



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

№5



ISSN: 2992-8982

<https://yashil-iqtisodiyot-taraqqiyot.uz/>

2026



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Bosh muharrir:

Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich

Elektron nashr. 2026-yil, may.

Bosh muharrir o'rinbosari:

Karimov Norboy G'aniyevich

Muharrir:

Qurbonov Sherzod Ismatillayevich

Tahrir hay'ati:

Salimov Oqil Umrzoqovich, O'zbekiston Fanlar akademiyasi akademigi
Abduraxmanov Kalandar Xodjayevich, O'zbekiston Fanlar akademiyasi akademigi
Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich, texnika fanlari doktori (DSc), professor
Rae Kvon Chung, Janubiy Koreya, TDIU faxriy professori, "Nobel" mukofoti laureati
Osman Mesten, Turkiya parlamenti a'zosi, Turkiya – O'zbekiston do'stlik jamiyati rahbari
Axmedov Durbek Kudratillayevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Axmedov Sayfullo Normatovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Abduraxmanova Gulnora Kalandarovna, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Kalonov Muxiddin Baxritdinovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Siddiqova Sadoqat G'afforovna, pedagogika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
Xudoyqulov Sadirdin Karimovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Maxmudov Nosir, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Yuldashev Mutallib Ibragimovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Samadov Asqarjon Nishonovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, professor
Slizovskiy Dimitriy Yegorovich, texnika fanlari doktori (DSc), professor
Mustafakulov Sherzod Igamberdiyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Axmedov Ikrom Akramovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Eshtayev Alisher Abdug'aniyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Xajiyev Baxtiyor Dushaboyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Hakimov Nazar Hakimovich, falsafa fanlari doktori (DSc), professor
Musayeva Shoirazimovna, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), professor
Ali Konak (Ali Ko'nak), iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor (Turkiya)
Cham Tat Huei, falsafa fanlari doktori (PhD), professor (Malayziya)
Foziljonov Ibrohimjon Sotvoldix'ja o'g'li, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dots.
Faxridinov Zafarjon Faxridin o'g'li, O'zb. Res. Bosh prokuraturasi HIJQKD boshqarma boshlig'i
Utayev Uktam Choriyevich, Anijon viloyati prokurorining o'rinbosari
Ochilov Farkhod, O'zb. Res. Bosh prokuraturasi IJQK Departamentining Namangan viloyati boshqarmasi boshlig'i
Buzrukxonov Sarvarxon Munavvarxonovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent
Axmedov Javohir Jamolovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
Toxirov Jaloliddin Ochil o'g'li, texnika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), katta o'qituvchi
Bobobekov Ergash Abdumalikovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), v.b. dots.
Djudi Smetana, pedagogika fanlari nomzodi, dotsent (AQSH)
Krissi Lyuis, pedagogika fanlari nomzodi, dotsent (AQSH)
Glazova Marina Viktorovna, Iqtisodiyot fanlari doktori (Moskva)
Nosirova Nargiza Jamoliddin qizi, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent
Sevil Piriyeva Karaman, falsafa fanlari doktori (PhD) (Turkiya)
Mirzaliyev Sanjar Makhamatjon o'g'li, TDIU ITI departamenti rahbari
Ochilov Bobur Baxtiyor o'g'li, TDIU katta o'qituvchisi
Golisheva Yelena Vyacheslavovna, Iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent.
Abdulkarimova Dinara Rustamxonovna, bank-moliya akademiyasi professori, DSc., professor.
Ikramov Murod Akramovich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Nazarova Ra'no Rustamovna, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Editorial board:

Salimov Okil Umrzokovich, Academician of the Academy of Sciences of Uzbekistan
Abdurakhmanov Kalandar Khodjavevich, Academician of the Academy of Sciences of Uzbekistan
Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich, Doctor of Technical Sciences (DSc), Professor
Rae Kwon Chung, South Korea, Honorary Professor at TSUE, Nobel Prize Laureate
Osman Mesten, Member of the Turkish Parliament, Head of the Turkey–Uzbekistan Friendship Society
Akhmedov Durbek Kudratillayevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Akhmedov Sayfullo Normatovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Abdurakhmanova Gulnora Kalandarovna, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Kalonov Mukhiddin Bakhridinovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Siddikova Sadokat Gafforovna, Doctor of Philosophy (PhD) in Pedagogical Sciences
Khudoykulov Sadirdin Karimovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Makhmudov Nosir, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Yuldashev Mutallib Ibragimovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Samadov Askarjon Nishonovich, Candidate of Economic Sciences, Professor
Slizovskiy Dmitriy Yegorovich, Doctor of Technical Sciences (DSc), Professor
Mustafakulov Sherzod Igamberdiyevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Akhmedov Ikrom Akramovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Eshtayev Alisher Abduganiyevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Khajiyev Bakhtiyor Dushaboyevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Khakimov Nazar Khakimovich, Doctor of Philosophy (DSc), Professor
Musayeva Shoira Azimovna, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Professor
Ali Konak, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor (Turkey)
Cham Tat Huei, Doctor of Philosophy (PhD), Professor (Malaysia)
Foziljonov Ibrokhimjon Sotvoldikhoja ugli, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Associate Professor
Fakhridinov Zafarjon Fakhridin ogli, Head of the DCEC under the Prosecutor General's Office of the Rep. of Uzb.
Utayev Uktam Choriyevich, Deputy Prosecutor of Anijan Region
Ochilov Farkhod, Head of the Namangan Regional Department of the Department of Internal Affairs of Rep. of Uzb.
Buzrukkhonov Sarvarkhon Munavvarkhonovich, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Akhmedov Javokhir Jamolovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences
Tokhirov Jaloliddin Ochil ugli, Doctor of Philosophy (PhD) in Technical Sciences, Senior Lecturer
Bobobekov Ergash Abdumalikovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Acting Associate Professor
Judi Smetana, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor (USA)
Chrissy Lewis, Candidate of Pedagogical Sciences, Associate Professor (USA)
Glazova Marina Victorovna, Doctor of Sciences in Economics (Moscow)
Nosirova Nargiza Jamoliddin kizi, Doctor of Philosophy (PhD) in Economic Sciences, Associate Professor
Sevil Piriyeva Karaman, Doctor of Philosophy (PhD) (Turkey)
Mirzaliyev Sanjar Makhamatjon ugli, Head of the Department of Scientific Research and Innovations, TSUE
Ochilov Bobur Bakhtiyor ugli, Senior lecturer at TSUI
Golisheva Yelena Vyacheslavovna, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor.
Abdukarimova Dinara Rustamkhanovna, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Ikramov Murod Akramovich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Nazarova Ra'no Rustamovna, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor

Ekspertlar kengashi:

Berkinov Bazarbay, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Po'latov Baxtiyor Alimovich, texnika fanlari doktori (DSc), professor
Aliyev Bekdavlat Aliyevich, falsafa fanlari doktori (DSc), professor
Isakov Janabay Yakubbayevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), professor
Xalikov Suyun Ravshanovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent
Rustamov Ilhomiddin, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent
Hakimov Ziyodulla Ahmadovich, iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent
Kamilova Iroda Xusniddinovna, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
G'afurov Doniyor Orifovich, pedagogika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)
Fayziyev Oybek Raximovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent
Tuxtabayev Jamshid Sharafetdinovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent
Xamidova Faridaxon Abdulkarim qizi, iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent
Yaxshiboyeva Laylo Abdisattorovna, katta o'qituvchi
Babayeva Zuhra Yuldashevna, mustaqil tadqiqotchi
Komilova Nilufar Karshiboyevna, Geografiya fanlari doktori, professori
Umirzoqov Ja'sur Artiqboy o'g'li, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), dotsent
Zebo Kuldasheva, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), dotsent

Board of Experts:

Berkinov Bazarbay, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Pulatov Bakhtiyor Alimovich, Doctor of Technical Sciences (DSc), Professor
Aliyev Bekdavlat Aliyevich, Doctor of Philosophy (DSc), Professor
Isakov Janabay Yakubbayevich, Doctor of Economic Sciences (DSc), Professor
Khalikov Suyun Ravshanovich, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Rustamov Ilhomiddin, Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Khakimov Ziyodulla Akhmadovich, Doctor of Economic Sciences, Associate Professor
Kamilova Iroda Xusniddinovna, Doctor of Philosophy (PhD) in Economics
Gafurov Doniyor Orifovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Pedagogy
Fayziyev Oybek Raximovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economics, Associate Professor
Tukhtabayev Jamshid Sharafetdinovich, Doctor of Philosophy (PhD) in Economics, Associate Professor
Khamidova Faridaxon Abdulkarimovna, Doctor of Economic Sciences, Associate Professor
Yakhshiboyeva Laylo Abdisattorovna, Senior Lecturer
Babayeva Zuhra Yuldashevna, Independent Researcher
Komilova Nilufar Karshiboyevna, Doctor of Geographical Sciences, Professor
Umirzokov Jasur Artiqboy ugli, Doctor of Economic Sciences (DSc), Associate Professor
Zebo Kuldasheva, Doctor of Economic Sciences (DSc), Associate Professor

