



IQTISODIYOT&TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

№5 (2)



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.
2-qism*

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.
Abdukarimova 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 Khodjayevich, 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
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
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 Rakhimovich, 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'zR Tabiat resurslari vazirligi, O'zR Bosh prokuraturasi huzuridagi IJQK 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

TIJORAT BANKLARIDA MOLIVAVIY HISOBOTLAR TAHLILINI RIVOJLANTIRISHNING DOLZARB MUAMMOLARI VA ULARNI BARTARAF ETISH YO'NALISHLARI	12
Xudoyberdiyev Ulug'bek Axmad o'g'li	
O'ZBEKISTON KOMPANIYALARIDA DIVIDEND SIYOSATI JOZIBADORLIGINI OSHIRISH	16
Shermuxamedov Akmal Komiljonovich	
РАЗВИТИЕ МЕХАНИЗМОВ ФИНАНСИРОВАНИЯ МАЛОГО И СРЕДНЕГО БИЗНЕСА В КОММЕРЧЕСКИХ БАНКАХ С ИСПОЛЬЗОВАНИЕМ ФИНТЕХА И ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА	21
Салимова Зиёда Рустамжон қизи	
ELEKTR TARMOQLARI KORXONALARIDA YO'QOTISHLAR HISOBI UCHUN ISHCHI HISOBVARAQLARI TIZIMINI ISHLAB CHIQUISH	27
Xojimurodov Zuxriddin Shukurullo o'g'li	
RAQAMLI MUHITDA BANK XIZMATLARINI MASOFADAN KO'RSATISHNI TAKOMILLASHTIRISH	32
Azlarova Aziza Axrorovna	
RAQAMLI TRANSFORMATSIYA SHAROITIDA SOLIQ ORGANLARI FAOLIYATINI SUN'YI INTELLEKT TEXNOLOGIYALARI ASOSIDA BOSHQARISHNI TAKOMILLASHTIRISH YO'NALISHLARI	36
Soyibova Matluba Ahmedboyevna	
O'ZBEKISTONDA RAQAMLI TRANSFORMATSIYA SHAROITIDA TADBIRKORLIK SUBYEKTLARI FAOLIYATINI STRATEGIK BOSHQARISH METODOLOGIYASINI TAKOMILLASHTIRISHNING USTUVOR YO'NALISHLARI	41
M.O. Yo'ldoshova	
NARXLARNI BOSHQARISHNING ZAMONAVIY KONSEPSIYASI SIFATIDA DINAMIK NARX SHAKLLANTIRISH	45
Anvar Deberdiyev	
SOLIQ MA'MURCHILIGINI RAQAMLASHTIRISH VA RIVOJLANTIRISH ORQALI YASHIRIN IQTISODIYOT KO'LAMINI QISQARTIRISH YO'LLARI	49
Mamatkulov Salimjon Raxmonkulovich	
STARTAP EKOTIZIMLARINI RAG'BATLANTIRISHNING SOLIQ MEXANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISH: GLOBAL MUAMMOLAR VA HUDUDIIY IMKONIYATLAR	55
Ishimova Mohinur Absalomovna	
UMUMIY OVQATLANISH TIZIMIDA B2B MARKETINGINI JORII ETISH. (XORAZM VILOYATI MISOLIDA)	61
Zakirova Gulnoza Quدراتovna, Aliyeva Gulnora Ildarovna	
TIBBIYOT TASHKIOTLARIDA NOMOLIVAVIY AKTIVLAR HISOBI AMALIYOTINI TAKOMILLASHTIRISH YO'NALISHLARI	67
Iskanov Xoljigit Nurkosimovich	
RAQAMLI TA'LIM TEXNOLOGIYALARINI RIVOJLANTIRISH MARKAZIDA ICHKI AUDIT TIZIMINI TASHIL ETISH AMALIYOTI	73
Suyunov Yorqin Bekmurodovich, Nazarov Ubaydulla Abdumannapovich	
RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA MONOPOLIYAGA QARSHI SIYOSATNI TAKOMILLASHTIRISH YO'NALISHLARI	79
Yuldashev Akmal Kiyomovich	
TOG'-KON KORXONALARIDA TEXNOLOGIK TIZIM HOLATINI BAHOLASH VA IQTISODIIY SAMARADORLIK ZAXIRALARINI ANIQLASH	83
Abirova Nargizabonu	
YASHIL IQTISODIYOT TAMOYILLARI VA ULARNING MILLIIY RIVOJLANISHI	88
Turayev Abduvohid Kuldashevich	



