОДИЙ РИВОЖЛАНИШ ОМИЛИ СИФАТИДА</i>	475
Ташматов Шухрат Ҳамраевич <i>БАНК ХИЗМАТЛАРИ БОЗОРИНИНГ ЭЛЕМЕНТЛАРИ ВА МЕХАНИЗМЛАРИДАН ФОЙДАЛАНИШ.....</i>	481
Терещенко Наталья Владимировна <i>КУЛЬТУРНАЯ МИССИЯ МАРКЕТИНГА НА АРТ-РЫНКЕ САНКТ-ПЕТЕРБУРГА</i>	485
Тилляходжаев Азизбек, К. Зиядуллаев <i>СПОРТ ТУРИЗМИНИНГ СТРАТЕГИК ЙЎЛЛАРИНИ БЕЛГИЛАШ ВА РИВОЖЛАНТИРИШ....</i>	489
Тошмаматов Садирдин Нажмиддин ўғли <i>ИҚТИСОДИЁТНИ ГЛОБАЛЛАШИШИ ШАРОИТИДА ХАЛҚАРО ТУРИЗМ БОЗОРИНИ РИВОЖЛАНТИРИШ.....</i>	495
Тошпулатов Фаррух Бахтиёрвич <i>КОРПОРАТИВ БОШҚАРУВДА НАЗОРАТ ФУНКЦИЯСИНИНГ МАҚСАД ВА ВАЗИФАЛАРИ ...</i>	500
Тўхтабоев Абдурашид <i>ЗАМОНАВИЙ МЕНЕЖМЕНТ ВА МАРКЕТИНГ СОҲАЛАРИДА КАДРЛАР БИЛАН ИШЛАШНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ МАСАЛАЛАРИ.....</i>	506
Тўйчиева Васида Фахриддин кизи, Валиева Азиза Анвар кизи <i>СЕРВИСДА САМАРАДОРЛИКНИ ТАЪМИНЛАШНИНГ АСОСИЙ МУАММОЛАРИ.....</i>	511
Эргашева Мухаббат Абдусаматовна <i>ХИЗМАТ КўРСАТУВЧИ КОРХОНАЛАРНИНГ РАҚОБАТДОШЛИК КўРСАТКИЧЛАРИ</i>	517
Юсупов Махаммадамин <i>ХИЗМАТЛАР СОҲАСИ КОРХОНАЛАРИДА ИЧКИ МАРКЕТИНГ</i>	522
5-SHO'VA. MAHALLIY BRENDLARNI SHAKLLANTIRISHNING MARKETING YECHIMLARI / 5-СЕКЦИЯ. МАРКЕТИНГОВЫЕ РЕШЕНИЯ ПО СОЗДАНИЮ ОТЕЧЕСТВЕННЫХ БРЕНДОВ / 5- SECTION. MARKETING SOLUTIONS FOR CREATING LOCAL BRANDS	527
Agustin Rusiana Sari, Melinda Salsabila Putri <i>THE EFFECT OF THE MERGER OR ACQUISITION ANNOUNCEMENT TO THE STOCK PRICE OF ACQUISITOR COMPANY LISTED ON THE INDONESIAN STOCK EXCHANGE PERIOD 2018 – 2021</i>	528



Boboyorova Maftuna Xaqqul qizi

OZIQ-OVQAT MAHSULOTLARI SOTUV HAJMINI OSHIRISHDA YASHIL MARKETING STRATEGIYASIDAN FOYDALANISH..... 532

Numonjon Malikov

XALQARO BRENDLARNI JALB QILISH ORQALI MAMLAKAT EKSPORT SALOHİYATINI OSHIRISH IMKONIYATLARI..... 536

Sri Kurniasih Agustin, Ditiya Himawati, Sri Hermawati

THE IMPACT OF VIRAL MARKETING AND BRAND IMAGE ON CONSUMER PURCHASING BEHAVIOR..... 540

Zufarova Nozima

MANAGING BRAND EQUITY IN HIGHER EDUCATION WITH USING INTELLIGENCE SYSTEM.. 545

Веретено Александра Александровна

5 АНТИКРИЗИСНЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ СТРАТЕГИИ ПРИ ФОРМИРОВАНИИ ИДЕНТИЧНОСТИ БРЕНДА В АВТОБИЗНЕСЕ (НА ПРИМЕРЕ АВТОХОЛДИНГА «БАРС»)..... 552