- 08.00.01 Iqtisodiyot nazariyasi
- 08.00.02 Makroiqtisodiyot
- 08.00.03 Sanoat iqtisodiyoti
- 08.00.04 Qishloq xo'jaligi iqtisodiyoti
- 08.00.05 Xizmat ko'rsatish tarmoqlari iqtisodiyoti
- 08.00.06 Ekonometrika va statistika
- 08.00.07 Moliya, pul muomalasi va kredit
- 08.00.08 Buxgalteriya hisobi, iqtisodiy tahlil va audit
- 08.00.09 Jahon iqtisodiyoti
- 08.00.10 Demografiya. Mehnat iqtisodiyoti
- 08.00.11 Marketing
- 08.00.12 Mintaqaviy iqtisodiyot
- 08.00.13 Menejment
- 08.00.14 Iqtisodiyotda axborot tizimlari va texnologiyalari
- 08.00.15 Tadbirkorlik va kichik biznes iqtisodiyoti
- 08.00.16 Raqamli iqtisodiyot va xalqaro raqamli integratsiya
- 08.00.17 Turizm va mehmonxona faoliyati

Muassis: "Ma'rifat-print-media" MChJ

Hamkorlarimiz: Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti, O'zbekiston Respublikasi Bosh prokuraturasi huzuridagi Iqtisodiy jinoyatlarga qarshi kurashish departamenti

Jurnalning ilmiyligi:

“Yashil” iqtisodiyot va taraqqiyot” jurnali

O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi Oliy attestatsiya komissiyasi rayosatining 2023-yil 1-apreldagi 336/3-sonli qarori bilan ro'yxatdan o'tkazilgan.



MUNDARIJA

SANOAT KORXONALARINING IQTISODIY SALOHİYATINI OSHIRISHDA RAQAMLI TRANSFORMATSİYANING O'RNI	18
O'rinov Akmaljon Ahmadjonovich Siddiqov Javlonbek Sodiqjon o'g'li	
XORAZM VILOYATIDA KICHIK BIZNES SUBYEKTLARINING JORIY HOLATI VA RIVOJLANISH OMILLARI TAHLILI	22
Ro'zmatova Farahongiz Bekmurotovna	
ENERGETIKA INFRATUZILMASINING HUDUDIY RIVOJLANISH VA IJTIMOY TENGLIKKA TA'SIRI.....	27
Babajanova Dilfuza Abdurasulovna	
HUDUDLARDA LOKAL TURIZM XIZMATLARINING TARKIBI VA RIVOJLANISH DINAMIKASI TAHLILI (ANDIJON VILOYATI MISOLIDA)	32
Xasanova Mavjuda Ma'mirjonovna	
TURIZM MAVSUMIYLIGI OMILLARINING KOMPLEKS TAHLILI: TASNIFLASHNING KONSEPTUAL VA INTEGRATSION MEXANIZMLARI.....	41
Barotov Umidjon Mahmud o'g'li	
BOSHQARISH SIFATI MOHIYATI VA UNI OSHIRISHNING OBYEKTIV ZARURIYATI.....	48
Shoyev Davronbek Axmadjonovich Abdullayeva Gulsanam	
ENGLISH LOANWORDS IN RUSSIAN AND UZBEK: TERMINOLOGICAL ADAPTATION WITHIN A COMPARATIVE LINGUISTICS FRAMEWORK	53
Kambarova Liliya Ruslanovna	
РОЛЬ ГОСУДАРСТВА В ФОРМИРОВАНИИ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ И ПРИВЛЕЧЕНИИ ИНВЕСТИЦИЙ	56
Алибекова Саодат Лапасовна	
EKSPORTGA YO'NALTIRILGAN SANOAT KORXONALARIDA MARKETING XIZMATINI TASHKIL ETISHNI TAKOMILLASHTIRISH YO'LLARI	61
Usmonova Dilfuza Iloxomovna	



EKSPORTGA YO‘NALTIRILGAN SANOAT KORXONALARIDA MARKETING XIZMATINI TASHKIL ETISHNI TAKOMILLASHTIRISH YO‘LLARI



Usmonova Dilduza Ilxomovna

Samarqand iqtisodiyot va servis instituti, dotsent

E-mail: usmonova.dilfuza@mail.ru

ORCID: 0009-0008-9523-9853

Annotatsiya. Mazkur maqolada sanoat ishlab chiqarish korxonalarini faoliyatida marketing tamoyillarini qo‘llash masalalari yoritilgan. Shuningdek, korxonaning kompleks marketing dasturi bozor munosabatlari sharoitida raqobatbardoshlikni oshirishning muhim vositasi ekani asoslab berilgan. Marketing dasturini jahon talablariga mos ravishda shakllantirish, tegishli bo‘limlar faoliyatini uyg‘unlashtirish, xorijiy bozorlarni o‘rganish, tarqatish kanallarini rivojlantirish hamda mahsulotlarni ushbu bozorlarga moslashtirish jarayonlarini jadallashtirish masalalari tahlil qilingan.

Kalit so‘zlar: korxonalar, raqobat, bozor, tamoyillar, mahsulot, eksport, strategiya, litsenziya.