IQTISODIYOTNING INNOVATSION TARAQQIYOTI SHAROITIDA MEHNAT RESURSLARIDAN SAMARALI FOYDALANISHDAGI XORIJ MAMLAKATLAR TAJRIBASI.....	93
Artiqova O'g'iljon Zafar qizi	
O'ZBEKISTON MILLIY TELERADIOKOMPANIYASI IQTISODIY SAMARADORLIGINI OSHIRISHDA SEMIR MODELIDAN FOYDALANISH IMKONIYATLARI	101
Rustamov Zafar	
QURILISH MATERIALLARI SANOATI KORXONALARIDA ISHLAB CHIQARISH TANNARXINI PASAYTIRISHNING IQTISODIY MEXANIZMLARI	107
Metyakubov Azamat Djumanazarovich	
BUXORO ARK ANSAMBLI TURISTIK SIG'IM IMKONIYATLARINI BAHOLASH	111
Sulaymonova Malika Maxmudovna, Qilichov Muhriddin Husniddin o'g'li	
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМОВ ПЛАНИРОВАНИЯ, КОНТРОЛЯ И АНАЛИЗА ДЕНЕЖНЫХ ПОТОКОВ НА МАЛЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ	116
Муродов Шавкатжон Фарходович, Зайналов Ж. Р.	
XALQARO MOLIYA INSTITUTLARI ISHTIROKIDAGI INVESTITSION LOYIHALARNI AMALGA OSHIRISHDA MAVJUD MUAMMOLAR VA ULARNI BARTARAF ETISH YO'LLARI	121
Ochildiyeva Naima Mengziya qizi, Ollokulova Feruza Mansurovna	
TIJORAT BANKLARINING KREDITLASH AMALIYOTIDA SUN'IY INTELLEKT TEXNOLOGIYALARIDAN FOYDALANISHNI TAKOMILLASHTIRISH.....	127
Melibayev Sodir Adilovich	
TIJORAT BANKLARI RENTABELLIGINI TA'MINLASHDA AKTIVLAR VA REGULYATIV KAPITALNING O'RNI	135
Sheraliev Abbos Xolmuminovich	
DIGITAL TRANSFORMATION OF DECISION-MAKING IN THE NATIONAL ELECTRICITY GRID OF UZBEKISTAN	140
Abdumalik A. Djumanov, Mukhlisa M. Gafurova, Tursunmurod R. Sobirov	
VIRTUAL IQTISODIYOTNING SHAKLLANISHI VA RIVOJLANISH MEXANIZMLARI	147
Yuldashev Adhamjon Axadjonovich	
O'ZBEKISTON QIMMATLI QOG'OZLAR BOZORINING RIVOJLANISH HOLATI VA INSTITUTSIONAL TUZILMASI.....	152
Shamsiddinov Ne'matjon Ashurali o'g'li	
ASOSIY VOSITALAR HISOBI VA AUDITINI TAKOMILLASHTIRISH.....	157
To'ychiyeva Dilnoza Farxod qizi	
ELEKTRON TIJORAT BOZORIDA RISKLARNI BAHOLASH MASALALARI	162
Aripov Ulug'bek Bahodirovich	
UY-JOY BOZORINI IPOTEKA KREDITLASH AMALIYOTI ORQALI INTEGRATSIYA QILISH: O'ZBEKISTON SHAROITIDA RIVOJLANISH YO'NALISHLARI	166
A'zamxo'jayeva Nihola Sulaymon qizi	
HUDUDIY INVESTITSIYA TARKIBINING IQTISODIY SAMARADORLIKKA DINAMIK TA'SIRINI EKONOMETRIK MODELLASHTIRISH (SURXONDARYO VILOYATI MISOLIDA)	171
Mirzakulova Risolat Musurmankulovna	
KICHIK BIZNES SUBYEKTLARI FAOLIYATINI KREDITLASH TARTIBINI TAKOMILLASHTIRISH	175
Bo'taev O'tkir Eshboevich	
KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIKNI MOLIYALASHTIRISHNING INNOVATSION USULLARINI TAKOMILLASHTIRISH.....	181
Umarova Malika Nematjanovna	
РАЗВИТИЕ ИНСТРУМЕНТОВ ЗЕЛЕННОГО ФИНАНСИРОВАНИЯ КАК ФАКТОР СТАНОВЛЕНИЯ ЦИРКУЛЯРНОЙ ЭКОНОМИКИ В УЗБЕКИСТАНЕ.....	187
Рахмонов Джамшид Одил угли	



ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ЧЕЛОВЕЧЕСКИМИ РЕСУРСАМИ В ОРГАНИЗАЦИЯХ КУЛЬТУРЫ УЗБЕКИСТАНА.....	194
Абдусаламова ФарогаТ Сунатиллаевна	
BANK XIZMATLARI KO'RSATISH MEZONLARINI ANIQLASH VA ULARNI BAHOLASH.....	200
Avazbek Jo'rayev	
BARQAROR TURIZMNI RIVOJLANTIRISHDA EKOLOGIK OMILLARNING IQTISODIY AHAMIYATI	207
Kuymuratova Matlubaxon Abdimanabovna	
ASALARICHILIK XO'JALIKLARIDA ISHLAB CHIQRARISH SAMARADORLIGINI OSHIRISH YO'LLARI	211
Berdimuratov Kuanishbay Genjebaevich	
ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ СТЕЙКХОЛДЕРАМИ ПРОЕКТОВ И ПРОГРАММ.....	215
Абдупаттoев Абдухакимжон Абдулхамид угли	
О'ZBEKISTON RESPUBLIKASINING "YASHIL" IQTISODIYOTGA O'TISH STRATEGIYASI.....	228
Mohichexra Melikovna Mo'minova	
INKLYUZIV TURIZMNI RIVOJLANTIRISH XUSUSIYATLARI: XALQARO TAJRIBA TAHLILI	233
Dilbar Xasanovna Aslanova, Usmanova Zumrad Islamovna	
TA'LIM TIZIMIDA MARKETING YONDASHUVI VA TAMOIYILLARINI QO'LLASHNING NAZARIY ASOSLARI	239
Musayeva Shoirazimovna, Raxmonova Aziza Tolibovna	



TA'LIM TIZIMIDA MARKETING YONDASHUVI VA TAMOYILLARINI QO'LLASHNING NAZARIY ASOSLARI



Musayeva Shoira Azimovna

Samarqand iqtisodiyot va servis instituti professori

E-mail: musaeva_shoira@mail.ru

ORCID: 0009-0000-9577-6976



Raxmonova Aziza Tolibovna

Samarqand davlat veterinariya meditsinasi,
chorvachilik va biotexnologiyalar universiteti
Iqtisodiyot va menejment kafedrasida assistenti

Annotatsiya. Mazkur maqolada marketing ta'limining mazmun-mohiyati, uning bozor munosabatlari tizimidagi o'rni hamda iste'molchilar xulq-atvoriga ta'sir etuvchi ijtimoiy va psixologik omillar tahlil qilingan. Shuningdek, iste'molchi ehtiyojlari, talab va taklif jarayonlarini o'rganish, ularni muvozanatlashtirish mexanizmlari hamda iste'mol bozoridagi foydalanilmagan imkoniyatlarni aniqlash masalalari yoritilgan. Ta'lim tizimining asosiy mahsuloti hisoblangan ta'lim xizmatlarining o'ziga xos xususiyatlari, ularning sifati va raqobatbardoshligini oshirish omillari ko'rib chiqilgan. Tadqiqot natijasida marketing yondashuvlarini ta'lim tizimiga samarali tatbiq etish ta'lim xizmatlari sifatini takomillashtirishda muhim ahamiyat kasb etishi asoslab berilgan.

Kalit so'zlar: marketing, ta'lim tizimi, ta'lim xizmatlari, talab, taklif, iste'molchi, sifat, imkoniyat, takomillashtirish, konsepsiya.

Abstract. This article examines the essence of marketing education, its role in the system of market relations, and the social and psychological characteristics that determine consumer behavior in the market. The study analyzes consumer demand and supply, methods of balancing them, and approaches to identifying untapped opportunities in the educational services market. Particular attention is paid to the specific features of educational services as the main product of the education system, as well as factors influencing their quality and competitiveness. The research substantiates that the effective implementation of marketing approaches in the education system plays an important role in improving the quality of educational services.

Key words: marketing, education system, educational services, demand, supply, consumer, quality, opportunities, improvement, concept.

Аннотация. В данной статье рассматриваются сущность маркетингового образования, его роль в системе рыночных отношений, а также социальные и психологические особенности, определяющие поведение потребителей на рынке. Проанализированы вопросы изучения потребительского спроса и предложения, поиска путей их сбалансирования, а также выявления неиспользованных возможностей на рынке образовательных услуг. Особое внимание уделено специфическим характеристикам образовательных услуг как основного продукта системы образования, а также факторам повышения их качества и конкурентоспособности. В результате исследования обоснована важность эффективного внедрения маркетинговых подходов в систему образования для совершенствования качества образовательных услуг.

