



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

2026-YIL

IYUN/6-SON, III-QISM



ISSN: 2992-8982

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





IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Bosh muharrir:
Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich

*Elektron nashr. 2026-yil, iyun.
III-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 Sotvoldixo'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 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

SUD BOSHQARUVCHILARI FAOLIYATINING IQTISODIY RAG'BATLANTIRISH TIZIMI VA ULARNING SUBSIDIAR JAVOBGARLIGI: MUAMMOLAR VA TAKOMILLASHTIRISH ISTIQBOLLARI	12
Soliyev Damirjon Nurmatovich	
BLOKCHEYN TEKNOLOGIYASI ASOSIDA MOLIVAVIY TRANZAKSIYALARNI NAZORAT QILISH TIZIMI (SMART-KONTRAKTLAR, MARKAZLASHMAGAN MA'LUMOTLAR BAZASI VA AUDIT IZLARI)	18
Olimova Mukhlisa Vohidjon qizi	
SANOAT SEKTORIDA YASHIL IQTISODIYOTGA O'TISH: STRATEGIK AFZALLIKLAR VA TO'SIQLAR TAHLILI	26
Xatamov Ochildi Qurbonovich	
ТРАНСФОРМАЦИЯ БАНКОВСКОЙ СИСТЕМЫ УЗБЕКИСТАНА КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ ЕЁ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ	32
PhD. Юлдашева С.Ш	
TREND MODELLARI YORDAMIDA MEHNAT RESURSLARI SONINI EKONOMETRIK MODELLASHTIRISH	38
Haydarova Dinora Atamurot qizi	
МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ВЫКУПА И ПРОДАЖИ КВОТ НА ОРОСИТЕЛЬНУЮ ВОДУ	43
Гоженко Борис Владимирович	
MOLIVAVIY LEVERIJ SAMARASI VA QARZ MABLAG'LARINI BOSHQARISHDA UNDA FOYDALANISH	50
Latipova Shaxnoza Maxmudovna	
XIZMATLAR SOHASIDA WEBMONEY TO'LOV TIZIMINI KOMPYUTERDA O'RNATISH VA SOZLASHNING IQTISODIYOTDAGI ROLI	55
Fazilat Esirgapovna Jomonqulova	
Nizomov Murod	
Qurbonboyeva Rayhon Bahronjon qizi	
MECHANISMS FOR THE FORMATION AND DEVELOPMENT OF A HEALTHY LIFESTYLE	58
Shukhrat Mashrabboevich Mamadaliyev	
BANK SEKTORIDA OPERATSION SAMARADORLIK VA XAVFLARNI BOSHQARISHNI BAHOLASH	62
R.I.Rashidov	
A.N. Elmurodov	
A.A. Muhiddinov	
TRANSFORMING ECONOMIC GOVERNANCE IN UZBEKISTAN THROUGH DIGITAL PUBLIC SECTOR TOOLS	68
Bokhodirov Boriykhon Boburovich	
Bahromjon Urmanov	
TIJORAT BANKLARINING INVESTITSIYA VA KREDIT SALOHİYATINI BOSHQARISH	74
Ergashova Nilufar Sobirovna	
DEHQON XO'JALIKLARIDA QO'SHILGAN QIYMAT ZANJIRINING SHAKLLANISHI VA UNGA TA'SIR ETUVCHI OMILLAR	80
Azizov Shohsuvor Yuldashevich	
VERTIKAL INTEGRATSİYALASHGAN BANK TUZILMASINI "YAGONA MFO" TEKNOLOGIYASI ASOSIDA TRANSFORMATSIYA QILISH SXEMASI	84
Qo'shboqov Doniyorbek Maxramqulovich	