Abstract. This article examines the application of marketing principles in the activities of industrial enterprises. It substantiates that a comprehensive marketing program serves as an effective tool for enhancing competitiveness in market conditions. The study analyzes the formation of marketing programs in line with global trends, coordination among relevant departments, exploration of foreign markets, development of distribution channels, and the acceleration of product adaptation to these markets.

Keywords: enterprise, competition, market, principles, product, export, strategy, license.

Аннотация. В статье рассматриваются вопросы применения принципов маркетинга в деятельности промышленных предприятий. Обосновано, что комплексная маркетинговая программа предприятия является эффективным инструментом повышения конкурентоспособности в условиях рыночной экономики. Особое внимание уделено формированию маркетинговой программы в соответствии с мировыми тенденциями, координации деятельности соответствующих подразделений, изучению зарубежных рынков, развитию каналов сбыта и ускорению процессов адаптации продукции к требованиям этих рынков.

Ключевые слова: предприятие, конкуренция, рынок, принципы, продукция, экспорт, стратегия, лицензия.

KIRISH

Hozirgi davrda eksport hajmining kengayishi iqtisodiy o‘shishni ta‘minlash, ishlab chiqarish samaradorligini oshirish, yangi ish o‘rinlarini yaratish hamda aholining turmush darajasini yuksaltirish uchun muhim imkoniyatlar yaratmoqda. So‘nggi yillarda O‘zbekistonda korxonalarining tashqi savdo faoliyatida sezilarli o‘shish kuzatilib, eksport tarkibi sifat jihatdan yaxshilanib bormoqda. Tashqi savdo va eksport salohiyatining ortishi natijasida milliy iqtisodiyotning raqobatbardoshligi mustahkamlanib, bu jarayonda eksportga yo‘naltirilgan korxonalarining roli tobora ortib bormoqda.

Jamiyat taraqqiyoti sharoitida bozor munosabatlari ishtirokchilarida o‘z iqtisodiy faoliyatini baholash ko‘nikmalarini shakllantirish muhim ahamiyat kasb etadi. Xususan, tashqi iqtisodiy faoliyat bilan bog‘liq shartnomalar tuzish, ishonchli hamkorlarni tanlash, xalqaro marketing tamoyillaridan samarali foydalanish



hamda shu asosda asoslangan qarorlar qabul qilish ishlab chiqarish samaradorligini oshirish va jahon bozoriga raqobatbardosh mahsulotlar chiqarishning muhim omillaridan biri hisoblanadi.

Bugungi kunda olib borilayotgan ilmiy tadqiqotlar marketing yondashuvi asosida amalga oshirilayotganligi sababli eksport salohiyati, eksportga yo'naltirilgan ishlab chiqarish, eksport imkoniyatlari va eksportga ixtisoslashuv kabi tushunchalarni har tomonlama ilmiy-uslubiy jihatdan o'rganish hamda ularning milliy iqtisodiyotdagi o'rnini baholash dolzarb ahamiyat kasb etadi. Shu bilan birga, eksportga yo'naltirilgan ishlab chiqarishning nazariy va amaliy mohiyatini ochib berish hamda uning xalqaro mehnat taqsimotidagi o'rnini aniqlash muhim ilmiy vazifa sifatida qaraladi.

MAVZUGA OID ADABIYOTLAR SHARHI

Marketing bo'yicha mavjud ilmiy adabiyotlar tahlili shuni ko'rsatadiki, marketingning zamonaviy tamoyillari, sanoat korxonalarida brendni ilgari surish usullari hamda iste'molchilar talablariga moslashuvchan yondashuvni takomillashtirish masalalari dolzarb ahamiyat kasb etadi.

Marketing strategiyalari masalasiga to'xtalar ekan, mutaxassis R.G. Ibragimov o'zining darsligida quyidagi fikrni ilgari suradi: "marketing strategiyasi deganda ma'lum muddatga mo'ljallangan korxonaning bozordagi xatti-harakatlari tamoyillariga asoslangan model tushuniladi. Uning yordamida korxonaga o'z muvaffaqiyatini ta'minlashga intiladi".

Marketing strategiyasini ishlab chiqish va uni amaliyotga joriy etish masalalari ko'plab iqtisodchi olimlar tomonidan keng o'rganilgan. Jumladan, Philip Kotler, David Aaker, Clayton Christensen, Seth Godin, Kevin Keller, Byron Sharp va Jay Baer kabi taniqli olimlar ushbu yo'nalishda muhim ilmiy natijalarga erishganlar.

Mamlakatimizda ham marketing sohasida olib borilgan ilmiy izlanishlar milliy xususiyatlardan kelib chiqqan holda marketing nazariyasini rivojlantirishga salmoqli hissa qo'shgan. Xususan, R. Ibragimov, Yo. Abdullayev, A. Saliyev, M. Sharifxo'jayev, D. Raximova, Sh. Ergashxodjayeva, Sh. Musayeva va boshqa olimlarning ilmiy ishlari alohida e'tiborga loyiqdir.