Ключевые слова: маркетинг, система образования, образовательные услуги, спрос, предложение, потребитель, качество, возможности, совершенствование, концепция.



KIRISH

Ta'lim-tarbiya va ilm-fan sohasi 2017–2021-yillarda O'zbekistonni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish bo'yicha Harakatlar strategiyasining ustuvor yo'nalishlaridan biri etib belgilandi. Ushbu strategiyada uzluksiz ta'lim tizimini yanada takomillashtirish yo'lini davom ettirish, xalqaro mehnat bozori talablari, integratsion jarayonlarning jadallashuvi, raqamlashtirish hamda sanoatdagi texnologik inqiloblar davrida zamon talablariga mos malaka va ko'nikmalarga ega raqobatbardosh o'rta bo'g'in mutaxassislarini tayyorlash, kasb-hunar ta'limi sohasida yangi tizimni — xalqaro andozalarga mos professional ta'lim tizimini yaratishni talab qildi.

Natijada kasb-hunar ta'limi sohasida ham davlat siyosati tubdan o'zgardi. Prezidentimiz Sh. Mirziyoyev tomonidan sohada tub islohotlarni amalga oshirish va zamonaviy professional ta'lim tizimini barpo etishning maqsad hamda ustuvor vazifalari, bir so'z bilan aytganda, sohaning yangi missiyasi belgilab berildi.

Ushbu missiyaning mohiyati yangi sifat va formatda inson resurslarini rivojlantirish, yoshlarda ichki va tashqi mehnat bozori talab qilayotgan amaliy kvalifikatsiyalarni shakllantirish, ularning Vatanga muhabbatini va xalqiga sadoqatini yuksaltirishdan iboratdir.

MAVZUGA OID ADABIYOTLAR SHARHI

Ta'lim tizimida marketing tamoyillari bo'yicha mavjud adabiyotlar tahlili marketingning zamonaviy tamoyillari, brendni targ'ib qilish usullari hamda iste'molchilar talablariga moslashuvchan yondashuvni takomillashtirish zarurligini ko'rsatadi. Marketing tamoyillari haqida mutaxassis R. G. Ibragimov fikr bildirib, bu yo'nalishda F. Kotler, David Aaker, Clayton Christensen, Seth Godin, Kevin Keller, Byron Sharp hamda Jay Baer kabi taniqli olimlarning ilmiy qarashlarini alohida ta'kidlaydi.

Mamlakatimizda ham qator yillar davomida marketing sohasida olib borilgan izlanishlar milliy xususiyatlardan kelib chiqqan holda marketing nazariyasini rivojlantirishga katta hissa qo'shgan olimlarni e'tirof etishni talab etadi. Ularga R. Ibragimov, Yo. Abdullayev, A. Saliev, M. Sharifxo'jayev, D. Rahimova, Sh. Ergashxo'jayeva, Sh. Musayeva va boshqalarni kiritish mumkin.

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Tadqiqotda tizimli yondashuv, marketing tahlili, taqqoslash hamda raqamli ko'rsatkichlarni baholash usullari qo'llanildi. Ijtimoiy media platformalaridagi ma'lumotlarni yig'ish va tahlil qilishda ommaviy kuzatuv usullaridan foydalanildi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Mamlakatimiz ta'lim tizimida turli xil jozibador ta'lim xizmatlari va mahsulotlari bozorining paydo bo'lishi ta'lim xizmatlarini ko'rsatuvchi hamda o'quv mahsulotlarini ishlab chiqaruvchi subyektlar oldiga mutlaqo yangi vazifani qo'ydi: ta'limni boshqarishning yangi, ilmiy asoslangan uslubi zarur bo'lib qoldi. Ushbu uslub ta'lim xizmatlari bozori ishtirokchilari o'rtasida integratsiyalashgan xizmatlar paketini taklif etishdan iborat.

Ta'limdagi marketing iqtisodiyotda quyidagi uchta vazifani bajaradi:

1. Iqtisodiy rivojlanishda ta'limning alohida ahamiyati. Zamonaviy texnologiyalar jamiyat iqtisodiy rivojlanishining yuqori chegaralarini belgilab beradi. Biroq ularning tarqalishi aholining ta'lim darajasi va ta'lim tizimiga bog'liq. Binobarin, marketing ilg'or ta'lim g'oyalarini targ'ib qilish bilan bog'liqdir.