O'ZBEKISTON SANOAT KORXONALARIDA "YASHIL EKOTIZIM" VA RESURS SAMARADORLIGI (RECP)NI JORIY ETISHNING METODOLOGIK ASOSLARI HAMDA EMISSIALARNI KAMAYTIRISH SAMARADORLIGI.....	90
Do'stqobilov Ulug'bek Ibrohimovich	
TURIZM SOHASIDA OILAVIY TADBIRKORLIK TUSHUNCHALARINING MAZMUN VA MOHIYATIGA ILMIY-NAZARIY YONDASHUVLAR	94
Pardayeva Ozoda Mamayunusovna	
СНИЖЕНИЕ ТЕХНИЧЕСКИХ И КОММЕРЧЕСКИХ ПОТЕРЬ ЭЛЕКТРОЭНЕРГИИ КАК НАПРАВЛЕНИЕ ПОВЫШЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ РАСПРЕДЕЛИТЕЛЬНЫХ СЕТЕЙ УЗБЕКИСТАНА	100
Маърупова Дилсора Абдулла кизи	
O'ZBEKISTON QURILISH SOHASIDA RAQAMLI TRANSFORMATSIYA VA YASHIL IQTISODIYOTGA O'TISHNING INSTITUTIONAL SHART-SHAROITLARI.....	105
Qodirov Sardorbek Isroiljon o'g'li	
АКАДЕМИЧЕСКИЕ НАВЫКИ И ОСОБЕННОСТИ ИХ ФОРМИРОВАНИЯ	113
Усманова Зумрад Исламовна	
Рахматуллаев Алижон	
Сайфитдинов Азизжон	
G'AZNACHILIK OPERATSIYALARINING BANKLIKVIDLIGINI TA'MINLASHDAGI O'RNI (SILICON VALLEY BANK MISOLIDA).....	119
Axadov Shahboz Shuxrat o'g'li	
ТРАНСФОРМАЦИЯ СИСТЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ ТВЁРДЫМИ БЫТОВЫМИ ОТХОДАМИ В Г. ТАШКЕНТЕ: ОТ ПОЛИГОННОГО ЗАХОРОНЕНИЯ К РЕСУРСНО-ЭНЕРГЕТИЧЕСКОМУ ИСПОЛЬЗОВАНИЮ	127
Джусупов Кубанычбек	
STRATEGIK BOSHQARUV HISOBI AXBOROT TA'MINOTINING METODOLOGIK ASOSLARINI TAKOMILLASHTIRISH	133
Umidjon Kostayev	
DEVELOPMENT OF A METHODOLOGY FOR TEACHING STUDENTS OBJECTORIENTED PROGRAMMING IN A VIRTUAL COLLABORATIVE ENVIRONMENT USING GENERATIVE ARTIFICIAL INTELLIGENCE TOOLS	140
Saidova Dilfuza Ergashovna	
AUDIT SIFATI NAZORATINI TAKOMILLASHTIRISH	145
Muydinov Erkin Jamaldinovich	
THE ROLE OF E-COMMERCE IN ECONOMIC DEVELOPMENT: EVIDENCE FROM UZBEKISTAN'S DIGITAL TRANSFORMATION.....	152
Shakhriddinova Sitora Tolibjon kizi	
THE IMPACT OF SUSTAINABILITY PRACTICES IN THE AGRICULTURAL INDUSTRY IN UZBEKISTAN.....	157
Yorkin Ziyodullaev	
Munisa Bekmirzaeva	
РОЛЬ ЦИРКУЛЯРНОЙ ЭКОНОМИКИ В ЗЕЛЕНОМ РОСТЕ В УЗБЕКИСТАНЕ.....	166
Мохамед Эйд Али Балбаа	
Усманова Азиза Алишеровна	
OZIQ-OVQAT SANOATI KORXONALARIDA SAMARADORLIKNI OSHIRISHNING INNOVATSION YO'LLARI.....	173
Shakirxodjaeva Zuxraxon Rustamxanovna	
BARQAROR RIVOJLANISH HISOBOTLARINI TUZISH MASALALARI: XALQARO TAJRIBA VA TAKOMILLASHTIRISH YO'NALISHLARI.....	180
Menglikulov Baxtiyor Yusupovich	



