



## AKTUAR MOLIYA VA BUXGALTERIYA HISOBI ILMIY JURNALI

Vol. 4 Issue 05 | pp. 307-314 | ISSN: 2181-1865

Available online <https://finance.tsue.uz/index.php/afa>

### MINTAQA SANOATINI RIVOJLANTIRISHDA RAQAMLI MARKETINGNI AHAMIYATI



**Sharipov G'ulomjon Qarshi o'g'li**

Qarshi muhandistlik-iqtisodiyot instituti

Neft va gaz fakulteti yoshlar bilan ishlash bo'yicha dekan o'rinbosari

**Annotatsiya.** Ushbu maqolada mintaqa sanoatini rivojlantirish jarayonida raqamli marketingning o'rni, uning samaradorlik ko'rsatkichlari va amaliy qo'llanilish usullari tahlil qilinadi. Raqamli marketing vositalari, jumladan SEO (Search Engine Optimization), SMM (Social Media Marketing), email marketing, kontekst reklama va B2B/B2C elektron tijorat platformalari sanoat korxonalarining mahsulotlarini keng auditoriyaga yetkazish imkonini beradi. Ayniqsa, eksportga yo'naltirilgan ishlab chiqarish korxonalari uchun internet-marketing texnologiyalarining joriy etilishi xalqaro bozorlarga chiqish imkoniyatlarini kengaytiradi. Shuningdek, maqolada Google Ads, Yandex Direct va Facebook Ads kabi raqamli reklama platformalarining sanoat sohasidagi samaradorligi tahlil qilinib, mijozlarni jalb qilish va savdoni oshirishda ularning ta'siri matematik modellar orqali baholanadi. CRM (Customer Relationship Management) tizimlarining joriy etilishi, mijozlarning talablari asosida individual yondashuv yaratish va brend sadoqatini shakllantirish kabi jihatlar ham ko'rib chiqiladi.

**Kalit so'zlar.** Raqamli marketing, Sanoat mahsulotlarini tijoratlashtirish, SEO (Search Engine Optimization), SMM (Social Media Marketing), Elektron tijorat, Internet-marketing, Brend strategiyasi, Google Ads, Yandex Direct, Facebook Ads, CRM tizimlari, Eksport strategiyalari, B2B va B2C marketing, Mintaqaviy sanoat rivojlanishi, Marketing samaradorligi, Xalqaro bozorlarga chiqish.

**Аннотация.** В статье анализируется роль цифрового маркетинга в развитии промышленности региона, показатели его эффективности и практическое применение. Инструменты цифрового маркетинга, включая SEO (поисковая оптимизация), SMM (маркетинг в социальных сетях), email-маркетинг, контекстную рекламу и платформы электронной коммерции B2B/B2C, позволяют промышленным предприятиям охватить широкую аудиторию. Внедрение технологий интернет-маркетинга, особенно для экспортно-ориентированных производственных предприятий, расширит возможности выхода на международные рынки. В статье также анализируется эффективность таких цифровых рекламных платформ, как Google Ads, Yandex Direct и Facebook Ads в отрасли, и оценивается их влияние на привлечение клиентов и увеличение продаж с помощью математических моделей. Также будут рассмотрены такие аспекты, как внедрение систем CRM

(управление взаимоотношениями с клиентами), создание индивидуального подхода на основе требований клиентов и формирование лояльности к бренду.

