

YASHIL

IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

GREEN ECONOMY AND DEVELOPMENT

Social, Economic, Technological, Scientific and Popular Science Journal

2026-YIL / SENTABR /
9-SON, I-QISM

Google
scholar

RePEc
RESEARCH PAPERS
IN ECONOMICS



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, sentabr.
I-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 Shoiraz Azimovna, 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
Buzrukhonov 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
Golischeva Yelena Vyacheslavovna, Iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent.
Abdukarimova Dinara Rustamxanovna, 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 Kongirاتبay 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 Piriyea 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.
Abdulkarimova 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 Bekdavat 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 Bekdavat 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

AKSIYADORLIK JAMIYATLARIDA INVESTITSION FAOLIYATNI RAG'BATLANTIRISH VA BAHOLASHNING XORIJIY TAJRIBASI	34
Aytmuratova Ulbike Jalgasovna	
BREND POZITSİYALASH STRATEGIYASINI ISHLAB CHIQISHDA BOZOR TADQIQOTLARI METODIKASI	41
Jumayeva Zulfiya Qayumovna	
GLOBAL MOLIYAVIY BEQARORLIKNING O'ZBEKISTON MILLIY VALYUTASI BARQARORLIGIGA TA'SIRI	46
Davlatova Nilufar Avazovna	
KAMBAG'ALLIKNI QISQARTIRISHNING MAKROIQTISODIY SAMARADORLIGI: MANZILLI SAMARADORLIK INDEKSI (MSI) ASOSIDA BANDLIK DASTURLARINI BAHOLASH (O'ZBEKISTON MISOLIDA)	50
Eshmurodov Adhamjon Rahmonjonovich	
АНАЛИЗ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ ООО «SAM PULSAR DISTRIBUTORS»	61
Мусаева Шоира Азимовна	
KICHIK BIZNESDA AYOLLAR TADBIRKORLIGINING O'RNI VA AHAMIYATI	68
Tukhtasinova Intizorkhon Sherzod qizi	
GLOBALLASHUV DAVRIDA JAHON IQTISODIYOTIDAGI O'ZGARISHLARNING YANGI O'ZBEKISTONGA TA'SIRI	73
Jahongir Nurulloevich Jurayev	
YASHIL INNOVATSIYALARNI RIVOJLANTIRISHDA DAVLAT VA XUSUSIY SEKTOR HAMKORLIGI	77
Nasulloeva Oydiyoy Saidovna	
ПРИВЛЕЧЕНИЕ МОЛОДЁЖИ К ЭКСПОРТУ ЦИФРОВЫХ УСЛУГ: МЕХАНИЗМ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ	82
Палвонова Севара Бахромовна	
MINTAQA IQTISODIYOTINI RAQAMLI TRANSFORMATSIYA QILISHDA IT-PARKLARNING NAZARIY VA INSTITUTSIONAL ASOSLARI	94
Sultanova Zuxra Jaksilikovna	
INSON KAPITALINING KORXONALAR RAQOBATBARDOSHLIGINI SHAKLLANTIRISHDAGI ROLI	99
Baymuradov Shoxrux Maxmudovich	
Dilmurodov Komiljon Ahmad o'g'li	
RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA OLIY TA'LIM MUASSASALARIDA ENERGIYA SAMARADORLIGINI MONITORING QILISHNING INTEGRATSIYALASHGAN UZEMS MODELI	103
Bobobekov Ergash Abdumalikovich	
AUDIT JARAYONIDA MOLIYAVIY FIRIBGARLIK BELGILARINI ANIQLASHNING TAHLILIY TARTIB-TAOMILLARINI TAKOMILLASHTIRISH	108
Xusanov Shuxrat Burxanovich	
FROM AUTOMATION TO STANDARDIZATION: OPERATIONS MANAGEMENT CHALLENGES IN UZBEKISTAN'S HOSPITALITY SECTOR	115
Asal Kadirova	
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ СИСТЕМЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ГОСТИНИЧНЫМИ ПРЕДПРИЯТИЯМИ НА ОСНОВЕ ОРГАНИЗАЦИОННО-ЭКОНОМИЧЕСКИХ МЕХАНИЗМОВ В УЗБЕКИСТАНЕ	125
Нигматова Сугдиена Жалолiddин кизи	