Эшматов Санжар Азимкулович, Абдулатифова Муборакхон Акмалжон кизи

OZIQ-OVQAT MAHSULOTLARI BRENДИНИ ШAKLLANTIРИШ VA BAХОЛАШ..... 556

Тўйчиева Василя Фахриддин кизи

ХИЗМАТЛАР СОҲАСИДА БРЕНД СИЁСАТИ..... 567

Шиганбаева Найля Болатовна

НАЦИОНАЛЬНЫЙ БРЕНДИНГ КАК ИННОВАЦИОННЫЙ ИНСТРУМЕНТ ДЛЯ УВЕЛИЧЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНОГО ВЛИЯНИЯ КАЗАХСТАНА 571

Шиганбаева Найля Болатовна

ФОРМИРОВАНИЕ СТРАНОВОГО БРЕНДА «КАЗАХСТАН» В ЕВРАЗИЙСКОМ ПРОСТРАНСТВЕ 575

Шиганбаева Найля Болатовна

ФОРМИРОВАНИЕ НАЦИОНАЛЬНОГО БРЕНДА И СОЗДАНИЕ ТУРИСТСКОГО ИМИДЖА РЕСПУБЛИКИ КАЗАХСТАН 587

Siti Aisyah

MARKETING SOLUTIONS FOR CREATING LOCAL BRANDS IN THE CASE OF TOKOPEDIA..... 591

6-SHO‘BA. KICHIK VA O‘RTA BIZNES MARKETINGI SAMARALI TASHKIL ETISHNING

KREATIV YONDASHUVLARI / 6-СЕКЦИЯ. КРЕАТИВНЫЕ ПОДХОДЫ К ЭФФЕКТИВНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ МАРКЕТИНГА МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА / 6-SECTION. CREATIVE APPROACHES TO THE EFFECTIVE ORGANIZATION OF MARKETING FOR SMALL AND MEDIUM-SIZED BUSINESSES 596

Abdujabbarov Abdurazzok Abdusattarovich

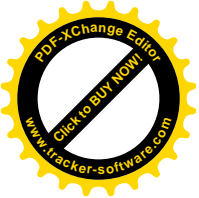
KICHIK BIZNES KORXONALARINING INVESTITSIYA JOZIBADORLIGINI OSHIRISH USULLARI 597

Karimova Nafisabonu Djamshidovna

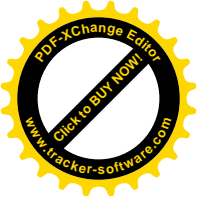
KICHIK VA O‘RTA BIZNESNI TASHKIL ETISHDA REKLAMA VOSITALARIDAN FOYDALANISHNING AHAMIYATI..... 601

Khakimov Ziyodulla Akhmadovich, Ruzieva Farzona

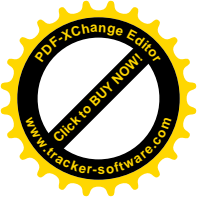
SCIENTIFIC APPROACHES TO DETERMINING AND ASSESSING THE SYNERGY EFFICIENCY OF INDUSTRIAL CLUSTER..... 604