**Ключевые слова.** Цифровой маркетинг, Коммерциализация промышленной продукции, SEO (поисковая оптимизация), SMM (маркетинг в социальных сетях), Электронная коммерция, Интернет-маркетинг, Стратегия бренда, Google Ads, Yandex Direct, Facebook Ads, CRM-системы, Экспортные стратегии, B2B и B2C маркетинг, Региональное промышленное развитие, Эффективность маркетинга, Выход на международные рынки

**Abstract.** This article analyzes the role of digital marketing in the development of regional industry, its performance indicators and practical methods of application. Digital marketing tools, including SEO (Search Engine Optimization), SMM (Social Media Marketing), email marketing, contextual advertising and B2B/B2C e-commerce platforms, allow industrial enterprises to reach a wide audience. Especially for export-oriented manufacturing enterprises, the introduction of Internet marketing technologies expands the opportunities for entering international markets. The article also analyzes the effectiveness of digital advertising platforms such as Google Ads, Yandex Direct and Facebook Ads in the industrial sector, and evaluates their impact on attracting customers and increasing sales using mathematical models. The introduction of CRM (Customer Relationship Management) systems, creating an individual approach based on customer requirements and building brand loyalty are also considered.

**Keywords.** Digital marketing, Commercialization of industrial products, SEO (Search Engine Optimization), SMM (Social Media Marketing), E-commerce, Internet marketing, Brand strategy, Google Ads, Yandex Direct, Facebook Ads, CRM systems, Export strategies, B2B and B2C marketing, Regional industrial development, Marketing effectiveness, Access to international markets

**Kirish.** Zamonaviy sanoat rivojlanishining ajralmas qismi bo'lgan raqamli marketing ishlab chiqarish korxonalarining global bozorlarga chiqishi, mahsulotlarini samarali tijoratlashtirish va iste'molchilarga tezkor yetkazib berish jarayonlarida strategik vosita sifatida maydonga chiqmoqda. An'anaviy marketing usullari endilikda tezkor, aniq maqsadli va texnologik jihatdan rivojlangan internet-marketing, SEO (Search Engine Optimization), SMM (Social Media Marketing), elektron tijorat va raqamli reklama strategiyalari bilan almashtirilmoqda. Ushbu o'zgarishlar sanoat korxonalarini innovatsion yondashuvlarga asoslangan marketing modeliga o'tishga, iste'molchilar bilan interaktiv va personalizatsiyalangan aloqalar o'rnatishga hamda global bozordagi raqobatbardoshlikni oshirishga majbur qilmoqda. Bugungi raqamli iqtisodiyot sharoitida B2B (business-to-business) va B2C (business-to-customer) bozor segmentlari sezilarli darajada o'zgarib, korxonalar sun'iy intellekt, big data (katta hajmdagi ma'lumotlar) va blokcheyn texnologiyalarini marketing faoliyatiga integratsiya qilish orqali mahsulot yetkazib berish, iste'molchilar bilan muloqot qilish va brend strategiyalarini yaratish kabi jarayonlarni takomillashtirmoqda. Sanoat mahsulotlarini tijoratlashtirish jarayonida raqamli marketing texnologiyalarining roli tobora ortib bormoqda. Xususan, SEO optimizatsiyasi orqali qidiruv tizimlarida yuqori natijalarga chiqish, SMM strategiyalari orqali mijozlar bilan bevosita aloqada bo'lish, elektron tijorat platformalari orqali eksport

salohiyatini kengaytirish, kontent marketingi yordamida brend imidjini mustahkamlash kabi omillar sanoat rivojlanishiga sezilarli hissa qo'shmoqda. Raqamli marketing nafaqat reklama va targ'ibot vositasi, balki sanoat korxonalarining umumiy strategik rivojlanishini ta'minlaydigan kuchli texnologik mexanizm sifatida ham namoyon bo'lmoqda. Google Ads, Yandex Direct, Facebook Ads kabi raqamli reklama platformalarining integratsiyasi, CRM (Customer Relationship Management) tizimlarining joriy etilishi, mijozlar xulq-atvori tahlili, sun'iy intellektga asoslangan chatbotlar va avtomatlashtirilgan mijoz tajribasi tizimlari sanoat korxonalarining raqobatbardoshligini oshirish, mijozlarning talablarini aniq tahlil qilish va ularga mos strategiyalar ishlab chiqish imkonini beradi. Raqamli marketingning yana bir muhim jihati – mijozlar ma'lumotlarini tahlil qilish va maqsadli auditoriyani aniqlash imkoniyati bo'lib, bu jarayon big data va tahliliy algoritmlar yordamida amalga oshiriladi. Real-time analytics (real vaqt rejimidagi tahlil), remarketing strategiyalari va marketing avtomatlashtirish texnologiyalari sanoat mahsulotlarini to'g'ri auditoriyaga, eng maqbul vaqt va eng samarali kanallar orqali yetkazish imkonini yaratadi.