THE IMPACT OF SUSTAINABILITY PRACTICES IN THE AGRICULTURAL INDUSTRY IN UZBEKISTAN	184
Yorkin Ziyodullaev	
Munisa Bekmirzaeva	
TASTE OF PLACE: HOW LOCAL-INGREDIENT SOURCING AFFECTS GUEST SATISFACTION AND MENU PROFITABILITY IN HOTEL RESTAURANTS	193
Bahodirova Durdona	
Atametova Sevara	
INTERACTIONS IN CREATIVE TOURISM: RESIDENTS' PERSPECTIVES IN UZBEKISTAN.....	198
Dildora Khodjaeva Mukhamedkhodjaevna	
Jasmin Raxmidinova	
XO'JALIK YURITUVCHISUBYEKTLARNING LIKVIDLILIGINI TA'MINLASH MASALALARI	204
Bauyetdinov M.J.	
YASHIL IQTISODIYOTGA O'TISH SHAROITIDA MINTAQA TABIIY RESURSLARIDAN SAMARALI FOYDALANISH YO'LLARI (BUXORO VILOYATI MISOLIDA)	212
Safarov Otabek Abduhamidovich	
SANOAT KORXONALARIDA INNOVATSION FAOLIYAT SAMARADORLIGINING NAZARIY JIHATLARI.....	218
O'rinov Akmaljon Axmadjonovich	
ТЕОРИИ УПРАВЛЕНИЯ ФИНАНСОВЫМИ РИСКАМИ В БАНКОВСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ.....	223
Убайдуллаева Мафтунахон Акмалхон кизи	
SURXONDARYO VILOYATI IQTISODIYOTIGA JALB ETILAYOTGAN INVESTITSİYALAR SAMARADORLIGI TAHLILI	230
Xatamova Manzura Ochildiyevna	
TURISTIK MAHSULOT MARKETINGI: NAZARIY ASOSLARI VA RIVOJLANTIRISH YO'NALISHLARI	240
Usmanova Zumrad Islamovna	
IN VITRO TEXNOLOGIYASI ASOSIDA KARTOSHKA URUG'CHILIGI ZANJIRI SAMARADORLIGINI IQTISODIY BAHOLASHNING NAZARIY ASOSLARI	244
Mardonova Zarifa Numonjonovna	
TIJORAT BANKLARIDA KREDIT OPERATSIYALARI SAMARADORLIGINI OSHIRISH UCHUN RESURSLAR YETARLILIGINI TA'MINLASH MASALALARI	251
Sheraliyev Olimjon O'ktam o'g'li	
O'ZBEKISTONDA ESG MOLIYALASHTIRISH TIZIMINI TAKOMILLASHTIRISHNING USTUVOR YO'NALISHLARI VA MEXANIZMLARI	258
Ajibayeva Raiya Maxsutovna	
YASHIL MOLIYALASHTIRISH INSTRUMENTLARI ORQALI BARQAROR IQTISODIY O'SISHNI TA'MINLASH MASALALARI	262
Ajibayeva Raiya Maxsutovna	
ANIQ FANLARNI O'QITISHDA METAKOGNITIV YONDASHUVLAR: TEORETIK ASOSLAR, KOGNITIV ARHITEKTURA VA AMALIY TRANSFER MUAMMOLARI	265
Namozov Diyorbek Baxtiyor o'g'li	
XUFYONA IQTISODIYOTNING MOHIYATI VA UNI O'ZBEKISTONDA KAMAYTIRISH CHORA-TADBIRLARI	270
Kalandarov R.A.	
RAQAMLI TO'LOV TIZIMLARIDA ALOQA OPERATORLARI ROLINI OSHIRISH ISTIQBOLLARI.....	276
Nuraliyev Nurbek Rustam o'g'li	
DAVLAT BUDJETI DAROMADLARI BARQARORLIGINI TA'MINLASHDA BILVOSITA SOLIQQA TORTISHNING ASOSIY YO'NALISHLARI	281
Mansurova Arofatxon Shavkat qizi	



INTERNATIONAL TRENDS AND THE LEGAL FRAMEWORK OF E-COMMERCE DEVELOPMENT IN UZBEKISTAN.....	286
Usmanova Zumrad Islamovna	
ISSUES OF ACCOUNTING RECOGNITION AND VALUATION OF LONG-TERM ASSETS UNDER INTERNATIONAL FINANCIAL REPORTING STANDARDS (IFRS).....	290
Golib D. Tashmanov	
Ismandiyor B. Umirzokov	
СПЕЦИФИКА ФОРМИРОВАНИЯ РИСКОВ В СФЕРЕ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ПЛАТФОРМ	297
Алиева Сусанна Сейрановна	
ZAMONAVIY AXBOROTLASHGAN TA'LIM MUHITIDA ANIQ FANLARNI O'QITISHNING KOGNITIV VA METAKOGNITIV DETERMINANTLARI.....	304
Shogeldieyva Sabrina Omongeldiyevna	
BANKLARARO LIKVIDLILIKNI BOSHQARISHDA SUN'IY INTELLEKT VA BIG DATA TEXNOLOGIYALARINI QO'LLASH ISTIQBOLLARI	309
Baxromov Nodirjon Muxammadamin o'g'li	
OTMLARDA ILMIY-TEXNIK MAHSULOTLARNI TIJORATLASHTIRISHDA ISHTIROK ETADIGAN SUBYEKTLAR: ROLLAR, FUNKSIYALAR VA O'ZARO MUNOSABATLAR TAHLILI	313
Safarov Bekzod Istamovich	
TO'QIMACHILIK MAHSULOTLARI EKSPORTINI YASHIL MARKETING VOSITALARI ASOSIDA RIVOJLANTIRISH MEXANIZMI	319
Jo'raboyev Jurabek Muhibillo o'g'li	
O'ZBEKISTONDA AGROTURIZMNI RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI	323
Aktamov Olimjon Abdug'ani o'g'li	
SAVDO FAOLIYATIDA MIJOZ EHTIYOJLARINI ANIQLASH MEXANIZMLARI.....	333
Mamatraimov Islom Mamanazarovich	



SAVDO FAOLIYATIDA MIJUZ EHTIYOJLARINI ANIQLASH MEXANIZMLARI

Mamatraimov Islom Mamanazarovich
Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti,
Savdo ishi kafedrası katta o'qituvchisi
e-mail: islomshox20002@gmail.com

Annotatsiya. Mazkur maqolada zamonaviy raqobatbardosh savdo muhitida korxon va tashkilotlarning muvaffaqiyatli faoliyati mijozlar ehtiyojlarini to'g'ri aniqlash hamda ularni qondirish darajasiga bevosita bog'liqligi yoritilgan. Mijozlar ehtiyojlarini chuqur o'rganish va ular asosida savdo strategiyalarini shakllantirish har bir tashkilotning muhim vazifalaridan biriga aylanmoqda. Chunki zamonaviy iste'molchi nafaqat mahsulot yoki xizmat sifati, balki ularning individual ehtiyojlariga mosligi, qulayligi va ko'rsatilayotgan xizmat darajasiga ham katta e'tibor qaratadi.

