



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

**2026-YIL / IYUN/6-SON,
VI-QISM**



INTERNATIONAL
STANDARD
SERIAL
NUMBER
INTERNATIONAL CENTRE



ISSN: 2992-8982

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



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Bosh muharrir:

Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich

Bosh muharrir o'rinbosari:

Karimov Norboy G'aniyevich

Muharrir:

Qurbonov Sherzod Ismatillayevich

*Elektron nashr. 2026-yil, iyun.
VI-qism*

Tahrir hay'ati:

Salimov Oqil Umrzoqov, 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 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

ISLOMIY BANK FAOLIYATI TO'G'RISIDAGI QONUNNI AMALIYOTGA TATBIQ ETISH: O'ZBEKISTONDA MOLIYAVIY INKLYUZIVLIKNING KONTSEPTUAL, METODOLOGIK VA INSTITUTIONAL ASOSLARI	12
Abdullayev Azamat Akbar o'g'li	
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЁТА В ОРГАНИЗАЦИЯХ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ НА ОСНОВЕ ОЦЕНКИ ОПЕРАТИВНОСТИ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО ЦИКЛА	17
Джуманиязова Сабина Михайловна	
PAHTA TOZALASH USKUNALARI DETALLARINING XIZMAT MUDDATINI OSHIRISH UCHUN GETEROKOMPOZIT POLIMER MATERIALLAR TARKIBINI ISHLAB CHIQUISH	22
Bakirov Lutfillo Yuldoshaliyevich	
O'ZBEKISTONDA ERKIN IQTISODIY ZONALAR FAOLIYATI: TAHLIL VA NATIJALAR.....	29
Ubaydullayev Muxammadjon Abdusamad o'g'li	
Akbarov Diyorbek Ashirali o'g'li	
TRANSFORMING CORPORATE GOVERNANCE TO MEET THE CHALLENGES OF MODERN BUSINESS MODELS.....	32
F. Djalilov	
O'ZBEKISTONDA QURILISH SOHASIDAGI TADBIRKORLIK SUBYEKTLARI RIVOJLANISH TENDENSIYALARI VA ULARNI BAHOLASH	41
Abdullayev Axror Jaxbarovich	
ЭКОНОМИКА ГОРОДСКОЙ МОБИЛЬНОСТИ: ПОТЕНЦИАЛ ЭЛЕКТРИФИКАЦИИ ОБЩЕСТВЕННОГО ТРАНСПОРТА В РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАН	47
Махкамова Надира Саидмуратовна	
MINTAQA TUMANLARI O'RTASIDAGI INVESTITSIYA VA BANDLIK NOMUTANOSIBLIK LARI HAMDA ULARNI KAMAYTIRISH MEXANIZMLARI (BUXORO VILOYATI MISOLIDA)	55
Ergashev Sherali Erali o'g'li	
BUXORO VILOYATI IQTISODIYOTINING STRUKTURAVIY TRANSFORMATSIYASI: AGRAR MODEL DAN DIVERSIFIKATSIYALASHGAN TUZILMAGA O'TISH TENDENSIYALARI (2020-2024-YILLAR)	60
Ergashev Sherali Erali o'g'li	
IQTISODIYOTNI ERKINLASHTIRISHNING HOZIRGI BOSQICHIDA BANK TIZIMINI RIVOJLANTIRISH VA UNDA BOSHQARUVNING ZAMONAVIY PRINSIPLARINI JORIY ETISH.....	65
Tashmatov Shuhrat Hamrayevich	
MAMLAKAT IQTISODIYOTIDA XIZMATLAR KO'RSATISH IMKONIYATI VA UNI RIVOJLANTIRISH YO'LLARI	71
Xalimov Shaxboz Xalimovich	
O'ZBEKISTONDA AVLODLARARO TRANSFERTLARNING NAZARIY ASOSLARI VA IQTISODIY MAZMUNI	77
Mamadaliyeva Xafiza Xoldarovna	
To'rayev Mirzohid Hoshim o'g'li	
SUN'IY INTELLEKTNING O'ZBEKISTON SOLIQ TIZIMI SAMARADORLIGINI OSHIRISHDAGI AHAMIYATI	83
Hamidova Shahzoda Odiljanovna	