2. Ta'limning iqtisodiyot tarmog'i va davlat muassasasi sifatida rivojlanishi. Ta'lim xizmatlari va mahsulotlarining ko'lami qanchalik keng bo'lsa, ularning sifati hamda ulardan foydalanish imkoniyati shunchalik yuqori bo'ladi. Natijada jamiyatning hayot darajasi ham yuksaladi. Binobarin, ta'lim tizimining rivojlanishi bevosita qo'llanilayotgan marketing vositalariga bog'liqdir.

3. Ta'lim muassasalarining moliyaviy ta'minoti. Ta'lim muassasalari, qoida tariqasida, byudjet mablag'lari hamda ta'lim xizmatlari uchun undiriladigan to'lovlar hisobidan moliyalashtiriladi. O'tish davri iqtisodiyotida byudjet imkoniyatlarining cheklanganligi pullik ta'lim xizmatlari marketingining rivojlanishini belgilaydi.

Ta'lim xizmatlari va mahsulotlari bozorida raqobat kuchayib borayotganini inobatga olib, potensial talabni baholashda marketing tadqiqotlari usullariga murojaat qilish zarur. Marketing tadqiqotlarining maqsadi istiqbolli ta'lim ehtiyojlarini aniqlash, ularning qondirilish darajasini baholash, farazlarni sinovdan o'tkazish hamda iste'molchilarning xulq-atvorini prognoz qilishdan iborat. Shu nuqtayi nazardan, marketing tadqiqotlarini o'tkazish metodologiyasini ta'lim ehtiyojlarini tahlil qilishda qo'llash mantiqan to'g'ri hisoblanadi. Shuning uchun hal qilinishi zarur bo'lgan ikkinchi muammo marketing tadqiqotlarini tashkil etish va bozor istiqbollarni o'rganishdan iboratdir.

Marketingning klassik elementlarini faollashtirish orqali bozor sementatsiyasini amalga oshirish, marketing kommunikatsiyalaridan foydalangan holda xizmatlarni targ'ib qilish hamda o'rganilayotgan ta'lim ehtiyojlari bilan ta'lim muassasasining imkoniyatlarini muvofiqlashtirish muammolarini hal qilish mumkin.



Ta'lim sifatini ta'minlash maqsadida amalga oshirilayotgan ta'lim dasturi marketing vositalari yordamida mavjud holat bilan talab yuqori bo'lgan ta'lim natijalari o'rtasidagi tafovutni bartaraf etadi. U quyidagilarni nazarda tutadi (1-jadval).

1-jadval. Ta'lim sifatini ta'minlash maqsadida amalga oshirilayotgan ta'lim dasturlari

Tashqi muhit bilan o'zaro aloqada muhim o'zgarishlarni ta'minlaydi;	Ichki muhitidagi tub o'zgarishlarni quyidagilar ta'minlaydi
Xizmatlar sohasida operatsion tizimning ochiqqligi;	Mashg'ulotning qulayligi va muvaffaqiyati;
Ta'limni jamoat ehtiyojlariga yo'naltirish;	O'quv jarayonining barcha ishtirokchilarining subyektiv pozitsiyasini amalga oshirish;
Atrof-muhit o'zgarishiga javoban choralarning adekvatligi va o'z vaqtida qabul qilinishi;	O'quv jarayoni ishtirokchilari orasida bag'rikenglikni rivojlantirish;
Ijtimoiy sheriklar va qo'shimcha manbalarni (moliyaviy, axborot, moddiy-texnik, didaktik va boshqalar) qo'llab-quvvatlash manbalarini faol ravishda izlash;	Samarali ta'lim texnologiyalarini joriy etish;
Jamiyatda hukmronlik qiladigan ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlarning o'quv jarayonida takrorlash.	O'quvchining turli xil faoliyat turlarining, uning intellektual, hissiy va jismoniy faoliyatining maqbul nisbati;
	Talabalarga ta'lim yo'nalishi va ta'lim mazmunini tanlash imkoniyati (davlat standart komponentidan tashqari).

Muhim o'zgarishlarga tayyorgarlik bosqichida professional ta'lim xizmatlarida marketing bo'limi faoliyatini yo'lga qo'yish zarurati yuzaga kelmoqda. Chunki ta'lim xizmatlari bozori kundan kunga kengayib bormoqda. Xususi ta'lim muassasalarining paydo bo'lishi kuchli raqobatni yuzaga keltiradi va bu, o'z navbatida, marketing hamda marketing tadqiqotlariga bo'lgan talabni oshiradi.