Bugungi globallashuv jarayonida mijozlar ehtiyojlarini aniqlash va ularni samarali qondirish usullari muntazam ravishda takomillashib bormoqda. Xalqaro tajribalar shuni ko'rsatadiki, kompaniyalar o'z mijozlari bilan mustahkam munosabatlar o'rnatib, ularning ehtiyojlarini to'g'ri aniqlagan taqdirda bozordagi mavqeiini mustahkamlab, raqobat ustunligiga erishadi. Mijozlar ehtiyojlarini aniqlash va qondirish savdo faoliyatining barcha bosqichlariga sezilarli ta'sir ko'rsatadi.

Kalit so'zlar: mijoz ehtiyojlari, iste'molchi xohishi, tahlil, sintez, taqqoslash, kuzatish, statistik tahlil, iqtisodiy tahlil.

Abstract. This article examines how the successful performance of enterprises and organizations in a competitive market environment depends directly on the accurate identification of customer needs and the level of their satisfaction. An in-depth understanding of customer needs and the development of appropriate sales strategies have become essential tasks for modern organizations. Contemporary consumers pay attention not only to the quality of products and services but also to their suitability for individual needs, convenience, and the quality of customer service.

In the context of globalization, methods for identifying and satisfying customer needs continue to evolve. International experience demonstrates that companies capable of establishing strong relationships with customers and accurately identifying their needs are able to strengthen their market position and gain competitive advantages. The identification and satisfaction of customer needs influence all stages of sales activities.

Keywords: customer needs, consumer preferences, analysis, synthesis, comparison, observation, statistical analysis, economic analysis.

Аннотация. В данной статье рассматривается, что успешная деятельность предприятий и организаций в современной конкурентной торговой среде напрямую зависит от правильного определения потребностей клиентов и уровня их удовлетворения. Глубокое изучение потребностей клиентов и формирование соответствующих стратегий продаж становятся одной из ключевых задач каждой организации. Это обусловлено тем, что современный потребитель уделяет большое внимание не только качеству товара или услуги, но и степени их соответствия индивидуальным потребностям, удобству использования и уровню предоставляемого сервиса.

В условиях глобализации методы выявления потребностей клиентов и их эффективного удовлетворения постоянно совершенствуются. Международный опыт показывает, что компании, сумевшие установить прочные отношения со своими клиентами и правильно определить их потребности, укрепляют свои позиции на рынке и получают конкурентные преимущества. Выявление и удовлетворение потребностей клиентов оказывает существенное влияние на все этапы торговой деятельности.

Ключевые слова: потребности клиентов, потребительские предпочтения, анализ, синтез, сравнение, наблюдение, статистический анализ, экономический анализ.



KIRISH

Dastlabki marketing tadqiqotlaridan tortib mahsulot ishlab chiqish, reklama strategiyasini shakllantirish va sotish jarayonigacha bo'lgan har bir bosqichda mijozning fikri, istaklari va ehtiyojlari inobatga olinishi lozim. Ayniqsa, xizmat ko'rsatish sohasida mijozga individual yondashuv va uning shaxsiy ehtiyojlariga mos yechimlar taklif qilish mijozlar sadoqatini oshirish imkonini beradi.

Davlat statistika qo'mitasi ma'lumotlariga ko'ra, O'zbekiston Respublikasida 2023-yilda chakana savdo aylanmasi 408 trln so'mni tashkil etgan bo'lib, bu 2022-yilga nisbatan 8,4 foizga ko'pdir. Mazkur o'sish savdo sohasida raqobat muhitining faollashib borayotganini va mijozlar ehtiyojini chuqur o'rganish muhim ahamiyat kasb etayotganini ko'rsatadi. Savdo korxonalarining katta qismi an'anaviy usulda faoliyat yuritayotgani sababli mijozlar ehtiyojlarini chuqur tahlil qilish amaliyotini yanada rivojlantirish zarurati mavjud.

Mijozlarning xohishi, kutishlari va muammolarini bilish bozorda barqaror faoliyat yuritishning asosiy shartlaridan biriga aylanmoqda. Elektron savdoning rivojlanishi va mijozlar talablarining o'zgarishi natijasida onlayn xaridorlar tezkorlik, qulaylik, maqbul narx va sifatli xizmat ko'rsatishni talab qilmoqda. Bunday sharoitda mijozni to'g'ri tushunish va uning ehtiyojini aniq qondirish korxonalar muvaffaqiyatining muhim omili hisoblanadi.