IQTISODIYOTDA SHAFFOFLIK, ISHONCH VA SAMARADORLIKNI TA'MINLASHDA AUDITORLIK FAOLIYATINI TAKOMILLASHTIRISHNING AHAMIYATI VA ZARURLIGI.....	88
Sabirova Nodira Komil qizi	
RAQAMLI VALYUTALARNING IQTISODIYOTDAGI O'RNI VA MOLIYAVIY BARQARORLIKKA TA'SIRI	95
Nabiyeva Zilola Saydulla qizi	
XORAZM VILOYATIDA HUDUDIY IQTISODIY BARQARORLIKNI TA'MINLASH YO'LLARI	101
Avazbek Xalbekov	
IMPLEMENTATION OF PARETO ANALYSIS, SENSITIVITY ANALYSIS AND CVP MODELING TOOLS AT SATURN METAL LLC.....	108
Musaeva Shoira Azimovna	
YOG'-MOY KORXONALARINING TA'MINOT ZANJIRINI TAKOMILLASHTIRISHDA SCOR (SUPPLY CHAIN OPERATIONS REFERENCE) MODELIDAN FOYDALANISHNING AFZALLIKLARI	116
Yuldashev Abduxakim Abdukarimovich	
ИНСТИТУЦИОНАЛЬНО-ПРАВОВЫЕ МЕХАНИЗМЫ ПРИЗНАНИЯ РЕЗУЛЬТАТОВ НЕФОРМАЛЬНОГО И ИНФОРМАЛЬНОГО ОБУЧЕНИЯ В УЗБЕКИСТАНЕ.....	122
Анвар Аллабергенов	
RAQAMLI MOLIYAVIY XIZMATLARNING YASHIL INNOVATSIYALARNI RIVOJLANTIRISHDAGI ROLI.....	128
Allanazarova B.K.	
BIOIQTISODIYOT-BARQAROR RIVOJLANISHNING STRATEGIK YO'NALISHLARIDAN BIRI.....	135
Azimova Muxlisa Alisherbekovna	
KICHIK BIZNES TIZIMINING SINERGETIKEKONOMETRIK MODELINI ISHLAB CHIQUISH VA UNING PARAMETRLARINI BAHOLASH.....	139
Atamuratova Gulrux Muzafarovna	
RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA SUG'URTA BOZORINING O'ZIGA XOS XUSUSIYATLARI	145
Xoltoyev Mirusmon Mirxamit o'g'li	
KIMYO SANOATI KORXONALARINING DIVERSIFIKATSIYALASHUV DARAJASINI NORMALLASHTIRILGAN ENTROPIYA INDEKSI ASOSIDA BAHOLASH.....	149
Razikov Otabek Rustamovich	
O'ZBEKISTONDA TURIZM INFRATUZILMASINI RIVOJLANTIRISH IMKONIYATLARI VA YO'NALISHLARI.....	157
Matkabalova Dilorom Xalilullayevna	
MINTAQA RAQOBATBARDOSHLIGIGA TA'SIR ETUVCHI ASOSIY KO'RSATKICHLARNI TAHLIL QILISH VA BAHOLASH. (Xorazm viloyati misolida)	165
Bekjanov Dilmurod Yuldashevich	
Narmetova Dilafruz Azamatovna	
СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ НЕФТЕГАЗОВОЙ ОТРАСЛИ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН И ОЦЕНКА ЭФФЕКТИВНОСТИ ВНЕДРЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ НА ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЯХ.....	170
Ахмедова Шахноза Козим кизи	
KREDITLASH VA MIKROQARZ TIZIMINING RIVOJLANISH TENDENSIYALARI TAHLILI	175
Elbekov Jasur Ergash o'g'li	
O'ZBEKISTONDA AHOLINING UZOQ MUDDATLI FOYDALANILADIGAN TOVARLAR BILAN TA'MINLANISH DARAJASINI MODELASHTIRISH VA PROGNOZLASH.....	181
Sharipova Bibijon Baxtiyorovna	



ВНЕДРЕНИЕ ЦВЕТОВОЙ СИСТЕМЫ ПАКЕТОВ ДЛЯ РАЗДЕЛЬНОГО СБОРА ТВЁРДЫХ БЫТОВЫХ ОТХОДОВ В Г. ТАШКЕНТЕ: АДАПТАЦИЯ КОРЕЙСКОЙ МОДЕЛИ НА УРОВНЕ ДОМОХОЗЯЙСТВ	189
Джусупов Кубанычбек	
ATMOSFERA HAVOSINI MUHOFAZA QILISHNING HUQUQIY MEKANIZMLARI: ZAMONAVIY YONDASHUV VA INNOVATSION YECHIMLAR.....	196
Shamuratov Shahzod Janibek o'g'li	
SHAHARSOZLIKDA BARQAROR RIVOJLANISH KONSEPSIYASINI JORIY ETISH	200
Eshov Sherko'zi Asatulloevich	
THE ROLE OF TAXES IN THE FORMATION OF LOCAL BUDGET REVENUES	205
Kimsanbaeva Maftuna Bakhodirovna	
DETERMINANTS OF STAKEHOLDER SATISFACTION WITH CUSTOMS CLEARANCE IN UZBEKISTAN: AN EMPIRICAL ANALYSIS	209
Khanifakhon Solikhova	
BANDLIKNI TA'MINLASHNING INNOVATSION YO'NALISHLARI (Xorazm viloyati misolida).....	213
Z. Sh. Matniyozova	
JIZZAX VILOYATI QURILISH MATERIALLARI SANOATIDA IQTISODIY SAMARADORLIKKA TA'SIR ETUVCHI OMILLARNI VAHOLASH VA ISHLAB CHIQRISH HAJMINI PROGNOZLASH	218
Umirova Gulmira Shodiboy qizi	
ИННОВАЦИОННЫЕ АСПЕКТЫ РАЗВИТИЯ НИЗКОУГЛЕРОДНОЙ ЭНЕРГЕТИКИ В ЭКОНОМИКЕ УЗБЕКИСТАНА.....	224
Расулкулов Жамшидбек Акрамулович	
KORPORATIV BARQARORLIKNI RIVOJLANTIRISHDA EKOLOGIK JAVOBGARLIKNING O'RNI VA AHAMIYATI.....	233
Komilova Guli Bagandik qizi	
THE ROLE OF DIGITAL INFRASTRUCTURE IN PROMOTING GREEN ECONOMIC GROWTH: EVIDENCE FROM CENTRAL ASIAN ECONOMIES.....	238
Eshboyev Mirjalol Baxrom o'g'li	
Ozatbekova Ozodaxon Nodirbek qizi	
ПОСЛЕДОВАТЕЛЬНОЕ ИНТЕРВАЛЬНОЕ ОЦЕНИВАНИЕ СРЕДНЕГО ЗНАЧЕНИЯ РАСПРЕДЕЛЕНИЯ, ПРИТЯГИВАЮЩЕГОСЯ К УСТОЙЧИВОМУ РАСПРЕДЕЛЕНИЮ.....	250
Турсунов Гафур Таирович	
TIJORAT BANKLARI MOLIVAYIY HISOBOTI MUSTAQIL AUDITINING MOHIYATI VA O'ZIGA XOS XUSUSIYATLARI: BANK FAOLIYATIGA XOS RISK OMILLARINI TASNIFLASH.....	259
Ibragimov Nodirbek Bahodir o'g'li	
ДЕМОКРАТИК TANLOV VA PROGRESSIV SOLIQQA TORTISHNING BARQARORLIGI	266
Malika Sharipova Maxmudjon qizi	
O'ZBEKISTON SHAROITIDA YASHIL ENERGETIKA MANBALARINI UTILIZATSIYA QILISHNING HUQUQIY ASOSLARI.....	273
Ibadov Shoxrux Axmatilloevich	
EKONOMETRIK MODELASHTIRISH ASOSIDA TEMIR YO'L TRANSPORTI IQTISODIY FAOLIYATINI PROGNOZLASH: 2030-YILGACHA SSENARIY TAHLILI.....	277
Fayzullayev Javlonbek Sultonovich	
TO'QIMACHILIK MAHSULOTLARI KORXONALARINING EKSPORT SALOHİYATINI OSHIRISHDA MARKETING DASTURINING O'RNI.....	283
Musayeva Shoira Azimovna	