Marketing atamasi inglizcha "market" so'zidan kelib chiqqan bo'lib, so'zma-so'z "bozor faoliyati" degan ma'noni anglatadi. Ushbu atama AQSH iqtisodiy adabiyotida XIX asr oxirida paydo bo'lgan. Uning paydo bo'lishi va qo'llanilishi bozordagi mavjud faoliyatni boshqarish tizimini takomillashtirish zarurati bilan bog'liq edi. Mustaqil faoliyat sohasi va ilm-fan sifatida marketing XX asr boshlarida shakllandi. Mashhur marketing nazariyotchisi Philip Kotler "marketing" tushunchasining semantikasi, uning tamoyillari, funksiyalari, marketing faoliyati elementlari, maqsadlari hamda marketing aralashmasini shakllantirish masalalarini ilmiy asoslab berdi. Marketing tizimining maqsadi imkon qadar tovar va xizmatlarga bo'lgan maksimal iste'molni aniqlash, iste'molchilarning maksimal qoniqishiga erishish, keng tanlovni taklif etish, tovar va xizmatlar sifatini oshirish hamda iste'molchilar safini kengaytirishdan iboratdir.

Marketing tamoyillari marketing asosining tub mohiyatini ochib beruvchi asosiy holatlar va talablar majmuasidir. Marketing mohiyatidan kelib chiqqan holda quyidagi tamoyillar marketing faoliyatida asosiy hisoblanadi:

- "Iste'molchi — shoh".
- "Ishlab chiqarilgan mahsulotni sotish emas, balki sotiladigan mahsulotni ishlab chiqarish".
- "Mahsulot yaratish bilan birga uning iste'molchisini ham yaratish kerak".
- "Tovar bozorlariga differensiallashgan holda yondashish kerak".
- "Korxonada iste'molchi talabini qondirish orqali o'z foydasi va obro'yiga ham ega bo'lishi kerak".

Mazkur tamoyillarga yondashuvlar quyidagilardan iborat:

- iste'molchiga kerak bo'lgan mahsulotni ishlab chiqarish;
- bozorga tovar va xizmatlar bilan emas, balki iste'molchilar muammolarini hal qiluvchi vositalar bilan chiqish;
- tovar ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatishni iste'molchilar talabi o'rganilgandan so'ng yo'lga qo'yish;
- faoliyatni tashkil etishni jadallashtirish;
- qo'yilgan maqsadlarga erishishda maqsadli, dasturiy va kompleks yondashuvdan foydalanish;
- mahsulotning bozor talablariga moslashishi uchun taktika va strategiyani o'z vaqtida qo'llash hamda tovarning iste'molchiga yetib borishga qadar bo'lgan jarayonda marketingdan samarali foydalanish;
- korxonada faoliyatini uzoq muddatli samarali kommunikatsiyalar bilan ta'minlash orqali tovarning bozordagi mavqeini mustahkamlash;
- tovar va xizmatlarning hayotiylik davrining har bir bosqichida ishlab chiqarishning ijtimoiy hamda iqtisodiy omillarini inobatga olish;
- korxonada rejasini bozor talablari asosida ishlab chiqish;
- tarmoqlararo integratsiyani yo'lga qo'yish orqali talab va taklifni muvofiqlashtirish;



Xizmatning mo'rtligi uni keyinchalik sotish yoki foydalanish uchun saqlab bo'lmashligini anglatadi. Agar unga bo'lgan talab yetarlicha barqaror bo'lsa, ushbu xususiyat muayyan muammolarni keltirib chiqarmaydi. Ammo talab turli xil tebranishlarga duch kelsa, o'quv muassasasi muammolarga duch keladi. Masalan, o'qituvchilar sonini muvofiqlashtirish masalasi yuzaga keladi. Ta'lim ma'lumotlarini tarqatma materiallar, kitoblar, kassetalar hamda elektron disklarda tayyorlash va saqlash ta'lim xizmatlariga xosdir. Biroq bilimlarning tez eskirishi ham muhim omil hisoblanadi.