Nurmadina Lanuhu, Muhamad Yunanto <i>THE INFLUENCE OF EXPERIENTIAL MARKETING AND TRUST ON CUSTOMER LOYALTY: THE ROLE OF CUSTOMER SATISFACTION AS A MEDIATOR</i>	613
Sharopova Nafosat <i>KICHIK BIZNESDA MARKETING TADQIQOTLARINI SAMARALI TASHKIL ETISHNING KREATIV YONDASHUVLARI</i>	624
Xamidov Obidjon Xafizovich, Toxirov Javlon Raximovich <i>BUXORO VILOYATINI IQTISODIY RIVOJLANTRISHDA MARKETING YECHIMLAR</i>	628
Абдувоҳидов Абдумалик Маҳкамович <i>ИҚТИСОДИЁТНИ РИВОЖЛАНИШИДА КИЧИК БИЗНЕСНИНГ РОЛИ</i>	632
Анарматов Жасурбек Жандарбекович <i>ҚИШЛОҚ ХЎЖАЛИГИ СОҲАСИДА ОЗИҚ-ОВҚАТ ХАВФСИЗЛИГИНИ ТАЪМИНЛАШ ЙЎНАЛИШЛАРИ</i>	636
Ирисбек Иватов <i>ИҚТИСОДИЙ ЎСИШНИ ТАЪМИНЛАШДА ИҚТИСОДИЙ ХАВФСИЗЛИК ВА УНДА ИНВЕСТИЦИЯЛАРНИНГ ЎРНИ ВА РОЛИ</i>	641
Каштыкова Элена, Батьо В. <i>АКТУАЛЬНЫЕ ПРОБЛЕМЫ МАЛЫХ И СРЕДНИХ ПРЕДПРИЯТИЙ В СФЕРЕ МАРКЕТИНГА</i>	646
Ирина Вильевна Медынская <i>ПУТИ И МЕТОДЫ ПРИМЕНЕНИЯ КРЕАТИВНОГО МАРКЕТИНГА В СФЕРЕ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ УСЛУГ В СТРАНАХ СНГ</i>	650
Мирзажонов Хусниддин Хабибулло ўғли <i>КИЧИК БИЗНЕС СУБЪЕКТЛАРИ РАҚАМЛИ МАРКЕТИНГ ФАОЛИЯТИНИНГ ИЛМИЙ-НАЗАРИЙ ЖИХАТЛАРИ</i>	658
Набиев Элшод Ганиевич, Алимходжаева Наргиза Элшодовна <i>ПРОБЛЕМЫ ЭФФЕКТИВНЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ СИСТЕМ ДЛЯ ПРОДВИЖЕНИЯ ПРОДУКЦИИ</i>	666
Носирова Н.Ж. <i>КИЧИК БИЗНЕС ВА ХУСУСИЙ ТАДБИРКОРЛИК СУБЪЕКТЛАРИНИНГ ЭКСПОРТ САЛОҲИЯТИНИ ШАКЛЛАНТИРИШ ХУСУСИЯТЛАРИ</i>	670
Сарсенбаев Бахитжан Абдулгазиевич <i>БАЛИҚЧИЛИК ХЎЖАЛИГИДА МАРКЕТИНГ ТАДҚИҚОТЛАРИДАН ФОЙДАЛАНИШ</i>	675
Ғофуров Убайдулло Вахобович <i>ЎЗБЕКИСТОНДА МАҲАЛЛАНИНГ ИҚТИСОДИЙ ФУНКЦИЯЛАРИДАН САМАРАЛИ ФОЙДАЛАНИШ ИМКОНИЯТЛАРИ</i>	679
Халиков Глеб Витальевич, Юлдашева Оксана Урняковна <i>ОЦЕНКА ВЕРОЯТНОСТИ БАНКРОТСТВА МСП НА ОСНОВЕ РАСЧЕТА ИНДЕКСА МАРКЕТИНГОВОЙ АКТИВНОСТИ</i>	684
Холиков Сулаймон Уткир угли <i>УПРАВЛЕНИЕ И СПОСОБЫ ВВЕДЕНИЯ МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ СЕЛЬСКИХ ЖЕНЩИН-ПРЕДПРИНИМАТЕЛЕЙ</i>	689