TO'QIMACHILIK MAHSULOTLARI KORXONALARINING EKSPORT SALOHİYATINI OSHIRISHDA MARKETING DASTURINING O'RNI

Musayeva Shoira Azimovna
Samarqand iqtisodiyot va servis instituti professori
E-mail: musaeva_shoira@mail.ru
ORCID: 0009-0000-9577-6976

Annotatsiya: Mazkur maqolada yengil sanoat tarmog'iga investitsiyalarni jalb qilishni amalga oshirish, ulkan xomashyo boyliklari, yuqori sifatli paxta tolasining mavjudligi, energiya tarmog'i narxining pastligi, malakali va nisbatan qimmat bo'lmagan mehnat resurslarining mavjudligi, kommunikatsiyaning rivojlangan tarmog'i, marketing dasturini amalga oshirish ko'rib chiqilgan.

Kalit so'zlar: korxonalar, mahsulot, strategiya, innovatsiya, eksport, omil, bozor, segment.

Abstract: This article considers the implementation of attracting investments in the light industry sector, the availability of huge raw material resources, high-quality cotton fiber, low energy costs, the availability of qualified and relatively inexpensive labor resources, a developed communication network, and the implementation of a marketing program.

Keywords: enterprise, product, strategy, innovation, export, factor, market, segment.

Аннотация: В статье рассматриваются вопросы привлечения инвестиций в сектор лёгкой промышленности с учётом наличия значительных сырьевых ресурсов, высококачественного хлопкового волокна, низких затрат на энергоносители, квалифицированной и относительно недорогой рабочей силы, развитой сети коммуникаций, а также реализации маркетинговой программы.

Ключевые слова: предприятие, продукция, стратегия, инновации, экспорт, фактор, рынок, сегмент.

KIRISH

Yengil sanoat mahsulotlari bozorini innovatsion rivojlantirish strategiyasi tikuvchilik mahsulotlari bozorining talab va taklifi hamda imkoniyatlarini shakllantirish, ichki va tashqi bozorni o'rganish, axborot-reklama tizimini shakllantirish asosida tarmoqning eksport salohiyatini iqtisodiy baholash imkonini beradi. Fikrimizcha, tarmoq mahsulotlariga bo'lgan talab va taklifni prognozlash, tabiiy to'lalarni qayta ishlash hajmini ko'paytirish, innovatsiyalar asosida to'qimalarning yangi turlarini tayyorlash, yangi ishlab chiqarish texnologiyalarini mahalliy xomashyolarga moslashtirish asosida shakllantirish tikuvchilik mahsulotlari bozorini rivojlantirish strategiyasining asosiy yo'nalishlaridan bo'lishi lozim. Ushbu strategiyani amalga oshirishda yuqori malakali kadrlar tayyorlash, ularning doimiy ravishda malakasini oshirish va qayta tayyorlash alohida ahamiyatga ega. Boisi, g'oyalar qanchalik yaxshi bo'lmasin, eng yaxshi texnika-texnologiyalar mavjud bo'lmasin, malakali xodimlarsiz yuqori natijalarga erishib bo'lmaydi.

MAVZUGA OID ADABIYOTLAR SHARHI

Xorijiy tajribalarga tayanib shuni ta'kidlash lozimki, korxonaning bozordagi raqobatbardoshligi uning bozorga yo'naltirilgan siyosatining samaradorligi bilan belgilanadi. Marketing tamoyillarini rivojlantirish va ularni



amalda qo'llash bo'yicha ko'plab iqtisodchi olimlar shug'ullanib kelgan. Ular qatoriga F. Kotler, M. Porter, D. Evans, I. Ansoff, M. Berman, M. Golubkov, P. Samuelson, D. Marshall kabi taniqli olimlarni kiritishimiz mumkin.