Ta'lim xizmatlarini taqdim etishning yangi shartlari bir vaqtning o'zida ta'lim muassasalari faoliyatini qayta tashkil etish zaruratini yuzaga keltirdi. Bugungi kunda ta'lim sohasidagi bozor "marketing nuqtasi"ga yaqinlashdi, ya'ni to'plangan taklif hajmi avvalgi to'lov qobiliyatiga ega talabni muvozanatlashtirdi va undan oshishni boshladi; ta'lim xizmatlariga tabaqalashtirilgan talab shakllandi; ta'lim xizmatlari bozorining infratuzilmasi rivojlandi; mamlakat hamda mintaqaviy hokimiyat organlari ta'lim muassasalarini yetarli darajada moliyaviy qo'llab-quvvatlay olmayapti va "omon qolish" uchun marketingga murojaat qilishga majbur bo'lmoqda.

Shunday qilib, hozirgi paytda ta'lim sohasida marketing yondashuvini joriy etish zarurati mavjud. Bunday vaziyatda marketing vositalaridan foydalanadigan jamoat tashkilotlari raqobatda ustunlikka erishib, bozorda o'zlarining munosib o'rinlarini egallashlari mumkin. Ular talab va taklifni o'rganadilar, ta'lim xizmatlari hamda mahsulotlari uchun "mahsulot portfeli"ni muvozanatlashtiradilar, to'lov qobiliyati va talabga mos narxlarni taklif qiladilar hamda kommunikatsiya siyosatini olib boradilar.

Ta'lim xizmatlari va mahsulotlari bozori — bu ta'lim muassasalari tomonidan taklif etilayotgan ta'lim xizmatlari va mahsulotlariga bo'lgan ehtiyojlarni qondirishga xizmat qiluvchi talab va taklif munosabatlar tizimidir. Mazkur tizim iste'molchi va ishlab chiqaruvchilar o'rtasidagi uzviy aloqalar hamda ta'lim muassasalari tomonidan taklif etilayotgan xizmatlarning uslubiy ta'minoti, moddiy bazasi va boshqa zarur shart-sharoitlarga asoslanadi.

Ta'lim muassasalarining bozordagi faoliyati hali nisbatan yangi bo'lgani sababli, o'quv bozori turini sof raqobat bozori sifatida belgilash mumkin. Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, ta'lim makonida monopolistik raqobat bozori shakllanishi lozim. Aynan shunday bozor ta'lim muassasalarining obro'yi hamda taklif etilayotgan xizmatlar sifatini nazorat qiluvchi litsenziyalash organlari faoliyati orqali marketing tizimini rivojlantirishni talab qiladi.

Marketingning asosini quyidagi tushunchalar tashkil etadi: ta'lim ishlab chiqarishni takomillashtirish konsepsiyasi; ta'lim xizmatlarini takomillashtirish konsepsiyasi; tijorat sa'y-harakatlarini jadallashtirish konsepsiyasi (reklama, shartnomalar, talabnoma-tadqiqotlar, pullik ta'lim faoliyati); iste'molchiga yo'naltirilganlik konsepsiyasi; ijtimoiy-axloqiy marketing konsepsiyasi.

Ta'lim sohasidagi ishlab chiqarishni takomillashtirish konsepsiyasi o'zaro bog'liq bo'lgan ikkita tendensiya bilan bog'liq: turli, jumladan nodavlat mulk shakliga ega maktablar sonining ko'payishi hamda mavjud davlat ta'lim muassasalarida qo'shimcha xizmatlarni, shu jumladan pullik xizmatlarni joriy etish orqali ta'lim xizmatlari ro'yxatini kengaytirish. Ushbu tendensiyalar ta'lim xizmatlari iste'molchilariga narx va sifat bo'yicha ta'lim muassasasini tanlash imkoniyatini beradi hamda ta'lim xizmatlari bozorida raqobatni yuzaga keltiradi.

Ta'limdagi mahsulotni, ya'ni ta'lim xizmatlarini takomillashtirish konsepsiyasi ta'lim mazmuniga bo'lgan e'tiborni kuchaytirishni anglatadi. Bu ayniqsa davlat ta'lim standartlarining joriy etilishi munosabati bilan dolzarb ahamiyat kasb etmoqda. Bitiruvchini ijtimoiy himoya qilish uchun o'quv muassasasi nafaqat istiqbolli kasbni egallash, balki bozor sharoitida yashash uchun zarur bo'lgan yuqori sifatli tayyorgarlikni ham ta'minlashi kerak.