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Tadqiqotda tizimli yondashuv asosida marketing tahlili, taqqoslash hamda raqamli ko'rsatkichlarni baholash usullaridan foydalanildi. Ushbu metodlar eksportga yo'naltirilgan sanoat korxonalarida marketing xizmatini tashkil etishning samaradorligini kompleks tarzda o'rganish imkonini berdi. Shuningdek, ijtimoiy media platformalaridagi ma'lumotlarni yig'ish va tahlil qilish uchun ommaviy kuzatuv usullaridan foydalanildi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Tarmoqning tashqi iqtisodiy faoliyat salohiyati deganda, uning tashqi savdo munosabatlarida bevosita ishtirok etishi shart bo'lmagan holda, ochiq iqtisodiyot sharoitida tashqi iqtisodiy faoliyatni amalga oshirish imkoniyatlari tushuniladi. Bunda ichki bozorga yo'naltirilgan tarmoqlarda ham qo'shma ishlab chiqarishni tashkil etish, xorijiy texnologiyalar, intellektual mulk obyektlari va tovar belgilaridan vaqtincha foydalanish kabi faoliyat turlari nazarda tutiladi.

Iqtisodchi olimlar tomonidan olib borilgan tadqiqotlar natijalarini umumlashtirgan holda, eksport salohiyatiga quyidagicha ta'rif berish mumkin: sanoat korxonalarining eksport salohiyati — bu ularning mavjud yoki istiqboldagi yalpi ishlab chiqarish hajmi, kadrlar salohiyati, moliyaviy imkoniyatlari hamda tashqi iqtisodiy faoliyat jarayonida yuzaga keladigan endogen va ekzogen omillar ta'siriga moslashish va ularga barqaror javob bera olish qobiliyatidir.

Yuqorida keltirilgan eksport salohiyati ta'rifidan kelib chiqib, unga ta'sir etuvchi omillar tizimini shakllantirish va ularni tizimli ravishda tahlil qilish imkoniyati yuzaga keladi (1-rasm).

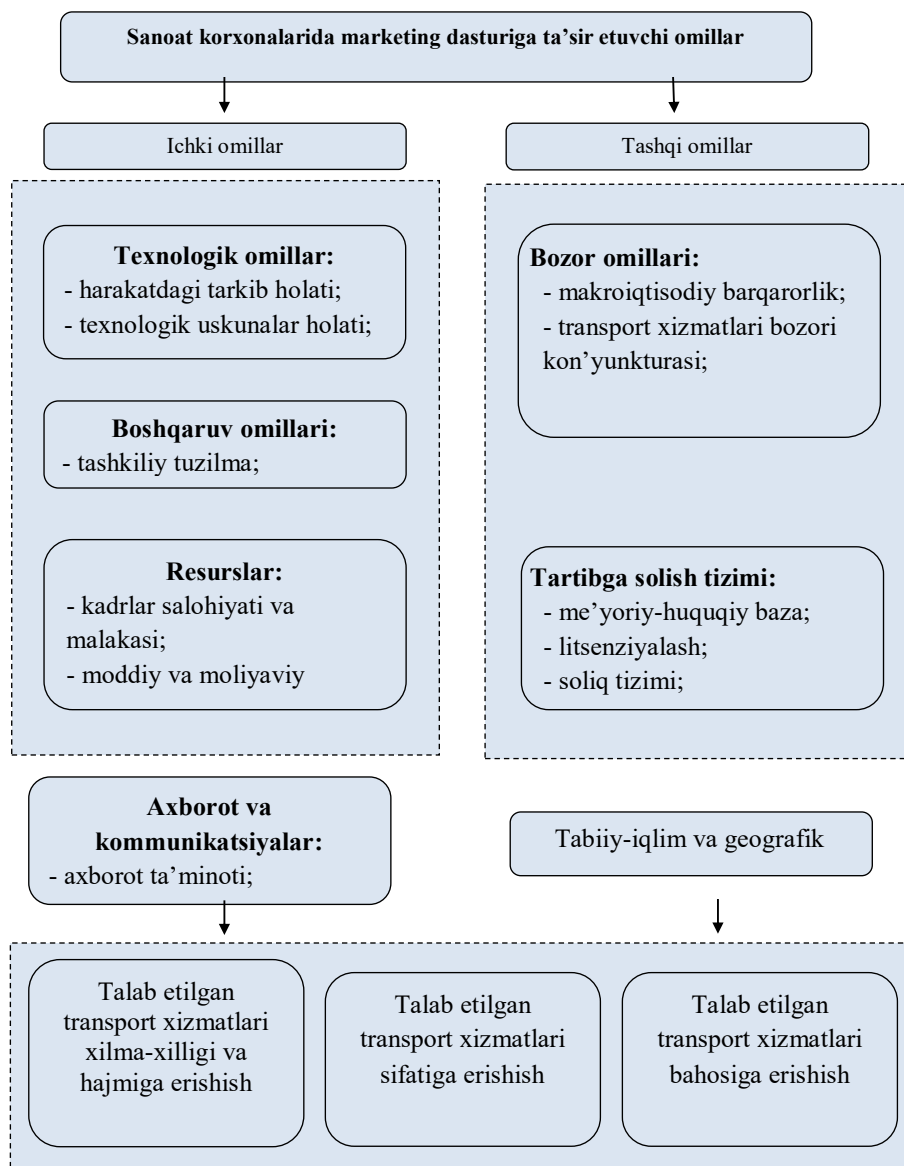
Muayyan bir mamlakatda ishlab chiqarilgan mahsulotlarni jahon bozorlariga eksport qilish zaruratini yuzaga keltiruvchi shart-sharoitlar, avvalo, xalqaro marketing nazariyalari bilan uzviy bog'liqdir.