Mamlakatimizda qator yillar davomida marketing sohasida olib borilgan izlanishlar milliy xususiyatlardan kelib chiqqan holda marketing nazariyasini rivojlantirishga katta hissa qo'shgan olimlarni ham e'tirof etish lozim. Bularga R. Ibragimov, Yo. Abdullayev, A. Saliyev, M. Sharifxo'jayev, D. Rahimova, D. Ergashxodjayeva, Sh. Musayeva va boshqalarni kiritish mumkin.

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Tadqiqotda tizimli yondashuv, marketing tahlili, taqqoslash va raqamli ko'rsatkichlarni baholash usullari qo'llanilgan. Ijtimoiy media platformalaridagi ma'lumotlarni yig'ish va tahlil qilish uchun ommaviy kuzatuv usullaridan foydalanilgan.

TAHLIL VA NATIJALAR

Respublikamiz yengil sanoatini innovatsion rivojlantirishda marketing tadqiqotlarini amalga oshirish katta ahamiyatga ega. Bunday tadbirlarni o'tkazish orqali xalqaro bozorni tahlil qilish, mahsulotni sotish bozorlarini tadqiq etish, marketing operatsiyalarini o'rganish, axborot to'plash va qayta ishlash, marketing kompleksini tadqiq qilish, raqobatchilarni o'rganish, ilg'or tajribalar bilan qiyosiy tahlil, talablar va sotishni bashorat qilish ishlarini amalga oshirish mumkin.

Marketing tadqiqotlarining tahliliy funksiyasida tashqi muhit omillari, bozor, uning elementlari va holati, iste'molchilar, bozor, tovar va tovarning tuzilishi, shuningdek, firmaning ichki muhiti tahlil qilinadi. Bunda firma rahbariyati tomonidan nazorat qilinadigan omillar — texnologik jarayon, moliya ahvoli, tashkiliy tuzilishi, bozorni tanlash va boshqalar hisobga olinadi. Tashqi muhit omillariga iste'molchilar, raqobat, tartibga soluvchi organlar, iqtisodiyot, texnologiya, mustaqil ommaviy axborot vositalari kabi nazorat qilinmaydigan omillar kiradi.

Bozor iqtisodiyotida to'qimachilik sanoatida markazlashgan rejalashtirish organlarining kamayishi, tarmoqlangan va murakkab aloqalarni shakllantirishda hamda qo'llab-quvvatlashda mustaqil harakatlanishni talab qiladi. Shunga ko'ra, to'qimachilik sanoatini rivojlantirishning samarali rejalarini ishlab chiqish uchun bozor segmentatsiyasining usullarini ishlatish zarur.

Bozor segmentatsiyasi — bu to'qimachilik sanoati mahsuloti iste'molchilarining va sotuvchilarining bozorda o'zining talablari va reaksiyasi bilan ajralib turadigan tomonlari bo'yicha segmentlarga taqsimlash jarayonidir. Savdo-sotiq sohasida marketing konsepsiyasi sotuvchilar mahsulotni har xil ishlatishidan va uni har xil motivatsiyalardan kelib chiqqan holda sotib olishidan kelib chiqadi. To'qimachilik sanoati ishlab chiqarish va savdo-sotiq faoliyatining aniq iste'molchilarning talablariga maksimal darajada moslashishiga o'tish zarur. Iste'molchilar bozori segmentatsiyasining asosiy maqsadi barcha iste'molchilarni imkoni boricha bir turdagi mahsulot ishlab chiqarishga guruhlash kerak.

Iste'molchilar bozorining segmenti bir qator talablarga javob berishi kerak:

Har bir segment aniq tasvirlangan bo'lishi kerak.

Har bir segmentda iste'molchilarning o'ziga xos talablarni aniqlab olish zarur.

Iste'molchilarning o'ziga xos xususiyatlarini aniqlash zarur.

Iste'molchilarning belgilab qo'yilgan segmenti ishlab chiqarilgan mahsulot iste'molchilar talabini qondirish uchun ketgan xarajatlarni qoplash maqsadida yetarli darajada katta bo'lishi kerak.

Segment korxonalar ishlab chiqarayotgan mahsulotni sotishi uchun mos kelishi kerak.

Fikrimizcha, yengil sanoat mahsulotlari bozorini innovatsion rivojlantirish strategiyasining asosiy yo'nalishlari quyidagilardan iborat bo'lishi kerak:

Yengil sanoat mashinasozligini shakllantirish va rivojlantirish; amaldagi korxonalar qayta jihozlash va modernizatsiyalash; yuqori texnologiyali yangi korxonalar tashkil etish.

Yengil sanoat mahsulotlari bozorining talab va taklif hamda imkoniyatlarini shakllantirish, ichki va tashqi bozorni o'rganish, axborot-reklama tizimini shakllantirish, eksport salohiyatini iqtisodiy baholash, tarmoq mahsulotlariga bo'lgan talab va taklifni prognozlash.

Tabiiy tolalarni qayta ishlashni ko'paytirish, innovatsiyalar asosida tolalarning yangi turlarini tayyorlash, yangi ishlab chiqarish texnologiyalarini mahalliy xomashyolarga moslashtirish asosida shakllantirish.