SANOAT 4.0 TEXNOLOGIYALARINING RAQAMLI IQTISODIYOT RIVOJLANISHI VA UZOQ MUDDATLI IQTISODIY O'SISHDAGI ROLI	131
Komilova Dilafuz Rustam qizi	
O'ZBEKISTON RESPUBLIKASIDA MAISHIY XIZMAT KO'RSATISH TARMOG'INI RIVOJLANTIRISHNING IJTIMOIIY-IQTISODIY AHAMIYATI	137
Samiyeva Gulnoza Toxirovna	
O'taganov Fazliddin Isroil o'g'li	
ПЕРСПЕКТИВЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ СТРАХОВАНИЯ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ТУРИСТСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ	142
Эргашева Файёза Боходир кизи	
МЕХАНИЗМЫ ГАРМОНИЗАЦИИ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО УЧЕТА И ОТЧЕТНОСТИ В МЕЖДУНАРОДНОЙ ПРАКТИКЕ	146
Жиенбаева Айсанем Оразбаевна	
XORAZM VILOYATIDA SHOLI YETISHTIRISHNING RIVOJLANISH TENDENSIYALARI VA UNING RESPUBLIKA SHOLICHILIGIDAGI O'RNI	154
Matrasulova Feruza Baxodirovna	
YIRIK KORXONALARDA SOLIQ NAZORATINING HUQUQIY ASOSLARI VA HORIIY MAMLAKATLAR TAJRIBASI	159
Qo'shaqov Asrorjon Nematjonovich	
ФОРМИРОВАНИЕ РЕЗУЛЬТАТИВНОЙ СТРУКТУРЫ БЮДЖЕТНЫХ ПРОГРАММ В СФЕРЕ СТРОИТЕЛЬСТВА И ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНОГО ХОЗЯЙСТВА: МЕТОДИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ И ЗАРУБЕЖНЫЙ ОПЫТ	166
Мирзаева Дилдора Иномовна	
O'ZBEKISTON TIJORAT BANKLARIDA KREDIT PORTFELI VA KREDIT RISKLARI HOLATINI BAHOLASH (DAVLAT BANKLARI MISOLIDA)	174
Eshboyev Shahobiddin Anorqul o'g'li	
O'ZBEKISTONDA TADBIRKORLIKNI RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI	183
Aslanova Dilnoza Fatillovna	
RAQAMLI TRANSFORMATSIYA SHAROITIDA TASHKILOT BOSHQARUV TIZIMINI TAKOMILLASHTIRISH: NAZARIY YONDASHUVLAR VA BAHOLASH METODOLOGIYASI	187
Raxmonova Nilufar Umedovna	
HUDUDIIY IQTISODIYOT TARKIBIIY O'ZGARISHLARINI SHAKLLANTIRISHDA SANOATLASHUV, XIZMATLAR SEKTORI VA INVESTITSIYALARNING ROLI	196
Raxmonqulova Nafisa Olimjon qizi	
SOLIQ BAZASI TUSHUNCHASI, UNING MAZMUNI VA IQTISODIY MOHIYATI	201
Gadoyeva Nilufar Erkinovna	
SUN'IY INTELLEKT ASOSIDA KORXONALARNING MOLIVAVIY MENEJMENT TIZIMINI TAKOMILLASHTIRISH	208
Atadjanova Sevinch Qurbonbayevna	
RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA ELEKTRON TIJORAT SUBYEKTLARINI SOLIQA TORTISH MEXANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISH	214
Homidov Baxtiyor Rahimberdievich	
XIZMATLAR SOHASIDA INNOVATSION MARKETINGNI QO'LLASH SAMARADORLIGINI BAHOLASHNING TASHKILIIY-IQTISODIY MEXANIZMINI TAKOMILLASHTIRISH	222
I.R.Sabirjanova	



XIZMATLAR SOHASIDA INNOVATSION MARKETINGNI QO'LLASH SAMARADORLIGINI BAHOLASHNING TASHKILIY-IQTISODIY MEXANIZMINI TAKOMILLASHTIRISH

I.R.Sabirjanova
stajyor o'qituvchi,
Osiyo xalqaro universiteti, Urganch
e-mail: sabirjanovairoda9@gmail.com

Abstract. Due to the fragmented nature of the criteria used to evaluate innovative marketing tools in the services market, there is a growing need for an organizational and economic mechanism that integrates these criteria into a unified system. The aim of this study is to determine the effectiveness of innovative marketing implementation in service-sector entities and to improve the procedures for its evaluation. The mechanism proposed in the study enables the impact of innovative marketing to be measured through integrated indicators, facilitates differentiated territorial monitoring, and provides a more precise basis for managerial decision-making. As a scientific contribution, the study proposes a multi-criteria evaluation framework and a territorially stratified approach.