Har qanday korxonaga faoliyatini boshqarishda, eng avvalo, uning ishlab chiqarishi lozim bo'lgan mahsulot yoki ko'rsatiladigan xizmatlarga bo'lgan iste'molchi ehtiyoji har tomonlama o'rganiladi. Bu jarayon murakkab axborotlarni yig'ish, ularni qayta ishlash va tahlil qilish, ilmiy tadqiqotlar o'tkazish, tovar va xizmatlar assortimentini rejalashtirish hamda reklama faoliyatini boshqarish kabi vazifalarni o'z ichiga oladi. Mazkur faoliyatni samarali tashkil etish esa korxonaga tarkibida maxsus marketing xizmatini shakllantirishni taqozo etadi.

Ishlab chiqarish ustuvorligiga asoslangan boshqaruv tizimida korxonaga tashkiliy tuzilmasida muhandis-texnik xodimlar asosiy o'rinni egallaydi. Marketing yondashuvida esa asosiy hal qiluvchi rol marketing xodimlariga tegishli bo'ladi. Xorijiy yirik kompaniyalar tajribasi shuni ko'rsatadiki, ularning boshqaruv tuzilmasida marketing



va sotishni boshqarish bo'limlari alohida tashkil etilib, boshqa bo'limlarga nisbatan ko'proq xodimlar bilan ta'minlangan.



1-rasm. Sanoat korxonalarida marketing dasturiga ta'sir etuvchi omillar¹

Xorijiy firmalarda marketing xizmatining tarkibida odatda quyidagi asosiy bo'limlar shakllantiriladi:

- xodimlar faoliyatini tashkil etish, sotish hajmi va tarkibini shakllantirish hamda rivojlantirish, mahsulotlarni saqlash va tashish, statistik hisobot va tahlilni amalga oshiruvchi sotish bo'limi;
- reklama faoliyati, jamoatchilik bilan aloqalar va sotishni rag'batlantirish vazifalarini bajaruvchi reklama va savdoni rivojlantirish bo'limi;
- ma'lumotlar bazasi, axborot-kommunikatsiya xizmatlari hamda bozorni o'rganish bilan shug'ullanuvchi marketing tadqiqotlari bo'limi.

Mazkur tashkiliy tuzilma korxonaning faoliyat yo'nalishi va o'ziga xos xususiyatlaridan kelib chiqqan holda individual shaklga ega bo'ladi. Masalan, turli mamlakat va hududlarda faoliyat yurituvchi transmilliy korporatsiyalar uchun hududlar kesimida marketing xizmatlarini tashkil etish muhim ahamiyat kasb etadi.

Bozor iqtisodiyotiga o'tishdan avval respublikamiz korxonalarida tijorat bo'limlari faoliyat yuritgan bo'lib, ularga korxonalar rahbarining tijorat ishlari bo'yicha o'rinbosari rahbarlik qilgan.

Bozor munosabatlari sharoitida esa talabni o'rganish, prognozlash va tashkil etish faqat savdo tashkilotlarining vazifasi bo'lib qolmaydi. Endilikda ishlab chiqaruvchi korxonalar ham reklama faoliyatini yuritish,

1 Muallif ishlanmasi



bozorni o'rganish, narxlarni shakllantirish, geografik va boshqa mezonlar asosida bozorni segmentlash kabi vazifalarni mustaqil amalga oshirishi zarur. Boshqacha aytganda, ilgari iste'molchilarni o'rganish asosan savdo tashkilotlariga xos bo'lgan bo'lsa, zamonaviy bozor sharoitida ishlab chiqaruvchi korxonalar ham iste'molchilarni chuqur o'rganishga intilmoqda.