Yuqori malakali kadrlar tayyorlash, doimiy ravishda malaka oshirish va ularni qayta tayyorlash, tarmoq korxonalarini kengaytirish va yangidan shakllantirish asosida yangi ish o'rinlarini yaratish.

Marketing tadqiqotlarining yalpi marketing faoliyatini tashkil etish, uni boshqarish, rejalashtirish va nazorat etishda muhim ahamiyatga ega bo'lishi zamonaviy marketing nazariyasining asosiy xususiyatlaridan biri sifatida namoyon bo'ladi. Marketing tadqiqotlarining yuqori darajada tashkil etilishi ularning ko'lami, tahliliy va qayta ishlash jarayonlarida foydalaniladigan uslublar yig'indisi, bevosita korxonalar va tashkilotlarning marketing strategiyasini belgilash hamda amalga oshirishda dastlabki bosqich, ya'ni "tayanch nuqta" hisoblanadi. Iste'mol bozori tobora yangi tovar va xizmatlar bilan boyib borayotgan bugungi sharoitda yangi imkoniyatlarni aniqlash va ulardan oqilona foydalanishda marketing tadqiqotlarining ahamiyati kun sayin ortib bormoqda.

Iste'molchi-xaridorlar jamiyatda ishlab chiqarilgan tovarlar va resurslarning barcha turlarini xarid qilishlari mumkin. Binobarin, ijtimoiy mahsulotning umumiy hajmi, shu jumladan, ishlab chiqarish vositalarini tayyorlash marketingning asosiy aniqlovchi omili hisoblanadi.

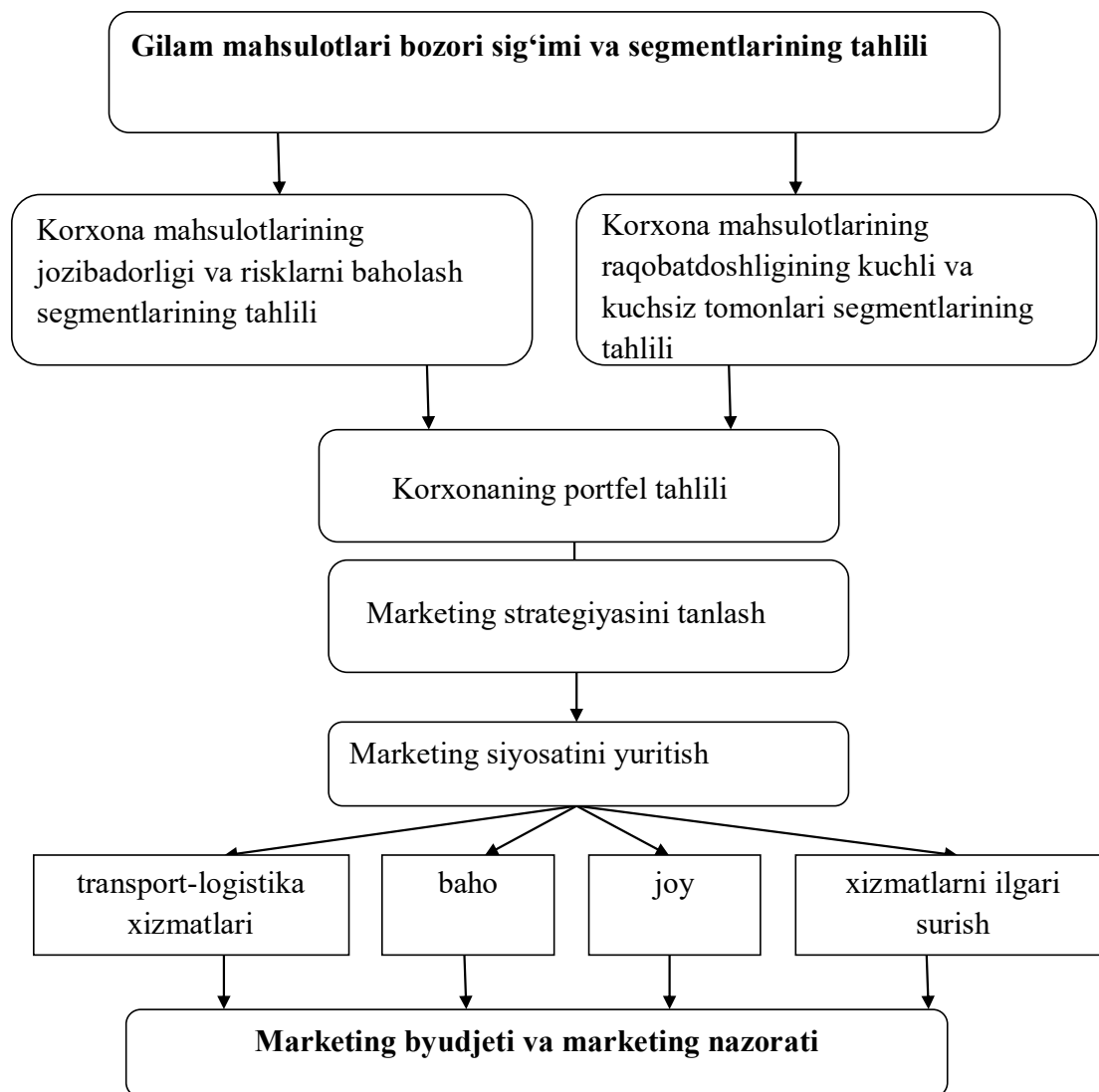
O'zbekiston yengil sanoatini innovatsion rivojlantirishda marketing tadqiqotlarini beshta yirik yo'nalish bo'yicha amalga oshirish mumkin:

- birinchidan, reklamani tashkil etish tadqiqotlarini amalga oshirish orqali, ya'ni xaridorlarda ijobiy munosabat shakllantirish, reklama testlari, reklama turlari va ularning qiyosiy samaradorligini oshirish;
- ikkinchidan, strategik rejalashtirish va tashkilot siyosati orqali, ya'ni qisqa va uzoq muddatli bashoratlar qilish, korxonalar natijalari va bozor imkoniyatlarining tahlili, yangi diversifikatsion rivojlanish imkoniyatlari, operativ yalpi va tashkilot ichki muhitining tahlili, shuningdek, eksport bozori kuzatuvlarini amalga oshirish;
- uchinchidan, tashkilot mas'uliyati bo'yicha izlanishlar olib borish orqali, ya'ni xaridorlarni shakllantirish va tabiat atrof-muhit himoyasi bo'yicha tashkilotning ijtimoiy mas'uliyatini oshirish;
- to'rtinchidan, bozorni tahlil qilish, ya'ni yangi tovarlarga xaridorlarning munosabati, yangi tovarlar salohiyati va imkoniyatlari, yangi tovarlarni sinash, tovarlarni qadoqlash muammolari va uni tekshirish bo'yicha ishlarni amalga oshirish;
- beshinchidan, sotish imkoniyatlarini tadqiq etish, marketing izlanishlarini olib borish, ya'ni salohiyatli yoki imkoniyatli bozorlarni aniqlash, bozor tarkibi, sotuv hajmi o'zgarishlarini tahlil qilish, sinov marketingini o'tkazish, sotishni rag'batlantirish tartibini o'rganish ishlari orqali olib borish.

Albatta, bunda har bir tashkilot o'zining imkoniyatlari va belgilangan maqsadlariga ko'ra, u yoki bu yo'nalishda yoki sohaga oid marketing tadqiqotlarini amalga oshiradi. Bunda tashkilotning ma'lum muddatga belgilangan strategiyasi, talab etilayotgan taktik harakatlari inobatga olinadi. Korxonaning maqsadi, odatda, moliyaviy ko'rsatkichlar ko'rinishida namoyon etiladi va bu ko'rsatkichlar ma'lum muddat mobaynida, masalan, bir yil, ikki yil va besh yil muddat ichida korxonaning nimaga erishmoqchiligi haqida tasavvur hosil qiladi.

Fikrimizcha, yengil sanoat tarmog'iga investitsiyalarni jalb qilishni amalga oshirish uchun iqtisodiy xarakterdagi boshqa rag'batlantiruvchi omillar ham mavjuddir. Bular, avvalo: ulkan xomashyo boyliklarining, asosan, yuqori sifatli paxta tolasining mavjudligi; energiya tarmog'i narxining pastligi; malakali va nisbatan qimmat bo'lmagan mehnat resurslarining mavjudligi; kommunikatsiyaning rivojlangan tarmog'i; xizmatlarning bank va huquqiy tarmoqlari; mintaqadagi tayyor to'qimachilik mahsulotlarini (Markaziy Osiyo mamlakatlarining aholisi 55 mln kishidan ortiq) va Yevropa Ittifoqi mamlakatlarida kalava va yarimfabrikatlarni sotuvchi yetarli darajada foydalanilmagan salohiyatga ega bozorlarning mavjudligi kabilardir.

Kompaniya maqsadlarini belgilashda turli xil omillar, xususan, aksiyadorlarning niyatlari, raqobat, kompaniyaning kuchli va kuchsiz tomonlari, resurslar va hokazolarni hisobga olish taqozo qilinadi. "Mavjud bo'lgan resurslardan foydalangan holda va mavjud bozorlarda faoliyat ko'rsatish orqali kompaniya o'z maqsadlariga erisha oladimi?" degan savolga javob topish uchun maxsus tahlil o'tkazish kerak bo'ladi. Bunday tahlil asosida har bir bo'limning maqsad va vazifalari aniqlashtirib olinadi. Ishlab chiqarish imkoniyatlarini hisobga olgan holda moliyaviy ahvol, xodimlarga nisbatan o'rnatilgan siyosat, tovarlarni tarqatish kanallarini tahlil qilish lozim. Alohida soha tahlil qilinar ekan, har bir bo'lim uchun kirim va chiqimlarning taxminiy qiymatlari ko'rsatilgan va aniq maqsadlarga qaratilgan rejalar ishlab chiqilishi kerak, bunda keyingi yil uchun belgilangan tadbirlar aniq va lo'nda qilib rejalashtiriladi.



1-rasm. To'qimachilik korxonalarining marketing faoliyati sxemasi¹.

Marketingda rejalashtirish jarayoni tashqi omillarni tahlil qilish bilan birga, korxonani o'rganish, ya'ni ichki tahlilni o'tkazishni ham talab qiladi. Korxonani o'rganish orqali savdo-sotiq bilan shug'ullanuvchi menejerlarning tayyorlov darajasi talabga javob beradimi yoki yo'qmi, asbob-uskunalarining holati qay darajada, tovarlarimizning sifati raqobatchilarnikiga nisbatan qoniqarlimi, degan savollarga javob berishi kerak.