Ushbu maqolada raqamli marketing vositalarining sanoat mahsulotlarini bozorlarga muvaffaqiyatli chiqarishdagi roli, ularning samaradorligi va istiqbollari atroflicha tahlil qilinadi. Shu bilan birga, mintaqaviy sanoat rivojlanishida raqamli marketing texnologiyalaridan foydalanish natijalari va bu jarayonni optimallashtirish bo'yicha ilmiy-amaliy takliflar ilgari suriladi. Tadqiqot davomida innovatsion marketing yondashuvlari, global bozorda mahsulot raqobatbardoshligini oshirish uchun foydalaniladigan ilg'or texnologiyalar, elektron tijorat va logistika tizimlari bilan integratsiya qilish bo'yicha strategiyalar keng yoritiladi. Natijada, raqamli marketing texnologiyalarining sanoat sohasiga tatbiq etilishi mintaqaviy iqtisodiy o'sishga qanday ta'sir ko'rsatishi, eksport salohiyatini oshirishdagi imkoniyatlari, brend yaratish va mijoz sadoqatini shakllantirish yo'nalishlari bo'yicha ilmiy va amaliy asoslar ishlab chiqiladi. Shu sababli, sanoat korxonalarining innovatsion rivojlanishi va bozorda barqaror o'sishga erishish uchun raqamli marketing texnologiyalaridan keng foydalanish muhim strategik ahamiyat kasb etadi.

**Mavzuga oid adabiyotlar tahlili.** Raqamli marketing tushunchasi va uning rivojlanish bosqichlari bo'yicha Kotler P. va Keller K.L. (2016) tomonidan yozilgan "Marketing Management" asarida bugungi kunda an'anaviy marketing usullari o'rnini raqamli va interaktiv yondashuvlar egallayotgani ta'kidlangan. Tadqiqotchilar raqamli marketing vositalari, jumladan SEO, SMM, email marketing va internet reklama texnologiyalarining ahamiyatini ko'rsatib, ularning biznesda mijozlar jalb qilish va sotuv hajmini oshirishdagi samaradorligini o'rgangan. Chaffey D. (2020) tomonidan yozilgan "Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice" kitobida esa raqamli marketing strategiyalarining samaradorligini oshirish uchun big data tahlili, sun'iy intellekt va avtomatlashtirilgan marketing tizimlarining qo'llanilishi muhim ekani keltirilgan. Ushbu manbada mijozlarning xatti-harakatlarini tahlil qilish va marketing kampaniyalarini moslashtirish bo'yicha ilg'or texnologik yondashuvlar haqida batafsil ma'lumot berilgan. Ryan D. (2017) tomonidan yozilgan "Understanding Digital Marketing" kitobida esa raqamli marketingning B2B va B2C biznes modeliga ta'siri hamda marketing faoliyatida tarmoq marketingi va ijtimoiy media platformalarining o'rni tahlil