7-SHO‘BA. BIZNESDA RAQAMLI MARKETINGNI RIVOJLANTIRISH: SUN‘IY INTELLEKT, IOT, BLOKCHEYN, SEO VA SMM. / 7-СЕКЦИЯ. РАЗВИТИЕ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА В БИЗНЕСЕ: ИСКУССТВЕННЫЙ ИНТЕЛЛЕКТ, ИНТЕРНЕТ ВЕЩЕЙ, БЛОКЧЕЙН, SEO И SMM / 7- SECTION. THE DEVELOPMENT OF DIGITAL MARKETING IN BUSINESS: ARTIFICIAL INTELLIGENCE, INTERNET OF THINGS, BLOCKCHAIN, SEO AND SMM	693
Abdugaffarov Abdusattar Abdujabbarovich <i>TO‘QIMACHILIK VA YENGIL SANOAT MAHSULOTLARI EKSPORTIDA ELEKTRON TIJORATNI QO‘LLASH USULLARI.....</i>	694
Bagus Nurcahyo, Vely Randyantini, Ika Puji Saputri <i>UTILIZING SOCIAL MEDIA MARKETING STRATEGIES TO ENHANCE CUSTOMER ENGAGEMENT FOR ONESTOP20</i>	698
Eshmatov Sanjar Azimkulovich, Karimova Maftuna Baxrom qizi <i>MARKETINGDA SUN‘IY INTELLEKTDAN FOYDALANISHNING KAMCHILIKLARI VA RIVOJLANISH ISTIQBOLLARI.....</i>	703
Fayzullayev Shuhrat Sherali o‘g‘li <i>KORXONALAR FAOLIYATIDA RAQAMLI MARKETING TEXNOLOGIYALARINING ZARURATI.....</i>	707
Khodieva Gulmira Bakhodirovna <i>CONNECTING WITH THE MODERN CONSUMER: INNOVATIVE STRATEGIES IN A DIGITAL MARKETING LANDSCAPE</i>	712
Kurpayanidi Konstantin Ivanovich <i>CURRENT TRENDS IN DIGITAL MARKETING</i>	716
Maxmudova Muxlisa Qodirjon qizi <i>TIJORAT BANKLARIDA AVTOMATLASHTIRISH TUSHUNCHASI VA “ABS BANKING”</i>	720
Reni Diah Kusumawati, Misdiyono, Dyah Anggraini, Agung Prasetyo Wibowo <i>INFLUENCE OF DIGITAL MARKETING AND POP CULTURE ON ONLINE CONSUMER PURCHASING DECISIONS: AN INTEGRATED APPROACH.....</i>	723
Ziyayeva Shaxlo Shoakbar qizi <i>KORXONALAR MARKETINGIDA RAQAMLI REKLAMALARDAN FOYDALANISH YO‘LLARI</i>	733
Абдиева Дилнавоз Акрамовна <i>ТЎҚИМАЧИЛИК САНОАТИ ЭКСПОРТ САЛОҲИЯТИНИ ОШИРИШДА РАҚАМЛИ МАРКЕТИНГНИНГ АҲАМИЯТИ</i>	740
Азларова Азиза Ахроровна <i>РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ САМАРАДОРЛИГИНИ ОШИРИШДА БАНКЛАРДА МАРКЕТИНГНИНГ ЯНГИ ХИЗМАТ ТУРЛАРИ</i>	744
Асаул Анатолий Николаевич, Руденко К.А., Асаул М.А. <i>ВОСТРЕБОВАННОСТЬ IT-ТЕХНОЛОГИЙ В СОЦИАЛЬНОМ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ</i>	749
Арипходжаев Саидамирхон Фузулиддинович <i>СТРАТЕГИЯ ПО УВЕЛИЧЕНИЕ ПРОДАЖ В ОНЛАЙН СИСТЕМЕ.....</i>	758
Берешев Серикжан, Кутпанова Айнура Булатовна, Тлеубекова Айгүл Доктырбековна, Баймуратова Гулчехра Каххаровна <i>СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОСОБЕННОСТЕЙ УПРАВЛЕНИЯ ПРЕДПРИЯТИЕМ В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ.....</i>	763