Keywords: innovative marketing index, analytic hierarchy process, customer satisfaction, organizational and economic mechanism, regional monitoring, service sectors.

Annotatsiya. Xizmatlar bozorida innovatsion marketing vositalarini baholash mezonlarining tarqoq holda shakllanganligi ularni yagona tizimga birlashtiruvchi tashkiliy-iqtisodiy mexanizmga bo'lgan ehtiyojni kuchaytirmoqda. Mazkur tadqiqotning maqsadi xizmat ko'rsatish subyektlarida innovatsion marketingni qo'llash samaradorligini aniqlash hamda uni baholash tartibini takomillashtirishdan iborat. Tadqiqotda taklif etilgan mexanizm innovatsion marketing ta'sirini integrallashgan indikatorlar orqali o'lchash, hududiy monitoringni differensiallashtirish va boshqaruv qarorlarini yanada aniqroq asoslash imkonini beradi. Tadqiqotning ilmiy hissasi sifatida ko'p mezonli baholash tuzilmasi va hududiy qatlamlashgan yondashuv taklif etilgan.

Kalit so'zlar: innovatsion marketing indeksi, analitik ierarxiya jarayoni, mijozlar qoniqishi, tashkiliy-iqtisodiy mexanizm, hududiy monitoring, xizmat ko'rsatish tarmoqlari.

Аннотация. В связи с разрозненностью критериев оценки инновационных маркетинговых инструментов на рынке услуг возрастает необходимость разработки организационно-экономического механизма, обеспечивающего их систематизацию и интеграцию в единую систему. Целью данного исследования является определение эффективности применения инновационного маркетинга субъектами сферы услуг и совершенствование порядка его оценки. Предлагаемый в исследовании механизм позволяет измерять влияние инновационного маркетинга посредством интегрированных индикаторов, дифференцировать территориальный мониторинг и обеспечивать более обоснованное принятие управленческих решений. В качестве научного вклада предложены многокритериальная структура оценки и территориально-стратифицированный подход.

Ключевые слова: индекс инновационного маркетинга, аналитический иерархический процесс, удовлетворенность клиентов, организационно-экономический механизм, региональный мониторинг, секторы услуг.

KIRISH

2019–2023-yillarda 60 ta xizmat ko'rsatish subyekti bo'yicha amalga oshirilgan 300 ta kuzatuv innovatsion marketingni qo'llashning xizmat mahsuldorligi va mijozlar qoniqishi indeksiga ta'sirini aniqlash uchun yetarli empirik asos yaratdi. Xizmatlar sohasida iste'molchi tajribasi davomida qiymat yaratish marketingning markaziy vazifasiga aylangani sababli, samaradorlikni baholash endilikda faqat savdo hajmi bilan cheklanmaydi [1]. Xizmat ko'rsatish zanjiri tahlili va CSI ko'rsatkichlaridan kompleks foydalanish



tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarni aniqlashtirishga xizmat qiladi [2]. Shu nuqtai nazardan, 2019–2023-yillar bo'yicha panel kuzatuvlar innovatsion marketingni qo'llash bilan xizmat ko'rsatish sektori samaradorligi o'rtasidagi bog'liqlikni tekshirish imkonini berdi.

Mavjud tadqiqotlarda xizmat ko'rsatish korxonalarida innovatsion marketing mexanizmlarini baholash ko'proq tavsifiy yondashuv doirasida qolib, panel iqtisodiy modellashirish usullari bilan yetarlicha bog'lanmagan [3]. Xususan, FE/RE modellarini tanlash, IV/GMM asosidagi endogenlikni bartaraf etish strategiyasi hamda robustlik tekshiruvlarini birlashtiruvchi tashkiliy-iqtisodiy mexanizm modeli hali to'liq ishlab chiqilmagan [4]. Tadqiqot obyekti — xizmatlar sohasida faoliyat yurituvchi 60 ta subyekti faoliyati, tadqiqot predmeti esa innovatsion marketingni qo'llash samaradorligini baholashning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmi hisoblanadi.