Marketing dasturini amalga oshira borib, budjetni aniqlash orqali quyidagilarni ko'rib o'tish zarur:

– ushbu dasturda ko'rilayotgan barcha marketing chora-tadbirlarini amalga oshirish uchun umumiy xarajatlar hajmi;

- marketing tadqiqotlari xarajatlari;
- bozorning kelgusidagi bashoratini tuzish xarajatlari;
- firmaning shaxsiy ishlab chiqarish-sotish imkoniyatlarini o'rganish uchun xarajatlar;
- marketing dasturini tuzish uchun xarajatlar;
- kompaniyaning marketing bo'limi xodimlari ish haqi uchun xarajatlar;
- maxsus marketing va reklama tashkilotlari xizmatlari uchun haq to'lash xarajatlari;
- savdo vositachilari xizmatlariga haq to'lash xarajatlari;
- ushbu marketing dasturining avvaldan va yakuniy samaradorligini baholash uchun xarajatlar;
- marketing dasturini olib borishda nazoratni amalga oshirish uchun xarajatlar va monitoring;
- marketing dasturini amalga oshirish davrida joriy o'zgartirishlarni kiritish uchun xarajatlar va hokazolar.

¹ Manba: muallif tomonidan marketing faoliyati bo'yicha ilmiy-uslubiy yondashuvlar asosida tuzilgan.



Marketing siyosatida marketing kompleksi muhim o'rin egallaydi. Bugungi kunda Djon Baller yangi kengaytirilgan marketing kompleksini taklif etib, u korporativ marketing kompleksi deb ataladi. "10R" modeli quyidagi elementlarni o'z ichiga oladi:

- philosophy – tashkiliy falsafasi-g'oyasi;
- personality – zaruriy korxonalar falsafasini qo'llab-quvvatlovchi kadrlar;
- people – insonlar;
- products – tovarlar;
- prices – narxlar;
- place – joylashuv;
- promotion – siljitish;
- performance – korxonalar faoliyatini baholash-bajarish;
- perception – idrok;
- positioning – pozitsiyalashtirish.

Marketing kompleksi keng qo'llanadigan shaklda 4 ta marketing submikslarini o'z ichiga oladi. Bular quyidagilar: tovar miksi, shartnoma miksi, kommunikativ miksi, taqsimot miksi. Tovar miksi tovar siyosatini shakllantiradi, tovar bilan bog'liq bo'lgan chora-tadbirlarni o'z ichiga oladi. Bu chora-tadbirlar: dizayn, uning bezatilishi, mahsulot sifati, o'rovi, xaridorlarga xizmat ko'rsatish, kafolat xizmati siyosati, tovar diversifikatsiyasi, assortiment siyosati va hokazo.

Shartnoma siyosati tovarni oldi-sotdi akti shartlari kelishuvini va bitim ko'rinishida ularni rasmiylashtirishni amalga oshiradi. Bunday chora-tadbirlarga narx siyosati, ustama va chegirma tizimi, tovar yetkazib berish va uni to'lov shartlari, shuningdek, kredit siyosati kiradi.

Taqsimot siyosati tovarni tayyorlanish joyidan oluvchiga yetkazib berishni amalga oshiradi. Bu siyosat sotish kanalini asoslash va tahlil qilish, marketing-logistika, savdo siyosati, sotish vositalari siyosati, ishlab chiqarish kuchlarini joylashtirish siyosati, iste'molchilar va bozorlarning joylashuvi siyosati, yetkazib berish siyosati, tayyor mahsulotlarni omborlarga joylashtirish siyosati va boshqalarni o'z ichiga oladi.

O'zbekistonda eksport salohiyatini oshirish va eksportyor korxonalarini qo'llab-quvvatlashga qaratilgan tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlar bosqichma-bosqich rivojlantirilmoqda.

Eksport salohiyatini mustahkamlashda iqtisodiy rag'batlantirish mexanizmlarini takomillashtirish va eksport faoliyatini institutsional qo'llab-quvvatlash muhim omillardan biri hisoblanadi.

Eksportyor korxonalar faoliyatini qo'llab-quvvatlashda soliq, moliyaviy va tashkiliy rag'batlantirish mexanizmlaridan foydalanish muhim ahamiyatga ega.

Eksportyor korxonalar faoliyatini qo'llab-quvvatlashda soliq, moliyaviy va tashkiliy rag'batlantirish mexanizmlaridan foydalanish muhim ahamiyatga ega. Amaldagi tartibga ko'ra, eksport operatsiyalari bo'yicha ayrim soliq yengilliklari va qo'llab-quvvatlash mexanizmlari belgilangan bo'lib, ularning qo'llanishi mahsulot turi, eksport shartlari va amaldagi soliq qonunchiligi talablariga bog'liq. Shu sababli, to'qimachilik korxonalarining tashqi bozorlarga chiqishida marketing dasturi bilan bir qatorda moliyaviy rag'batlantirish va eksport infratuzilmasidan samarali foydalanish ham muhim omil hisoblanadi.

Mahsulotni eksport qilishda qo'shimcha qiymat solig'i eng past stavkada olinadi. Eksport qilinadigan mahsulotlarni ishlab chiqarish uchun zarur bo'lgan moddiy-texnikaviy resurslarga qo'shimcha qiymat solig'i to'lash 90 kungacha foizlarsiz kechiktirib to'lanishi mumkin.