Кучаров Абдор, Нурбек Тураев, Фань Яцзюнь <i>РЕГУЛИРОВАНИЕ ВНЕШНЕЙ ТОРГОВЛИ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ ЭКОНОМИКИ.....</i>	767
Яхшибоев Рустам Эркинбой угли, Кудратиллаев Мейрбек Бахитбай угли <i>ИНФОРМАТИЗАЦИЯ В СФЕРЕ ЗДРАВООХРАНЕНИЯ – ОСОБЫЙ ШАГ ДЛЯ ПЕРСПЕКТИВНЫХ ИДЕИ И ТЕХНОЛОГИИ.....</i>	772
Носиров Илхом Аббосович <i>РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ ШАРОИТИДА СОЛИҚ ҲУҚУҚБУЗАРЛИКЛАРНИ КАМАЙТИРИШ, НАЗОРАТ ҚИЛИШ ВА УНИНГ ТАЪСИРИНИ ТАРТИБГА СОЛИШ МЕНЕЖМЕНТИ МАСАЛАЛАРИ.....</i>	776
Саатова Лолахон Эргашевна <i>АХБОРОТЛАШГАН ЖАМИЯТДАН РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ САРИ.....</i>	782
Сафаров Бахтиёр Джуракулович, Дадабаев Қўчқор Абдуллаевич <i>ВИРТУАЛ БОЗОР КЕНГЛИГИДА ЧАКАНА САВДОНИ РИВОЖЛАНТИРИШ МАСАЛАЛАРИ... ..</i>	788
Светлана Геннадьевна Божук, Ирина Васильевна Капустина, Нэлли Анатольевна Козлова, Екатерина Владимировна Шевчук <i>ЦИФРОВЫЕ ТЕХНОЛОГИИ КАК СРЕДСТВО ДОСТИЖЕНИЯ КОНКУРЕНТНОГО ПРЕИМУЩЕСТВА В СФЕРЕ МЕДИЦИНСКИХ УСЛУГ И ЗДРАВООХРАНЕНИЯ В РФ: ОСНОВНЫЕ ИНСТРУМЕНТЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ.....</i>	792
Соловьева Юлия Николаевна, Ушаков Александр Владимирович <i>АВТОМАТИЗАЦИЯ МАРКЕТИНГА: СТЕК МАРКЕТИНГОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ.....</i>	807
Хакимов Зиёдулла Ахмадович, Алиев Абдулазиз Исмаилович <i>ТЎҚИМАЧИЛИК САНОАТИДА РАҚАМЛИ ТРАНСФОРМАЦИЯ ЖАРАЁНЛАРИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ.....</i>	811
Ходжаев Азиз Авазович <i>ПРИМЕНЕНИЕ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ БАНКА.....</i>	817
Абдуллаев Аслиддин Жунайдулович <i>МИРОВОЙ ОПЫТ ПРИМЕНЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЕЙ В2В-ПРЕДПРИЯТИЯМИ.</i>	821



BIZNESDA INNOVATSION MARKETINGNING USLUBLARIDAN FOYDALANISH

Abdullayeva Hilola Nutfilloyevna

BuxDU "Iqtisodiyot" kafedrası o'qituvchisi

E-mail: hilolaabdullayeva24@gmail.com

Ravshanov Manuchehr Abdusalom o'g'li

BuxDU Iqtisodiyot va turizm fakulteti talabasi

E-mail: boysunrmml@gmail.com

Annotatsiya: Innovatsion marketing - bu korxonaning mahsulot, xizmatlar sifatini va mijozlarni jalb qilish usullarini doimiy ravishda yaxshilash istagiga asoslangan marketing kontseptsiyasi.