MAVZUGA OID ADABIYOTLAR SHARHI

Xizmatlar sohasida innovatsion marketingni qo'llash samaradorligini baholashga bag'ishlangan adabiyotlarni ikki asosiy yo'nalishga ajratish mumkin: nazariy modellar va o'lchov tizimlari. Kotler va Keller marketing boshqaruvida mijoz qiymatini markaziy o'ringa qo'yib, samaradorlikni bozor ulushi bilan bog'lagan [1]. Zeithaml va hamkorlari esa xizmat sifati, mijozlar kutishi hamda idrok etilgan qiymatni yagona zanjir doirasida talqin qilgan [2]. Vargo va Lusch xizmatga ustuvor mantiq konsepsiyasini ilgari surib, qiymat yaratish xizmat ko'rsatish jarayonida yuz berishini asoslagan [5]. Rust va Lemon esa marketing qaytimini mijoz kapitali orqali o'lchash mumkinligini ko'rsatgan [6]. Mazkur yondashuvlar innovatsion marketingni qo'llashni faqat reklama faoliyati sifatida emas, balki xizmat mahsuldorligi va mijozlar qoniqishi indeksi bilan bog'langan tashkiliy-iqtisodiy mexanizm sifatida ko'rib chiqish zarurligini ko'rsatadi. Biroq ushbu yondashuvlarda xizmat ko'rsatish tarmoqlari iqtisodiyotida indikatorlarni standartlashtirish masalasi yetarlicha aniq yoritilmagan.

Mijozlar tajribasi va ularni jalb etish masalalariga bag'ishlangan tadqiqotlarda ham metodologik tafovutlar saqlanib qolmoqda. Lemon va Verhoef mijoz sayohati bosqichlarini tahlil qilib, tajribaning uzluksizligini samaradorlikning asosiy omillaridan biri sifatida ajratgan [7]. Homburg, Jozić va Kuehnl esa mijozlar tajribasini boshqarish ichki jarayonlar bilan uyg'unlashgandagina yuqori natija berishini nazariy jihatdan asoslagan [8]. Kumar va hamkorlari xizmat ko'rsatish sohasida mijozlarni jalb etish darajasi daromad oqimiga bevosita ta'sir ko'rsatishini empirik jihatdan isbotlagan [9]. Bolton va hamkorlari esa kichik operatsion tafsilotlar raqobatbardosh bozor sharoitida xizmatlarni farqlovchi muhim strategik omilga aylanishini qayd etgan [10].

Raqamli marketing va mahalliy tadqiqotlarda mavjud metodik tafovutlar yanada yaqqol namoyon bo'ladi. Verhoef, Kannan va Inman omni-kanalli muhitda o'lchov ko'rsatkichlarini integratsiyalash zarurligini ta'kidlagan [11]. Valiev va Roziyev raqamli marketing samaradorligini oshirish yo'llarini ko'rsatgan [12], Adilova va Muxtarov esa innovatsion marketing mexanizmlarini baholashda xizmat ko'rsatish korxonalarining ichki resurslari hal qiluvchi ahamiyatga ega ekanini qayd etgan [3]. Gafurov va Muxtarov mazkur jarayonning tashkiliy-iqtisodiy jihatlarini yoritgan bo'lsa [4], Myrzaxmetov va Sadykov baholash jarayonini natijaviy ko'rsatkichlar bilan bog'lashni taklif etgan [13].

1-jadval. Adabiyotlarda yondashuvlar, indikatorlar va bo'shliqlar

Yondashuv	Asosiy indikator	Metodik bo'shliq
Mijoz qiymati	CSI	Tashkiliy mexanizm ajratilmagan
Tajriba boshqaruvi	SERVQUAL	Sektorlararo taqqoslash yo'q
Innovatsion marketing	Iqtisodiy samaradorlik	Panel baholash yetishmaydi

Manba: muallif tahlili

1-jadval ma'lumotlari shuni ko'rsatadiki, mavjud tadqiqotlarda xizmatlar sohasi uchun alohida samaradorlik indeksi bilan panel ma'lumotlari asosidagi baholash yondashuvi o'zaro integratsiyalashmagan. Shu sababli, keyingi tahlilda Cochran formulasi asosida tanlama hajmini aniqlash hamda samaradorlik indeksining umumiy ko'rinishini shakllantirish metodik tayanch sifatida qabul qilinadi.



TADQIQOT METODOLOGIYASI

2019–2023-yillarda 60 ta xizmat ko'rsatish subyekti bo'yicha shakllantirilgan 300 ta panel kuzatuv innovatsion marketing indeksining samaradorlik ko'rsatkichlari bilan bog'liqligini FE/RE panel modellari asosida aniqlashga xizmat qildi [3]. Ma'lumotlar so'rovnoma natijalari, korxonalar hisobotlari va tarmoq statistikasi asosida shakllantirilib, yagona ma'lumotlar bazasiga birlashtirildi. Mazkur yondashuv xizmat mahsuldorligi va mijozlar qoniqishi indeksini baholashda natijalarning faqat bitta ma'lumot manbasiga bog'lanib qolishining oldini olish imkonini berdi [2].