Milliy eksportyorlarni kredit-moliyaviy qo'llab-quvvatlashni amaliyotga joriy etish quyidagi yo'nalishlarda amalga oshirilmoqda:

- eksport operatsiyalarini moliyalashtiradigan tijorat banklari rag'batlantirishning xalqaro amaliyotda qabul qilingan samarali shart-sharoitlarini yaratish;
- milliy eksportyorlarni hamda eksportni moliyalashtirayotgan tijorat banklarini ijtimoiy himoyalashning mavjud mexanizmini takomillashtirish;
- investitsiyalarni sug'urtalashni ta'minlash;
- mahsulot eksporti jarayonida e'tibor talab etadigan muhim jihatlardan biri ishlab chiqarilayotgan mahsulotlarning sertifikatlash va standartlashtirish bo'yicha xalqaro talablar bilan uyg'unligini ta'minlash zaruratidir.

Milliy eksport siyosati samaradorligining ikkinchi sharti mamlakatimizning eksport salohiyatini oshirishga imkon beradigan quyidagi shartlarni bajarishdan iboratdir:

- milliy kadrlarni tayyorlash va qayta tayyorlash;



- marketing tadqiqotlarining yangi tovar bozorlarini aniqlashga va o'zlashtirishga imkon beradigan optimal va samarali shartlarini ishlab chiqish va tatbiq etish;
- tashqi savdo infratuzilmasini rivojlantirish yo'li bilan eksportni faol jadallashtirish;
- rivojlangan davlatlar eksport siyosati taktikasi va strategiyasining ilg'or metodlarini joriy etish;
- mamlakat eksport faoliyatining asosiy yo'nalishlari bo'yicha tovar bozorlari parametrlarining holati va dinamikasini qisqa muddatli va uzoq muddatli istiqbollarni belgilash, modellashtirish tizimini ishlab chiqish;
- ichki transport infratuzilmasi samaradorligini oshirish va eksport-import yuklarini diversifikatsiyalash maqsadida yangi transport koridorlarini o'zlashtirish strategiyasini ishlab chiqish;
- eksport-import yuklarini transportirovka qilish tannarxini infratuzilmani rivojlantirish va omborlashtirish tizimini yaratish hamda yuklarga respublika hududida va asosiy xalqaro dengiz portlarida ishlov berish yo'li bilan pasaytirish;
- chet mamlakatlar bilan savdo, investitsiyalar, yangi transport koridorlarini o'zlashtirish, yuklarni tranzit qilish bo'yicha hamkorlikning shartnoma-huquqiy bazasini rivojlantirishni takomillashtirish.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Xulosa qilganimizda, marketing dasturini asosan tashqi bozorlarga yo'naltirish zarur deb hisoblaymiz. Bunda xorijiy bozorlarni o'rganish, tarqatish kanallarini shakllantirish, tovarni shu bozorlarga moslashtirish bo'yicha faoliyatni jadallashtirishni taklif qilamiz. To'qimachilik sanoatining o'ziga xosligi shundaki, unda qiymatni shakllantirish zanjiri uzun bo'lib, bir qancha tashkilotlarning birgalikda faoliyat ko'rsatishi lozim bo'ladi. Bundan tashqari, tashqi bozorga chiqish ham kuchlarni birlashtirishni talab qiladi. Shu sababli, fikrimizcha, marketing dasturini shakllantirishda klaster tizimi tamoyillaridan keng foydalanishni taklif qilamiz. Bunda xomashyo yetkazuvchilar, logistik tizimlar, eksport-import tashkilotlari va boshqalarning tizimli ravishda ishlashi yo'lga qo'yiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 2021-yil 29-martdagi 166-son "2021–2025-yillarda davlat ishtirokidagi korxonalarni boshqarish va isloh qilish strategiyasini tasdiqlash to'g'risida"gi qarori. // Qonunchilik ma'lumotlari milliy bazasi. URL: <https://lex.uz/uz/docs/-5348948>
2. Musayeva, S., Usmanov, F. Ways to develop marketing activities in tourist organizations. // Science and Innovation. 2022. Vol. 1, Issue A5. P. 84–88.
3. Azimovna, M. S., Ilkhomovna, U. D., Shokhrukhovich, U. F. The role of marketing in increasing the economic efficiency of service enterprises. // Web of Scientist: International Scientific Research Journal. 2022. Vol. 3, Issue 2. P. 683–686.
4. Azimovna, M. S., Ilkhomovna, U. D., Shokhrukhovich, U. F. The concept of a correct marketing policy in trade and service enterprises. // Web of Scientist: International Scientific Research Journal. 2022. Vol. 3, Issue 2.
5. Musayeva, S. Studying the organization of advertising activities of goods at "Samarkand Tea Packaging Factory" JSC. // Science and Innovation. 2022. Vol. 1, Issue A6. P. 185–192.
6. Musayeva, S. Prospects for the development of "Stekloplastik" LLC activity in the conditions of the market economy. // Science and Innovation. 2022. Vol. 1, Issue A6. P. 539–546.
7. 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.
8. Musayeva, Sh. A. Marketing tadqiqotlari. Darslik. Samarqand: "STAR-SEL" MChJ nashriyot va ijodiy bo'limi, 2023.
9. 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. № 6/6

© 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>