Ta'lim xizmatlari bozoridagi raqobat ko'plab ta'lim muassasalarini, ayniqsa pullik ta'lim xizmatlari ko'rsatuvchi muassasalarni, tijorat faoliyatini kuchaytirish konsepsiyasini qo'llashga undamoqda. Natijada potensial iste'molchilarni jalb qilishning turli shakllari, jumladan reklama va professional axborot vositalari keng qo'llanilmoqda.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Xulosa qilib aytganda, marketing tamoyillari va konsepsiyalari ta'lim xizmatlari hamda mahsulotlari iste'molchilarini diqqat markaziga qo'yishni talab qiladi. Ta'lim muassasasi talabga ega bo'lishi uchun, avvalo, ta'lim ehtiyojlarini o'rganishi, ikkinchidan esa ularni boshqa ta'lim muassasalariga nisbatan samaraliroq qondirishi kerak. Aholining ta'limga bo'lgan ehtiyojlari qondirilgandagina bunga erishish mumkin. Biroq davlat nafaqat ta'limning asosiy sarmoyachisi, balki ta'lim sifatining kafolatchisi sifatida ham o'z talablarini qo'yadi. Ta'lim tizimi nafaqat professional mutaxassisni, balki ijtimoiy-bozor iqtisodiyoti sharoitida faol yashay oladigan fuqaroni ham tarbiyalashi kerak. Davlat, ta'lim xizmatlari iste'molchisi va ta'lim muassasalari manfaatlarining dialektik bog'liqligi ijtimoiy-axloqiy marketing konsepsiyasida o'z aksini topadi.

Zamonaviy marketing o'quv muassasasini boshqarish va natija sifati, ya'ni bitiruvchini tayyorlash darajasiga kompleks hamda tizimli yondashuvni nazarda tutadi. Marketing marketing tadqiqotlari, ta'lim xizmatlarini yakuniy iste'molchiga ilgari surish hamda ta'limni moliyaviy qo'llab-quvvatlash orqali amalga oshiriladi.

**Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati**

1. Shavkat Mirziyoyev Qonun ustuvorligi va inson manfaatlarini himoya qilish mamlakat taraqqiyoti va xalq farovonligining garovidir. – Toshkent: O'zbekiston, 2017. – 48 b.
2. Shavkat Mirziyoyev Biz buyuk kelajakni mard va oliyjanob xalqimiz bilan quramiz. – Toshkent: O'zbekiston, 2017. – 488 b.
3. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning Oliy Majlisga Murojaatnomasi. 2020-yil 24-yanvar // Xalq so'zi. – 2020. – 26-yanvar.
4. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017-yil 7-fevraldagi "O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo'yicha Harakatlar strategiyasi to'g'risida"gi PF-4947-son Farmoni. <https://lex.uz/docs/-3107036?ONDATE=01.05.2021>
5. Azimovna, M. S. Formation of psychology and pedagogy as interdisciplinary sciences // Formation of Psychology and Pedagogy as Interdisciplinary Sciences. – 2022. – Vol. 1, № 9. – P. 20–23.
6. Musayeva, S., & Usmanov, F. Ways to develop marketing activities in tourist organizations // Science and Innovation. – 2022. – Vol. 1, № A5. – P. 84–88.
7. Azimovna, M. S., Ilkhomovna, U. D., & Shokhrukhovich, U. F. Issues of improving productivity competition in agriculture // Ijtimoiy fanlarda innovatsiya onlayn ilmiy jurnali. – 2022. – P. 51–53.
8. Azimovna, M. S., Ilkhomovna, U. D., & Shokhrukhovich, U. F. The role of marketing in increasing the economic efficiency of service enterprises. – 2022.
9. Azimovna, M. S., Ilkhomovna, U. D., & Shokhrukhovich, U. F. The concept of a correct marketing policy in trade and service enterprises. – 2022.
10. Musayeva, S. Studying the organization of advertising activities of goods at "Samarkand Tea Packaging Factory" JSC // Science and Innovation. – 2022. – Vol. 1, № A6. – P. 185–192.
11. Musayeva, S. Prospects for the development of "Stekloplastik" LLC activity in the conditions of the market economy // Science and Innovation. – 2022. – Vol. 1, № A6. – P. 539–546.
12. Azimovna, M. S., Ilkhomovna, U. D., & Shokhrukhovich, U. F. Importance and Characteristics of Brand Choice in Services // European Multidisciplinary Journal of Modern Science. – 2022. – P. 1–3.
13. Musaeva Sh. A. Marketing tadqiqotlari: darslik. – Samarqand: "STAR-SEL" MChJ nashriyot va ijodiy bo'limi, 2023.
14. Musaeva 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: Oloviddin Sobir o'g'li

2026. № 5 (2)

© 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>