O'zbekiston Respublikasida iste'molchilar huquqlarini himoya qilishga bo'lgan e'tibor ortib bormoqda. 2023–2024-yillarda iste'molchilar huquqlarini himoya qilish agentligiga tushgan murojaatlar sonining 30 foizga oshgani mijozlarning o'z ehtiyojlari va huquqlari borasida yanada faol bo'lib borayotganini ko'rsatadi. Yangi biznes subyektlari va raqobat muhiti rivojlanib borayotgan bir sharoitda mijozlar ehtiyojini o'rganish va ularga mos savdo yondashuvlarini ishlab chiqish alohida ahamiyatga ega.

Bugungi bozordagi raqobat sharoitida raqobatning kuchayishi, mijozlar xulq-atvoridagi o'zgarishlar, mijoz sadoqatining nisbatan pasayishi, personalizatsiya va mijoz tajribasining muhim trendga aylanishi hamda innovatsion savdo yondashuvlarining rivojlanishi savdoda mijozlar ehtiyojlarini aniqlash va ularni qondirish usullari mavzusining dolzarbligini belgilab beradi.

MAVZUGA OID ADABIYOTLAR SHARHI

Mijoz ehtiyojlarini aniqlash savdo faoliyatining eng muhim tarkibiy qismlaridan biri hisoblanadi. Zamonaviy bozor iqtisodiyoti sharoitida korxonalarining muvaffaqiyati ko'p jihatdan mijozlarning talab va ehtiyojlarini to'g'ri anglash hamda ularga mos mahsulot va xizmatlarni taklif etishga bog'liq. Shu sababli iqtisodiyot, marketing va savdo sohalarida faoliyat yurituvchi ko'plab olimlar tomonidan ushbu masala keng tadqiq etilgan.

Marketing nazariyasining asoschilaridan biri bo'lgan Philip Kotler o'zining ilmiy ishlarida mijoz ehtiyojlarini aniqlash korxonalar faoliyatining markaziy vazifasi ekanligini ta'kidlaydi. Uning fikricha, korxonalar iste'molchilarning ehtiyojlarini chuqur o'rganib, bozor talabiga mos mahsulot va xizmatlarni ishlab chiqishi zarur. Kotler mijoz ehtiyojlarini aniqlashda bozor tadqiqotlari, so'rovnomalar, intervyular hamda iste'molchilar xatti-harakatlarini kuzatish usullarini samarali vositalar sifatida e'tirof etadi.

Kevin Lane Keller marketing va brend boshqaruvi bo'yicha olib borgan tadqiqotlarida iste'molchilar ehtiyojlarini segmentlash va maqsadli bozorlarni aniqlash masalalariga alohida e'tibor qaratadi. Olimning ta'kidlashicha, mijozlar ehtiyojlarining turlicha bo'lishi korxonalardan har bir bozor segmentining o'ziga xos xususiyatlarini hisobga olishni talab qiladi.

Peter Drucker esa menejment nazariyasida biznesning asosiy maqsadi mijoz yaratish va uni saqlab qolishdan iborat ekanligini qayd etadi. Uning fikriga ko'ra, korxonalar faoliyatining barcha yo'nalishlari mijoz ehtiyojlarini qondirishga qaratilishi lozim. Shuningdek, u mijozlar bilan doimiy muloqot o'rnatish va ularning fikr-mulohazalarini muntazam o'rganishni muhim omil sifatida baholaydi.

Iste'molchilar xulq-atvorini o'rganishga bag'ishlangan tadqiqotlarda xaridorlarning xarid qilish qarorlariga ta'sir etuvchi psixologik, ijtimoiy va madaniy omillar keng yoritilgan. Mazkur yondashuvlarga ko'ra, mijoz ehtiyojlarini aniqlash faqat mahsulotga bo'lgan talabni o'rganish bilan cheklanmaydi, balki iste'molchining motivlari, qadriyatlar va xarid odatlarini ham tahlil qilishni talab etadi.

So'nggi yillarda raqamli texnologiyalarning rivojlanishi mijoz ehtiyojlarini aniqlash mexanizmlarini yanada takomillashtirdi. Ilmiy manbalarda internet marketingi, ijtimoiy tarmoqlar, CRM tizimlari hamda katta ma'lumotlar (Big Data) texnologiyalari yordamida mijozlar xatti-harakatlarini tahlil qilish samarali usul sifatida ko'rsatilmog'da. Ushbu texnologiyalar korxonalarga iste'molchilarning qiziqishlari va ehtiyojlarini real vaqt rejimida kuzatish hamda tahlil qilish imkonini beradi.