qilingan. Sanoat mahsulotlarini tijoratlashtirish jarayonida raqamli marketingning o'rnini bo'yicha Porter M. (2001) tomonidan ishlab chiqilgan "Competitive Strategy" asarida raqamli texnologiyalarning sanoat sohalarida raqobat ustunligi yaratishga qanday yordam berishi tahlil qilingan. Xususan, brend identifikatsiyasi, mijozlarni jalb qilish va bozorda barqaror o'sishni ta'minlash uchun raqamli vositalardan foydalanish muhimligi keltirilgan. Kaplan A. va Haenlein M. (2010) "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media" maqolasida ijtimoiy media marketingining sanoat mahsulotlarini tijoratlashtirishdagi strategik ahamiyati tahlil qilingan. Tadqiqotchilar ijtimoiy tarmoqlarning sanoat marketingidagi afzalliklarini ko'rsatib, Facebook, LinkedIn va Twitter kabi platformalarning B2B bozorlardagi samaradorligini yoritgan. Shuningdek, Rosen J. (2021) tomonidan olib borilgan tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, Google Ads va Facebook Ads kabi reklama vositalari sanoat mahsulotlarini targ'ib qilish va to'g'ridan-to'g'ri sotuvlarni oshirishda muhim rol o'ynaydi. Elektron tijorat platformalarining sanoat mahsulotlari eksportidagi o'rnini esa Dahl S. (2018) tomonidan ishlab chiqilgan "E-commerce and Digital Marketing" asarida yoritilgan. Enge E., Spencer S. va Fishkin R. (2015) tomonidan yozilgan "The Art of SEO" kitobida qidiruv tizimlarida yuqori pozitsiyaga chiqish uchun SEO strategiyalarining samaradorligi tahlil qilingan. Ularning tadqiqotlari shuni ko'rsatadiki, kontent marketingi va texnik SEO sanoat korxonalarining mahsulotlarini onlayn bozorda targ'ib qilishda hal qiluvchi rol o'ynaydi. Zarrella D. (2013) tomonidan yozilgan "The Social Media Marketing Book" kitobida esa sanoat mahsulotlarini targ'ib qilishda ijtimoiy media strategiyalarining samaradorligi haqida so'z boradi. Muallif Facebook, Instagram, Twitter va LinkedIn platformalaridan samarali foydalanish orqali sanoat mahsulotlari haqida keng auditoriyaga xabar yetkazish mumkinligini ta'kidlaydi. Shuningdek, Scott D. (2021) "The New Rules of Marketing and PR" asarida raqamli marketing vositalarining sanoat kompaniyalarining mijozlar bilan bevosita aloqa o'rnatishdagi samaradorligi haqida tahlillar keltirilgan. Sanoat korxonalarining mijozlar bilan uzoq muddatli aloqalar o'rnatishi raqamli texnologiyalardan samarali foydalanishga bog'liq. Buttle F. (2019) tomonidan yozilgan "Customer Relationship Management: Concepts and Technologies" kitobida CRM tizimlarining biznes jarayonlariga ta'siri va ularning sanoat korxonalaridagi ahamiyati haqida batafsil tahlillar berilgan. Peppers D. va Rogers M. (2016) "Managing Customer Relationships" asarida esa mijozlarning xulq-atvori tahlili va ularni boshqarish bo'yicha ilg'or texnologiyalar yoritilgan. Tadqiqotchilar big data va sun'iy intellekt texnologiyalarining mijozlar sadoqatini oshirishdagi o'rnini tahlil qilgan. Shuningdek, Boulding W. va Staelin R. (2005) tomonidan olib borilgan tadqiqotlar CRM tizimlari orqali sanoat korxonalarining brend sadoqatini oshirish strategiyalarini ishlab chiqish imkoniyatlari haqida muhim natijalarni taqdim etgan.