Kalit so'zlar: Tadbirkorlik, bozor, innovatsiya, marketing, innovatsion marketing, strategik marketing.

Аннотация. Инновационный маркетинг – это концепция маркетинга, основанная на стремлении предприятия постоянно улучшать качество продукции, услуг и методов привлечения клиентов.

Ключевые слова: Предпринимательство, рынок, инновации, маркетинг, инновационный маркетинг, стратегический маркетинг.

Abstract. Innovative marketing is a marketing concept based on the enterprise's desire to constantly improve the quality of products, services and methods of attracting customers.

Key words: Entrepreneurship, market, innovation, marketing, innovative marketing, strategic marketing.

Tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishda marketing innovatsiyalari muhim o'rin tutadi. Bozorga yoki mahsulot toifasiga kirish sizning biznesingizni yanada muvaffaqiyatli qilish imkonini beradi. Ilmiy-tadqiqot ishlarini olib borishning zamonaviy usullaridan foydalanish, mijozlarni jalb qilish yangi mijozlarning o'sishini ta'minlaydi, korxonaning raqobatbardoshligini oshiradi.

Innovatsion marketing - bu korxonaning mahsulot, xizmatlar sifatini va mijozlarni jalb qilish usullarini doimiy ravishda yaxshilash istagiga asoslangan marketing kontseptsiyasi.

Biznesni rivojlantirish har doim savdo aylanmasining o'sishi, assortimentning kengayishi bilan birga keladi. Yangi mahsulot yoki xizmatlarni malakali ishlab chiqmasdan buni amalga oshirish mumkin emas.

Bozor yangiliklarini taqdim etmasdan va maqsadli auditoriyani jalb qilish tizimini takomillashtirmasdan, siz daromadni kamaytirishingiz mumkin, chunki raqobatchilar doimo olg'a siljib, turli reytinglarda birinchi o'rinlarni egallash va ko'proq xaridorlar va xizmatlar iste'molchilarini jalb qilish uchun yangi mahsulotlarni ishlab chiqishadi.



Innovatsion marketing nafaqat mahsulotlarni o'zgartirish, balki ularga maqsadli auditoriyani jalb qilish usullaridir. U talabni keltirib chiqaradi, uning asosiy vazifasi hozirgi va kelajakdagi mijozlarning istaklari va ehtiyojlarini qondirishdir.

Bunday marketing tovarlar, xizmatlar va texnologik ishlanmalarni yaratishga nisbatan ijodiy g'oyalardan foydalanishga asoslanadi.

Ushbu turdagi marketing ikki pozitsiyada ko'rib chiqiladi:

1. Biznes falsafasi sifatida. Marketing biznes mafkurasini taklif qiladi, uning maqsadi firmani innovatsiyalarni qo'llashda raqobatchilardan ustunlikka erishishga yo'naltirishdir.

2. Analitik jarayon sifatida. Marketing bozorni, raqobatchilar tushunchalarini o'rganish, iste'molchilarning xohish-istaklarini aniqlash, innovatsion tovarlar va xizmatlarga bo'lgan talabning o'sishini bashorat qilishga qaratilgan turli xil tadqiqotlar o'tkazishni o'z ichiga oladi. Marketing innovatsiyalarni bozorga olib kirish bilan bog'liq muammolarni hal qiladi.

Marketing innovatsiyasi - bu faoliyatni joriy etish yoki bilimlarning birligi, eng yangi mahsulot va xizmatlarni joriy etish bilan bevosita bog'liq bo'lgan jarayonlar majmui. Marketing innovatsiyalari orqali korxonaning raqobatbardoshligini oshirish amalga oshiriladi.

Marketing va innovatsion faoliyatning o'zaro bog'liqligi innovatsion marketing kontseptsiyasini nazarda tutadi, uning maqsadi iste'molchining kam qondirilgan yoki yashirin ehtiyojlarini aniqlash, raqobatchilarning mahsulotlariga qaraganda ushbu ehtiyojlarni to'liq va samaraliroq qondiradigan yangi mahsulotlarni ishlab chiqish va sotishdir.