Fikrimizcha, bozor munosabatlari sharoitida korxonalarda marketing xizmatlari bo'limini tashkil etish maqsadga muvofiq hisoblanadi. Mazkur bo'limning asosiy vazifalari quyidagilardan iborat:

- korxonaning o'z mahsulotini sotishga mo'ljallangan bozor sharoitlari va sig'imini kompleks tahlil qilish;
- potensial iste'molchilarning ehtiyojlari, talabi hamda xarid qobiliyatini o'rganish;
- mahsulot ishlab chiqarish va uni realizatsiya qilish jarayonlarini rejalashtirish;
- mahsulotni bozorga chiqarish, sotishni tashkil etish va uni rag'batlantirish;
- narx siyosatini ishlab chiqish hamda reklama faoliyatini tashkil etish;
- korxonada marketing faoliyatini tashkil etish, boshqarish va nazorat qilish;
- korxonaning marketing strategiyasini ishlab chiqish va uni amaliyotga joriy etish.

Bundan tashqari, marketing xizmati bo'limi korxonaning ishlab chiqarish, resurs va eksport imkoniyatlarini aniqlaydi. Buning uchun quyidagi tahliliy vazifalarni amalga oshirishi zarur:

- korxonaning moliyaviy-iqtisodiy holatini tahlil qilish;
- mahsulot assortimentini baholash va takomillashtirish;
- korxonaning ishlab chiqarish quvvatlarini aniqlash;
- tashqi bozorlarga chiqish strategiyasini ishlab chiqish;
- korxonaning xalqaro bozorlardagi faoliyatini qo'llab-quvvatlash maqsadida raqamli platformalar va internet resurslarini yaratish.

Marketing xizmati bo'limi tovar siyosatini amalga oshirishda quyidagi jihatlarni inobatga olishi maqsadga muvofiq:

- tovarlarning hayotiy davrini imkon qadar uzaytirish hamda uning har bir bosqichiga mos strategiyalarni ishlab chiqish va amalga oshirish;
- innovatsion siyosatni yuritish orqali yangi mahsulotlarni ishlab chiqarishni yo'lga qo'yish;
- korxonaning yuqori daromad olishiga xizmat qiluvchi va bozorda mustahkam o'rin egallash imkonini beruvchi mahsulotlar guruhini aniqlashga qaratilgan assortiment siyosatini yuritish.

Marketing xizmatlari bo'limi korxonaning eksport strategiyasini ishlab chiqishda muhim rol o'ynaydi. Buning uchun eksportning afzalliklari, maqsadlari, uni amalga oshirishning ustuvor yo'nalishlari va usullarini aniqlash, shuningdek, ushbu jarayonlarni amalga oshirish uchun zarur resurs va moliyaviy ta'minot mexanizmlarini belgilab berish zarur.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Fikrimizcha, eksportga yo'naltirilgan korxonalarda marketing tadqiqotlarini takomillashtirish maqsadida boshqaruvning tashkiliy tuzilmasida marketing xizmatlari bo'limini tashkil etish maqsadga muvofiqdir. Mazkur bo'lim quyidagi vazifalarni amalga oshirishi lozim:

- korxonada faoliyatining holatini tizimli va kompleks tahlil qilish, muammolar va muvaffaqiyatsizliklar sabablarini aniqlash, ilg'or tajriba va yutuqlardan foydalanish;
- marketing strategiyasini ishlab chiqish, asosiy marketing maqsadlarini belgilash, ularni takomillashtirish yo'nalishlarini aniqlash hamda ishlab chiqarishni iste'molchi talabiga moslashtirish;
- marketing faoliyatini tashkil etish, turli bo'lim va xizmatlar faoliyatini muvofiqlashtirish, bozor kon'yunkturasini tahlil qilish, bozor rivojlanish istiqbollari o'rganish va raqobatchilar strategiyasini tahlil qilish;
- reklama faoliyatini tashkil etish, uning eng samarali variantlarini tanlash, reklama mazmuni va dizaynini ishlab chiqish;
- iste'molchilarni mahsulot va xizmatlar bilan tanishtirish maqsadida ko'rgazma va yarmarkalarni tashkil etish, ularni o'tkazish vaqti va joyini belgilash;
- patent va kon'yunktura tadqiqotlarini amalga oshirish, yangi mahsulotlar yaratishda ishtirok etish hamda mahsulot sifatini oshirish;
- mahsulot va xizmatlarni samarali sotishni tashkil etish, yetkazib berishni nazorat qilish, zaxiralarni optimallashtirish va samarali logistika tizimini yo'lga qo'yish;
- marketing faoliyatini doimiy nazorat qilish, qabul qilingan boshqaruv qarorlarining samaradorligini baholash, reklama faoliyatini "xarajat–natija" mezoni asosida tahlil qilish;



– marketing faoliyatida hisob-kitob tizimini yo'lga qo'yish, baholash ko'rsatkichlarini aniqlash hamda marketing xodimlarini rag'batlantirish mexanizmlarini ishlab chiqish.