Mahalliy iqtisodchi olimlarning ilmiy ishlarida ham savdo faoliyatida mijozlarga yo'naltirilgan yondashuvning ahamiyati alohida ta'kidlangan. Ularning fikricha, bozor munosabatlari rivojlanib borayotgan sharoitda korxonalar raqobatbardoshligini oshirish uchun iste'molchilar ehtiyojlarini muntazam o'rganish va marketing tadqiqotlarini olib borish muhim ahamiyat kasb etadi.



Shunday qilib, ilmiy adabiyotlar tahlili shuni ko'rsatadiki, savdo faoliyatida mijoz ehtiyojlarini aniqlash mexanizmlari bozor tadqiqotlari, iste'molchilar xulq-atvorini tahlil qilish, segmentatsiya, mijozlar bilan samarali muloqot o'rnatish hamda zamonaviy axborot texnologiyalaridan foydalanishga asoslanadi. Mazkur mexanizmlarning samarali qo'llanilishi korxonalarining bozor sharoitlariga moslashuvchanligini oshiradi, mijozlar sodiqligini mustahkamlaydi va savdo hajmlarining barqaror o'sishiga xizmat qiladi.

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Ushbu tadqiqotda savdo faoliyatida mijozlar ehtiyojlarini aniqlash va ularni qondirish bo'yicha taklif hamda tavsiyalar ishlab chiqishga alohida e'tibor qaratildi. Tadqiqot jarayonida mijoz ehtiyojlari tushunchasi va ularning turlari, mijoz ehtiyojlarini aniqlashning ilmiy asoslari, shuningdek, savdo jarayonida mijoz ehtiyojlarini qondirishning o'rni o'rganildi.

Tadqiqotda tahlil, sintez, taqqoslash, kuzatish, statistik tahlil va iqtisodiy tahlil usullaridan foydalanildi. Mazkur usullar orqali savdo korxonalarida mijozlar talabini aniqlash, ularning xulq-atvorini baholash hamda mijozlarga yo'naltirilgan savdo strategiyalarini shakllantirish imkoniyatlari tahlil qilindi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Zamonaviy bozor iqtisodiyoti sharoitida mijozlar ehtiyojlarini aniqlash va ularni yuqori darajada qondirish har qanday korxonaga yoki tashkilotning strategik ustuvor yo'nalishlaridan biriga aylangan. Aynan mijozlar ehtiyojlarini to'g'ri anglash va ularga mos mahsulot yoki xizmatlarni taklif etish orqali kompaniyalar o'z raqobatbardoshligini saqlab qoladi, mijozlar sadoqatini mustahkamlaydi hamda daromadlarining barqaror o'sishini ta'minlaydi.

Mijozlar ehtiyojlarini o'rganishning ilmiy-uslubiy yondashuvlari amaliyotda keng qo'llanilib, ular korxonalariga iste'molchilar talabini chuqurroq tahlil qilish imkonini beradi. Ushbu yondashuvlarning asosiylari quyidagilardan iborat:

1. Deskriptiv (tasviriy) yondashuv – mijozlarning mavjud holati, xulq-atvori va xarid qilish odatlarini kuzatish hamda tavsiflash orqali ularning ehtiyojlarini aniqlashga xizmat qiladi. Mazkur yondashuvda so'rovnoma, intervyular va kuzatish usullaridan keng foydalaniladi. Masalan, mijozlar fikrini o'rganish maqsadida o'tkaziladigan so'rovnoma iste'molchilarning afzalliklari va kutishlarini aniqlash imkonini beradi.

2. Diagnostik yondashuv – mijozlar ehtiyojlarini tahlil qilish orqali mavjud muammolarni aniqlash va ehtiyojlar o'zgarishining sabablarini baholashga qaratilgan. Ushbu yondashuvda statistik tahlil, segmentatsiya va marketing tadqiqotlari kabi vositalar qo'llanilib, iste'molchilarning qaror qabul qilishiga ta'sir etuvchi omillar o'rganiladi.

3. Proaktiv yondashuv – mijozlar ehtiyojlarini kelajakdagi tendensiyalar va ehtimoliy o'zgarishlar asosida oldindan aniqlashni nazarda tutadi. Ushbu yondashuv, asosan, innovatsion mahsulotlar va xizmatlarni yaratishda, bozor trendlarini prognozlashda hamda iste'molchilarning kelgusidagi talablarini shakllantirishda qo'llaniladi (1-jadval).