Innovatsion marketing turlari

Marketing innovatsiyalari uch turga bo'linadi:

Biznes yuritishning yangi usullari;

Innovatsion tovarlar yoki xizmatlarni yaratish;

Yangi maqsadli auditoriyani qidiring.

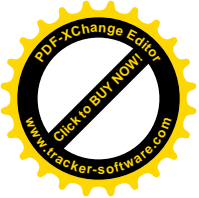
Innovatsion marketing ikki turga bo'linadi:

1. **Strategik.** Marketologlar bu holda bozorni tahlil qiladilar, talabni tashkil qiladilar va mijozlarning xatti-harakatlarini bashorat qiladilar. Bozor tahlili va tashqi ta'sir omillaridan tashqari, marketing potentsial mijozlar auditoriyasini shakllantiradi. Vakillik namunalarini yaratish, telefon orqali so'rovlar va anketalar o'tkazish orqali respondentlarning afzalliklarini umumlashtirish amalga oshiriladi va ularning xohish-istaklari aniqlanadi. Biznes egasi mijozning xulq-atvorini, uning didini, uning ijtimoiy muhitini o'zgartirishini kuzatishi va kam amalga oshirilgan mumkin bo'lgan ehtiyojlarni aniqlashi kerak.

2. **Operatsion.** Ushbu turdagi marketing innovatsiyalarning strategik marketingi kontseptsiyalarini amalga oshirishning muayyan shakllarini ishlab chiqishni o'z ichiga oladi. U bozordagi innovatsion hayot tsiklining bosqichlari bilan bevosita bog'langan. Uning boshlanishini aniqlash alohida ahamiyatga ega.

Zamonaviy marketingni raqamli marketing usullaridan foydalanish asosida farqlash mumkin:

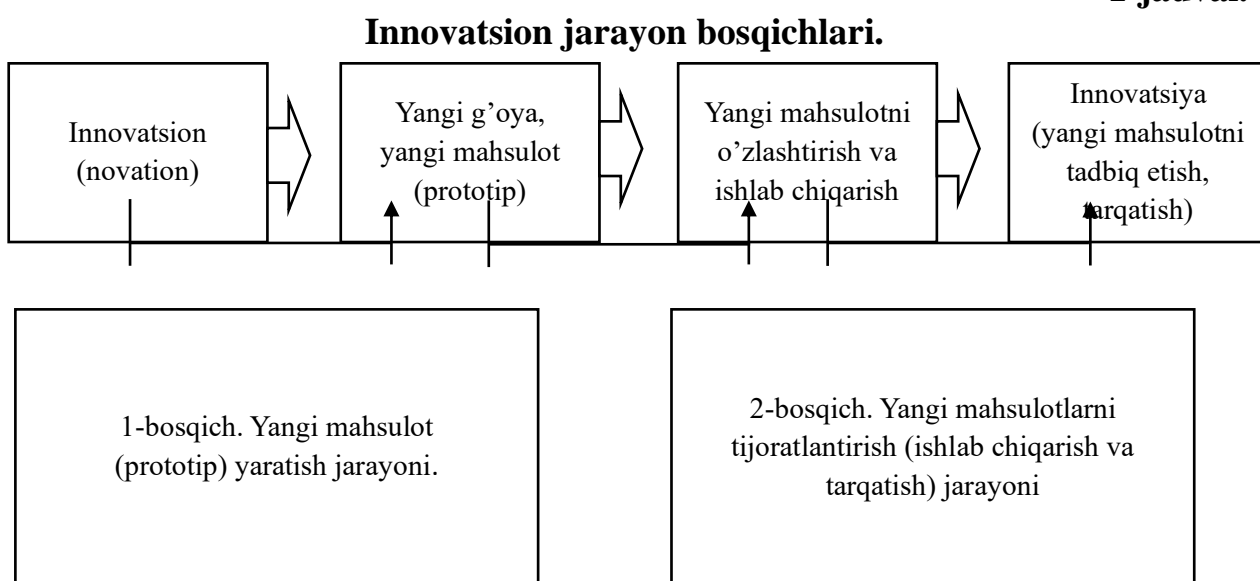
- BigData-dan foydalanish;