Panel ma'lumotlar tuzilmasi xizmat ko'rsatish zanjirini tahlil qilishda vaqt bo'yicha kuzatiladigan o'zgarishlarni hisobga olish imkonini berdi. Shu sababli, stasionarlikni tekshirish uchun ADF testi hamda FE va RE modellari o'rtasida tanlovni amalga oshirish uchun Hausman mezonidan foydalanildi [13]. 2-jadvalda keltirilgan o'zgaruvchilar innovatsion marketing, mijozlar qoniqishi indeksi (CSI) hamda tashkiliy-iqtisodiy mexanizmni baholashning yagona konseptual tizimini shakllantiradi.

2-jadval. Tadqiqot o'zgaruvchilari va ularning manbalari

O'zgaruvchi	Turi	O'lchov birligi	Manbasi
Innovatsion marketing indeksi	Mustaqil	ball	So'rovnoma
CSI	Bog'liq	ball	Korxona hisobotlari
Tashkiliy-iqtisodiy mexanizm	Vositachi	ball	Tarmoq statistikasi
Samaradorlik ko'rsatkichi	Bog'liq	foiz	Korxona hisobotlari

Manba: muallif hisoblashlari

2-jadvaldagi tuzilma modelda mustaqil, bog'liq va vositachi o'zgaruvchilarni ajratib berdi, bu esa takomillashtirish yo'nalishlarini empirik sinashni osonlashtirdi.

$$Y_{it} = \beta_0 + \beta_1 IM_{it} + \beta_2 CSI_{it} + \beta_3 TIM_{it} + \mu_i + \lambda_t + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

bunda Y_{it} — samaradorlik ko'rsatkichi; IM_{it} — innovatsion marketing indeksi; CSI_{it} — mijoz qoniqishi indeksi; TIM_{it} — tashkiliy-iqtisodiy mexanizm; μ_i — subyekt ta'siri; λ_t — vaqt ta'siri; ε_{it} — xatolik hadi.

-formulaga ko'ra, fe va re baholari bir xil o'zgaruvchilar to'plamida solishtirildi, iv/gmm esa endogenlikni yumshatish uchun qo'llandi [4]. H1, h2 va h3 gipotezalari innovatsion marketing, csi va tashkiliy-iqtisodiy mexanizmning samaradorlikka yo'nalgan ta'sirini alohida tekshirdi. Robastlik sinovida kichik guruhlar bo'yicha qayta baholash, vaqt qatorlari barqarorligi va alternativ spetsifikatsiya bir-birini to'ldirdi [6]. Shu asosda keyingi empirik baholashda koeffitsientlar, standart xatolar va model mosligi bir xil dizayn mantiqida talqin qilindi. Mazkur maqola matnini tayyorlashda sun'iy intellekt vositalaridan 10 foizgacha foydalanildi.

TAHLIL VA NATIJALAR

3-jadvaldagi tavsifiy ko'rsatkichlar innovatsion marketing indeksi va samaradorlik bahosi bo'yicha 300 ta kuzatuvning tarqalishini ochdi.

3-jadval. Innovatsion marketing indeksi va samaradorlik bahosining tavsifiy statistikasi

Ko'rsatkich	N	Min	Max	M	SD
Innovatsion marketing indeksi	300	0,24	0,89	0,61	0,14
Samaradorlik bahosi	300	0,31	0,93	0,66	0,13
Mijoz qoniqishi indeksi (CSI)	300	0,28	0,91	0,64	0,12
Xizmat mahsuldorligi	300	0,22	0,87	0,58	0,15

Manba: muallif hisob-kitoblari



Jadvaldagi oraliqlar xizmatlar sohasi subyektlarida ko'rsatkichlar bir xil darajada to'planmaganini ko'rsatadi. O'rtacha qiymatlar CSI va samaradorlik bahosida yuqoriroq bo'lib, innovatsion marketing amaliyotining xizmat ko'rsatish zanjiri tahlili bilan uyg'unlashganini raqamlar darajasida belgilaydi. Shu bilan birga, xizmat mahsuldorligi bo'yicha tarqoqlik kattaroq chiqdi, bu hududiy guruhlar kesimidagi farqlarni keyingi jadvalda tekshirish zaruratini kuchaytirdi.