1-jadval
Mijozlar ehtiyojlarini aniqlash usullari va ularning xususiyatlari¹

Aniqlash usuli	Tavsifi	Afzalliklari	Cheklovlari
So'rovnoma (anketa)	Mijozlarga standart savollar asosida javob berish taklif etiladi.	Tezkor, keng auditoriyani qamrab oladi, statistik tahlil uchun qulay.	Javoblar yuzaki bo'lishi mumkin, ehtiyojlarning chuqur sabablarini aniqlash qiyin.
Fokus-guruh	Tanlab olingan kichik mijozlar guruhi bilan chuqurlashtirilgan muhokama o'tkaziladi.	Muammoni chuqur o'rganish imkonini beradi, emotsional jihatlar aniqlanadi.	Namunaviy guruh kichik bo'lgani sababli natijalarni umumlashtirish qiyin.
Intervyu	Mijozlar bilan individual tartibda suhbat o'tkaziladi.	Individual yondashuvni ta'minlaydi, chuqur ma'lumot olish imkonini beradi.	Ko'p vaqt va resurs talab etadi.
Kuzatuv	Xaridorlarning xatti-harakatlari real sharoitlarda kuzatiladi.	Haqiqiy harakatlar asosida tahlil qilish imkonini beradi, yashirin ehtiyojlarni aniqlashga yordam beradi.	Barcha ehtiyojlarni to'liq qamrab olmaydi, maxfiylik bilan bog'liq cheklovlar mavjud.
Eksperiment	Savdo muhiti yoki mahsulot xususiyatlarini o'zgartirish orqali mijozlarning reaksiyasi o'rganiladi.	Sabab-oqibat munosabatlarini aniqlash imkonini beradi.	Natijalar har doim ham real bozor sharoitlariga to'liq mos kelmasligi mumkin.

1 Muallif ishlanmasi



CRM tizimi tahlili	Mijozlar bilan o'zaro munosabatlar va xaridlar tarixi tahlil qilinadi.	Shaxsiy ehtiyojlar va xarid tarixiga asoslangan aniq ma'lumotlarni taqdim etadi.	Asosan mavjud mijozlar bilan cheklanadi.
Big Data va sun'iy intellekt tahlillari	Katta hajmdagi ma'lumotlar sun'iy intellekt texnologiyalari yordamida tahlil qilinadi.	Avtomatlashtirilgan, keng ko'lamli va real vaqt rejimidagi natijalarni ta'minlaydi.	Murakkab texnologiyalar va rivojlangan texnik infratuzilmani talab qiladi.
Ijtimoiy tarmoqlar tahlili	Facebook, Instagram, Telegram va boshqa platformalardagi foydalanuvchilar fikrlari tahlil qilinadi.	Mijozlarning fikr-mulohazalari va kayfiyatini tabiiy muhitda o'rganish imkonini beradi.	Ma'lumotlar subyektiv yoki ishonchlilik darajasi turlicha bo'lishi mumkin.

Zamonaviy sharoitda mijozlar ehtiyojlarini aniqlash nafaqat an'anaviy so'rovnomalar va intervyular orqali, balki sun'iy intellekt, raqamli platformalar, mobil ilovalar hamda ijtimoiy tarmoqlar kabi zamonaviy texnologik yechimlar yordamida ham samarali amalga oshirilmoqda. Ushbu texnologiyalar korxonalariga mijozlarning xatti-harakatlari, qiziqishlari va xarid odatlarini tezkor hamda aniq tahlil qilish imkonini beradi.

Shu bois kompaniyalar nafaqat mavjud ehtiyojlarni o'rganishga, balki kelajakda yuzaga kelishi mumkin bo'lgan ehtiyoj va talablarni oldindan prognoz qilishga ham tayyor bo'lishlari zarur. Bunday yondashuv korxonalariga bozor o'zgarishlariga moslashish, raqobatbardoshlikni oshirish va mijozlar bilan uzoq muddatli munosabatlarni shakllantirish imkonini beradi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Bozor iqtisodiyoti sharoitida savdo faoliyatining samarali tashkil etilishi bevosita mijozlar ehtiyojlarini chuqur o'rganish, ularni tahlil qilish hamda ushbu ehtiyojlarga mos tovar va xizmatlarni taklif etish darajasiga bog'liqdir. Tadqiqot davomida o'rganilgan ilmiy-nazariy manbalar, amaliy tahlillar va xorijiy tajribalar asosida quyidagi xulosalarga kelindi:

1. Mijozlar ehtiyojlarini aniqlash va ularni samarali qondirish korxonalarining raqobatbardoshligini oshirish, mijozlar sadoqatini mustahkamlash hamda savdo hajmlarining barqaror o'sishini ta'minlashning muhim omillaridan biri hisoblanadi.

2. Savdo tashkilotlari va xizmat ko'rsatish korxonalarida CRM (Customer Relationship Management) tizimlarini joriy etish orqali mijozlar bilan munosabatlarni raqamli va tizimli asosda boshqarish maqsadga muvofiqdir. Mazkur tizim mijozlar ehtiyojlarini aniqlash va ularga individual yondashuvni ta'minlash imkonini beradi.

3. Mahalliy kompaniyalar tomonidan marketing tadqiqotlarini muntazam ravishda olib borish, fokus-guruhlar, so'rovnomalar va mahsulot sinovlari orqali mijozlar fikrini o'rganish hamda olingan natijalar asosida mahsulot va xizmatlarni takomillashtirish zarur.