- Konversiyani oshirish;
- Reklama taassurotlari (ijtimoiy tarmoqlarda retargeting);
- Kontekstli reklama;
- Internetda PR;
- Crm-marketing;

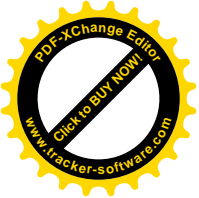
Innovatsion marketingning shakllanishi boshqaruv faoliyatining rivojlanishi va ijtimoiy takror ishlab chiqarish jarayonida iste'molchining o'rni bilan uzviy bog'liqdir. Hozirgi vaqtda bozorda raqobatbardoshlikni saqlash masalasi ayniqsa dolzarb bo'lib, bu erda tizimli marketingning rolini e'tiborsiz qoldirib bo'lmaydi. Korxonalarining raqobatbardoshligi ko'plab omillarga bog'liq, demak, zamonaviy menejment nafaqat resurslardan samarali foydalanish va qayta taqsimlashni, balki bozor kon'yunkturasini va bozorda hukmronlik qiluvchi nisbatlarni hisobga olishni ham talab qiladi. Aynan raqobatning kuchayishi innovatsion marketingning paydo bo'lishi va rivojlanishining omillaridan biriga aylandi.

1-jadval.



FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI:

1. Furqatovna O. N., Niyozovna N. I., Nutfulloyevna A. H. Approaches aimed at ensuring a high quality of education in the training of economists //Journal of Ethics and Diversity in International Communication. – 2022. – T. 2. – №. 3. – С. 78-83.
2. Abdullayeva, H. (2023). Bozor iqtisodiyoti sharoitida tadbirkorlikni rejalashtirishning nazariy-uslubiy asoslari. центр научных публикаций (buxdu.Uz), 37(37). ИЗВЛЕЧЕНО ОТ https://journal.buxdu.uz/index.php/journals_buxdu/article/view/10166
3. Abdullayeva, H. (2023). Innovative Approaches to the Use of Digital Technologies in the Economy. Центр научных публикаций (buxdu.Uz), 27(27). ИЗВЛЕЧЕНО ОТ https://journal.buxdu.uz/index.php/journals_buxdu/article/view/8646



4. Abdullayeva, H. (2023). Accounting in enterprises in the digital economy. центр научных публикаций (BuxDU.Uz), 27(27). извлечено от https://journal.buxdu.uz/index.php/journals_buxdu/article/view/8649
5. Abdullayeva, H. (2022). Вопросы повышения эффективности работы высших учебных заведений. ЦЕНТР НАУЧНЫХ ПУБЛИКАЦИЙ (buxdu.Uz), 25(25). извлечено от https://journal.buxdu.uz/index.php/journals_buxdu/article/view/8280
6. Хаирова Д. Р., Сайфуллаева М. И. Оценка экспортного потенциала цементной промышленности Узбекистана //Иновационная экономика. – 2014. – С. 206-208.
7. Rimovna K. D., Ismatovna S. M. Innovative marketing solutions and their efficiency in determining the market capacity of construction products //International scientific conferences with higher educational institutions. – 2022. – Т. 1. – №. 25.10. – С. 52-57.
8. Sayfullayeva M., & Xairova D. (2023). Qurilish industriasida korporativ boshqaruv: rivojlanish yo'nalishlari, muammo va o'ziga xos xususiyatlari. Iqtisodiyot Va ta'lim, 24(2), 115–120. https://doi.org/10.55439/ECED/vol24_iss2/a18
9. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika agentligining rasmiy sayti <https://stat.uz/ru/>