**Tadqiqot metodologiyasi.** Ushbu maqolada mintaqa sanoatini rivojlantirishda raqamli marketingning ahamiyati, uning sanoat mahsulotlarini tijoratlashtirishdagi o'rnini va strategik imkoniyatlari o'rganiladi. Tadqiqot jarayonida ilmiy asoslangan metodologik yondashuvlardan foydalanilib, nazariy tahlil, empirik tadqiqotlar, statistik usullar va amaliy modellashtirish asosida xulosalar chiqariladi. Ushbu tadqiqot metodologiyasi raqamli marketingning sanoat mahsulotlarini tijoratlashtirishdagi o'rnini aniq va ilmiy asosda o'rganishga imkon yaratadi. Kombinatsiyalangan metod (nazariy tahlil, empirik

tadqiqot, statistik tahlil va modellashtirish) orqali sanoat korxonalarining raqamli marketing vositalaridan foydalanish samaradorligi baholanadi va strategik tavsiyalar ishlab chiqiladi.

**Tahlillar va asosiy natijalar.** Ushbu bo'limda raqamli marketingning sanoat mahsulotlarini tijoratlashtirishga ta'siri, uning asosiy samaradorlik ko'rsatkichlari hamda sanoat korxonalarini uchun strategik tavsiyalar amaliy tahlillar orqali keltiriladi. Qashqadaryo viloyati sanoat korxonalarini misolida elektron tijorat, SEO, SMM va raqamli reklama vositalarining samaradorligi baholanadi. 1. Amaliy tahlillar

Tadqiqot jarayonida Qashqadaryo viloyati sanoat korxonalarining raqamli marketingdan foydalanish holati quyidagi asosiy tarmoqlar bo'yicha tahlil qilindi:

❖ **Neft-gaz sanoati** – Sho'rtan gaz-kimyoy majmuasi va Muborak gazni qayta ishlash zavodi.

❖ **Qurilish materiallari sanoati** – Dehqonobod kaliy zavodi va sement ishlab chiqaruvchi korxonalar.

❖ **Qishloq xo'jaligi va oziq-ovqat sanoati** – Paxta-to'qimachilik klasterlari va qishloq xo'jalik mahsulotlarini qayta ishlovchi zavodlar.

❖ **Mashinasozlik va metallurgiya** – yangi ishlab chiqarish korxonalarining marketing strategiyalari.

SEO va elektron tijoratning sanoat mahsulotlariga ta'siri Qashqadaryo viloyatidagi 10 ta yirik sanoat korxonasi veb-saytlarining qidiruv tizimidagi reytingi (Google va Yandex) tahlil qilindi. Natijalarga ko'ra:

❖ 60% sanoat korxonalarini veb-saytlari yetarli darajada optimallashtirilmaganligi sababli organik qidiruv natijalarida past pozitsiyada turadi.

❖ Sanoat mahsulotlarining onlayn sotilishida elektron tijorat platformalaridan foydalanish darajasi atigi 35% ni tashkil etadi, bu esa raqamli marketingning yetarli darajada joriy etilmaganligini ko'rsatadi.

❖ O'z veb-saytlarida SEO strategiyalarini qo'llagan kompaniyalarda mijozlarning saytga kirish soni 70% ga oshgan, bu esa sanoat mahsulotlari savdosini oshirishga xizmat qiladi.

**Matematik tahlil** – SEO optimizatsiyasining savdo hajmiga ta'siri quyidagi formulalar asosida baholandi:

$$CTR = \frac{\text{Kliklar soni}}{\text{Ko'rishlar soni}} \times 100\% \quad (1)$$

O'rganilgan korxonalar bo'yicha o'rtacha CTR 2,3% dan 6,7% gacha oshgan, bu esa raqamli marketingdan foydalanish samaradorligini ko'rsatadi.

SMM (ijtimoiy media marketing) samaradorligi Facebook, Instagram va LinkedIn orqali sanoat mahsulotlarini targ'ib qiluvchi 15 ta yirik kompaniyaning raqamli reklamasi o'rganildi.

➤ SMM strategiyalaridan foydalangan kompaniyalarda mijozlar jalb qilish darajasi 3 barobar oshgan.

➤ To'g'ridan-to'g'ri B2B savdosi bilan shug'ullanuvchi korxonalar uchun LinkedIn reklamalari 25% yuqori konversiyaga ega bo'ldi.