Eksportga yo'naltirilgan korxonalarining muvaffaqiyati ko'p jihatdan marketing xizmatini samarali tashkil etish va uni muntazam ravishda takomillashtirib borishga bog'liqdir.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 07.02.2017-yildagi "O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo'yicha Harakatlar strategiyasi to'g'risida"gi PF-4947-sonli Farmoni, <https://www.lex.uz/docs/-3107036?otherlang=1>

O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2021-yil 29-martdagi "2021–2025-yillarda davlat ishtirokidagi korxonalarni boshqarish va isloh qilish strategiyasini tasdiqlash to'g'risida"gi 166-sonli qarori, <https://www.lex.uz/ru/docs/5348948>

Mirziyoyev Sh.M. *Qonun ustuvorligi va inson manfaatlarini himoya qilish mamlakat taraqqiyoti va xalq farovonligining garovidir.* – Toshkent: O'zbekiston, 2017. – 48 b.

Mirziyoyev Sh.M. *Biz buyuk kelajakni mard va olijanob xalqimiz bilan quramiz.* – Toshkent: O'zbekiston, 2017. – 488 b.

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning Oliy Majlisga Murojaatnomasi. – 2020-yil 24-yanvar // *Xalq so'zi*, 2020-yil 26-yanvar.

Azimovna M.S. (2022). Formation of psychology and pedagogy as interdisciplinary sciences. *Samarkand Institute of Economics and Service*, 1(9), 20–23.

Musayeva S., Usmanov F. (2022). Ways to develop marketing activities in tourist organizations. *Science and Innovation*, 1(A5), 84–88.

Azimovna M.S., Ilkhomovna U.D., Shokhrukhovich U.F. (2022). Issues of improving productivity competition in agriculture. *Ijtimoiy fanlarda innovatsiya onlayn ilmiy jurnali*, 51–53.

Azimovna M.S., Ilkhomovna U.D., Shokhrukhovich U.F. (2022). The role of marketing in increasing the economic efficiency of service enterprises.

Azimovna M.S., Ilkhomovna U.D., Shokhrukhovich U.F. (2022). The concept of a correct marketing policy in trade and service enterprises.

Musayeva S. (2022). Studying the organization of advertising activities of goods at "Samarkand Tea Packaging Factory" JSC. *Science and Innovation*, 1(A6), 185–192.

Musayeva S. (2022). Prospects for the development of "Stekloplastik" LLC activity in the conditions of the market economy. *Science and Innovation*, 1(A6), 539–546.

Azimovna M.S., Ilkhomovna U.D., Shokhrukhovich U.F. (2022). Importance and characteristics of brand choice in services. *European Multidisciplinary Journal of Modern Science*, 1–3.

Musayeva Sh.A. *Marketing tadqiqotlari.* – Samarqand: "STAR-SEL" MChJ nashriyoti, 2023.

Musayeva Sh.A. *Integrallashtirilgan marketing kommunikatsiyasi.* O'quv qo'llanma. – Samarqand: "Mahorat" nashriyoti, 2022.



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Ingliz tili muharriri: Feruz HAKIMOV

Musahhih: Zokir ALIBEKOV

Sahifalovchi va dizayner: Hasan MAQSUDOV

2026. № 5

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Yashil" iqtisodiyot va taraqqiyot" jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar ma'sul. Tahririyat fikri har vaqt ham mualliflar fikriga mos kelmasligi mumkin. Tahririyatga yuborilgan materiallar qaytarilmaydi.

Mazkur jurnalda maqolalar chop etish uchun quyidagi havolalarga maqola, reklama, hikoya va boshqa ijodiy materiallar yuborishingiz mumkin. Materiallar va reklamalar pullik asosda chop etiladi.

Ei.Pochta: sq143235@gmail.com

Bot: @iqtisodiyot_77

Tel.: 93 718 40 07

Jurnalga istalgan payt quyidagi rekvizitlar orqali obuna bo'lishingiz mumkin. Obuna bo'lgach, @iqtisodiyot_77 telegram sahifamizga to'lov haqidagi ma'lumotni skrinshot yoki foto shaklida jo'natishingizni so'raymiz. Shu asosda har oygi jurnal yangi sonini manzilingizga jo'natamiz.

"Yashil" iqtisodiyot va taraqqiyot" jurnali 03.11.2022-yildan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Adminstratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan №566955 reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan.

Litsenziya raqami: №046523. PNFL: 30407832680027

Manzilimiz: Toshkent shahar, Mirzo Ulug'bek tumani
Kumushkon ko'chasi, 26-uy.



Jurnal sayti: <https://yashil-iqtisodiyot-taraqqiyot.uz>