4. Mijozlar ehtiyojlarini qondirishda an'anaviy usullar bilan bir qatorda sun'iy intellekt, chatbotlar, real vaqt rejimidagi muloqot tizimlari va ijtimoiy tarmoqlar monitoringi kabi zamonaviy texnologiyalarni keng qo'llash tavsiya etiladi.

5. Mahalliy savdo platformalarini modernizatsiya qilish, onlayn va oflayn xizmatlar integratsiyasini rivojlantirish orqali ko'pkanalli savdo (omnichannel retailing) tizimini shakllantirish maqsadga muvofiq hisoblanadi.

6. Savdo va xizmat ko'rsatish tashkilotlarida xizmat sifati standartlarini (ISO 9001, Customer Satisfaction Index va boshqalar) joriy etish hamda xodimlarning malakasini muntazam oshirish mijozlarga xizmat ko'rsatish sifatini yanada yaxshilashga xizmat qiladi.

7. Mijozlar sadoqatini mustahkamlash maqsadida bonus dasturlari, chegirmalar, cashback tizimlari, aksiyalar va shaxsiylashtirilgan takliflar kabi zamonaviy marketing vositalaridan samarali foydalanishni kengaytirish lozim.

Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, O'zbekiston sharoitida ilg'or xorijiy tajribalarni o'rganish va ularni milliy iqtisodiy hamda ijtimoiy xususiyatlarni hisobga olgan holda amaliyotga tatbiq etish savdo tizimining samaradorligini oshirishga xizmat qiladi. Shu maqsadda zamonaviy raqamli texnologiyalarni keng joriy etish, xodimlarning kasbiy kompetensiyalarini rivojlantirish va mijozlarga xizmat ko'rsatish madaniyatini takomillashtirish muhim ahamiyat kasb etadi.

Mijozlar ehtiyojlarini aniqlash va ularni qondirishga yo'naltirilgan zamonaviy savdo tizimini shakllantirish xizmatlar sifatini oshirish, mijozlar sadoqatini mustahkamlash hamda savdo faoliyatining barqaror rivojlanishini ta'minlashning muhim omillaridan biri hisoblanadi.



FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Tursunov B.O. Marketing tadqiqotlari. – Toshkent: Iqtisodiyot nashriyoti, 2020. – 256 b.
2. Karimov A.S. Marketing asoslari. – Toshkent: Iqtisodiyot nashriyoti, 2018. – 312 b.
3. Rahmonov R.A. Iste'molchilarning xatti-harakati va bozorni o'rganish. – Toshkent: Iqtisodchi nashriyoti, 2019. – 284 b.
4. Bobojonov M.A. Mijoz ehtiyojlarini aniqlashda marketing tadqiqotlarining roli // Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar. – 2022. – №4. – B. 85–92.
5. Xudoyberdiyev I.M. Elektron savdo tizimini rivojlantirishda xorijiy tajribaning o'rni // Marketing va logistika: ilmiy maqolalar to'plami. – Toshkent: Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti, 2021. – B. 47–53.
6. Saidov M. Savdo tashkilotlarida mijozlar sadoqatini shakllantirish omillari // Respublika ilmiy-amaliy konferensiyasi materiallari. – Namangan: NamDU, 2023. – B. 118–123.
7. Kotler P. Marketing asoslari. – Toshkent: Iqtisod-Moliya, 2005. – 648 b.
8. Kotler P., Keller K.L. Marketing Management. 15th Edition. – Harlow: Pearson Education Limited, 2016. – 832 p.
9. Maslow A.H. A Theory of Human Motivation // Psychological Review. – 1943. – Vol. 50, No. 4. – P. 370–396.
10. Levitt T. Marketing Myopia // Harvard Business Review. – 1960. – Vol. 38, No. 4. – P. 45–56.
11. Solomon M.R. Consumer Behavior: Buying, Having and Being. – 13th ed. – New York: Pearson, 2020. – 656 p.
12. Schiffman L.G., Wisenblit J. Consumer Behavior. – 12th ed. – London: Pearson Education, 2019. – 432 p.
13. Armstrong G., Kotler P. Principles of Marketing. – 18th ed. – Harlow: Pearson, 2021. – 736 p.
14. Kumar V., Reinartz W. Customer Relationship Management: Concept, Strategy and Tools. – 3rd ed. – Berlin: Springer, 2018. – 408 p.
15. Payne A., Frow P. Strategic Customer Management: Integrating Relationship Marketing and CRM. – Cambridge: Cambridge University Press, 2017. – 486 p.



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Ingliz tili muharriri: Feruz HAKIMOV

Musahhih: Zokir ALIBEKOV

Sahifalovchi va dizayner: Hasan MAQSUDOV

2026. № 6/3

© 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>