➤ Instagram va Facebook orqali sanoat mahsulotlari reklama qilinganida mijozlarning o'rtacha javob tezligi (engagement rate) 8,4% tashkil etdi, bu esa sanoat tarmoqlari uchun yaxshi ko'rsatkich hisoblanadi.

**Matematik tahlil – SMM orqali mijozlarni jalb qilish darajasi (ER - Engagement Rate) quyidagi formula asosida hisoblandi:**

$$ER = \frac{Like+Comment+Share}{Ko'rishlarsoni} \times 100\% \quad (2)$$

O'rganilgan korxonalar bo'yicha ER 5,6% dan 8,4% gacha oshgan, bu esa mijozlar jalb qilish samaradorligining sezilarli oshganligini ko'rsatadi.

Google Ads va Facebook Ads orqali reklamaning samaradorligi raqamli reklama kompaniyalarining sanoat mahsulotlari savdosiga ta'siri o'rganildi. Google Ads va Facebook Ads orqali olib borilgan reklama kompaniyalarining natijalari tahlil ko'rib o'tsak bo'ladi:

➤ Google Ads orqali sanoat mahsulotlarini reklama qilgan korxonalarining savdo hajmi o'rtacha 30% ga oshgan.

➤ Facebook Ads orqali reklama qilingan mahsulotlar uchun mijozlarni jalb qilish narxi (CPA - Cost per Acquisition) 25% ga pasaygan, bu esa raqamli reklamaning tannarxni kamaytirishdagi samaradorligini ko'rsatadi.

➤ Google Ads-dan foydalangan kompaniyalarning ROAS (Return on Advertising Spend) 3,2 barobar oshgan, bu esa reklama investitsiyalarining yuqori darajada qaytishini anglatadi.

**Matematik tahlil – Google Ads samaradorligi ROAS ko'rsatkichi orqali baholandi:**

$$ROAS = \frac{Reklama\ orqali\ tushgan\ foyda}{Reklama\ xarajatlari} \quad (3)$$

Natijalar shuni ko'rsatdiki, sanoat mahsulotlari uchun o'rtacha ROAS = 3,2, ya'ni har 1\$ reklama xarajati evaziga 3,2\$ daromad olingan.

**Xulosa va takliflar.** Yuqoridagi tahlillar asosida raqamli marketing strategiyalarining sanoat mahsulotlarini tijoratlashtirishdagi samaradorligi quyidagi natijalarni ko'rsatdi: SEO strategiyalaridan foydalanish sanoat mahsulotlari veb-saytlariga organik tashriflarni 70% ga oshirdi, bu esa mijozlar jalb qilish samaradorligini kuchaytirdi. SMM (ijtimoiy media marketing) orqali sanoat korxonalari mijozlarni jalb qilish darajasini 3 barobar oshirdi, ayniqsa B2B sohasida LinkedIn va Facebook platformalari yuqori natijalar berdi. Google Ads va Facebook Ads orqali sanoat mahsulotlari reklama qilgan korxonalarda sotuv hajmi o'rtacha 30% ga oshgan, bu esa raqamli reklamaning samaradorligini isbotlaydi. Raqamli marketingdan foydalanmagan korxonalar an'anaviy marketing usullariga qaraganda 2-3 barobar kamroq mijoz jalb qilgan, bu esa raqamli texnologiyalarni joriy etishning zaruriyatini ko'rsatadi. ROAS (Return on Advertising

Spend) ko'rsatkichi sanoat korxonalarini uchun 3,2 barobar foydani oshirish imkonini yaratdi, bu esa raqamli reklamaning yuqori darajada rentabelligini isbotlaydi. Ushbu natijalar raqamli marketing sanoat korxonalarini uchun faqat reklama vositasi emas, balki ularning barqaror rivojlanishi va bozorga moslashuvchanligini ta'minlovchi muhim texnologik mexanizm ekanligini tasdiqlaydi. Raqamli marketing sanoat mahsulotlarini tijoratlashtirishda muhim omil bo'lib, sanoat korxonalarini uchun marketing strategiyalarini zamonaviy vositalar orqali optimallashtirish va global bozorlarga moslashuvchanlikni oshirish imkoniyatlarini yaratadi. Ushbu tadqiqot natijalariga asoslanib, quyidagi muhim xulosalar chiqarildi: SEO, SMM va Google Ads kabi raqamli marketing vositalaridan foydalanish sanoat mahsulotlari savdosini o'rtacha 30-70% ga oshirish imkonini beradi. Elektron tijorat platformalaridan foydalanish eksport salohiyatini oshirishning asosiy yo'nalishi bo'lib xizmat qiladi. Sanoat korxonalarining marketing strategiyalarini avtomatlashtirish, CRM va Big Data tahlillaridan foydalanish samaradorlikni sezilarli darajada oshiradi. Raqamli transformatsiya jarayonlarini jadallashtirish orqali sanoat korxonalarining global raqobatbardoshligi oshiriladi. Ushbu tavsiyalar asosida sanoat korxonalarini raqamli marketing strategiyalarini to'g'ri yo'lga qo'yish orqali bozordagi ulushlarini kengaytirish, eksport hajmini oshirish va innovatsion o'sish strategiyalarini ishlab chiqish imkoniyatiga ega bo'ladilar.

#### Foydalanilgan adabiyotlar

1. Mukhitdinov Kh.S. Econometric Modeling Of Public Service Networks. Psychology and Education (2020) 57(8): 625-632 ISSN: 00333077
2. Suyinovich, Muxitdinov Xudoyor, Rakhimov Anvar Norimovich, and Muxitdinov Shoxjaxon Xudoyorovich. "The forecast for the development of the public services sector." Solid State Technology 63.6 (2020): 18671-18681.
3. Mukhitdinov, Shoxijahon Khudoyarogli. "An imitation model of quality utility services to the population." South Asian Journal of Marketing & Management Research 10.12 (2020): 44-50.
4. Юлдошев Дониёр Абдурахмонович Ш.Х.Муқхитдинов. "МИНТАҚА ТУРИЗМИНИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ ОПТИМАЛ ТАРТИБГА СОЛИШ НАЗАРИЙ АСОСЛАРИ", ACADEMIC RESEARCH IN MODERN SCIENCE, 2023/2, <https://doi.org/10.5281/zenodo.7623681>
5. Sh.X.Muxitdinov, "Raqamli iqtisodiyot sharoiti kommunal xizmatlar sohasini rivojlantirishga ta'sir qiluvchi omillar ta'sirini baholash", ХОРАЗМ МАЪМУН АКАДЕМИЯСИ АХБОРОТНОМАСИ, 2022/10, 2022/10-2
6. Ш.Х. Мухитдинов, "Қишлоқда коммунал хизмат кўрсатиш сифатини АКТдан фойдаланиб ошириш", 2021/8/7
7. Muxitdinov Shoxijaxon Hudoyorovich, "ECONOMETRIC MODEL OF IMPROVING THE QUALITY OF PUBLIC UTILITIES", Journal of Management Value & Ethics, Том 128, Номер ISSN-2249-9512, Journal of Management Value & Ethics Gwalior Management Academy (GMA) Publications.
8. [www.Lex.uz](http://www.Lex.uz)

9. Kotler P., Keller K.L. (2016). *Marketing Management*. Pearson Education.
10. Chaffey D. (2020). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Pearson.
11. Ryan D. (2017). *Understanding Digital Marketing: Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation*. Kogan Page.
12. Porter M. (2001). *Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors*. Free Press.
13. Kaplan A., Haenlein M. (2010). *Users of the World, Unite! The Challenges and Opportunities of Social Media*. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.