4-jadvaldagi korrelyatsiya matritsasi innovatsion marketing indeksi bilan samaradorlik bahosi o'rtasida ijobiy bog'lanishni qayd etdi.

4-jadval. Asosiy o'zgaruvchilar korrelyatsiya matritsasi

Ko'rsatkich	1	2	3	4
1. Innovatsion marketing indeksi	1,00	0,46**	0,39**	0,34**
2. Samaradorlik bahosi	0,46**	1,00	0,52**	0,41**
3. CSI	0,39**	0,52**	1,00	0,37**
4. Xizmat mahsuldorligi	0,34**	0,41**	0,37**	1,00

Izoh: ** p < 0,05

Manba: muallif hisob-kitoblari.

Bu bog'lanishlar xizmat ko'rsatish sektori samaradorligi va mijoz qoniqishi indeksi bir yo'nalishda harakatlanganini ko'rsatadi. Eng kuchli juftlik CSI va samaradorlik bahosi orasida kuzatildi, bu esa keyingi regressiya bosqichida innovatsion marketingning bevosita hissasini ajratib ko'rishga asos berdi.

$$Y_{it} = \beta_0 + \beta_1 IMI_{it} + \beta_2 CSI_{it} + \beta_3 XP_{it} + \mu_i + \lambda_t + \varepsilon_{it} \quad (2)$$

bunda Y_{it} — samaradorlik bahosi; IMI_{it} — innovatsion marketing indeksi; CSI_{it} — mijoz qoniqishi indeksi; XP_{it} — xizmat mahsuldorligi; μ_i — subyekt ta'siri; λ_t — yil ta'siri; ε_{it} — xatolik hadi.

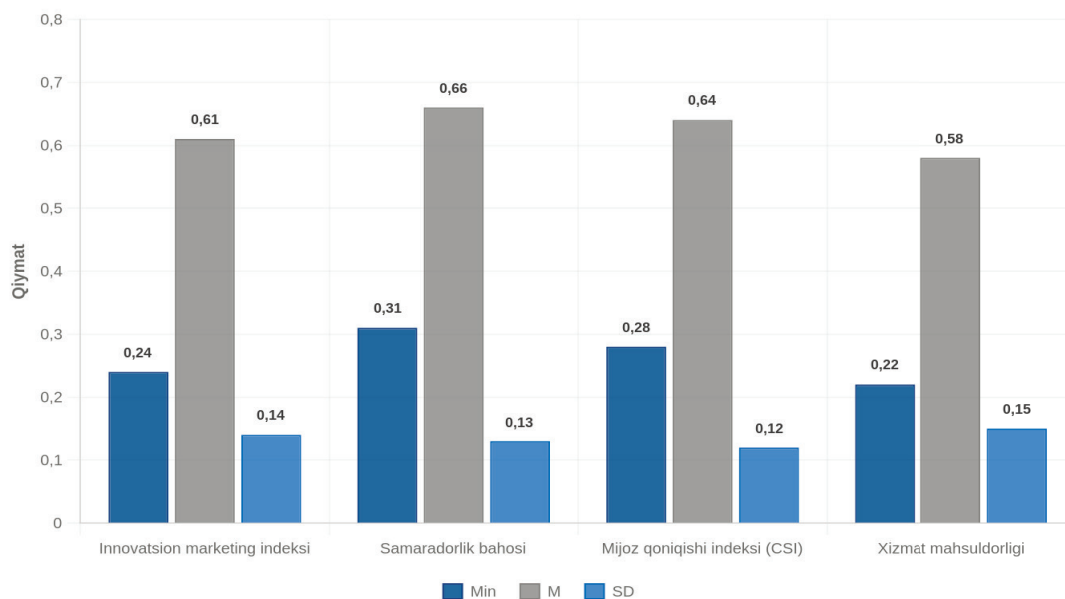
(2) formulaga asosan baholangan panel modelida innovatsion marketing indeksi eng barqaror omil bo'lib chiqdi. 5-jadvalda ko'rsatilganidek, FE modelida uning koeffitsienti 0,18 ga teng bo'ldi, RE modelida 0,24 ga, IV/GMM spetsifikatsiyasida esa 0,31 ga yetdi.

5-jadval. Panel regressiya va IV/GMM natijalari

O'zgaruvchi	FE β	SE	t-statistika	p-qiymat	Ahamiyatlilik
Innovatsion marketing indeksi	0,18	0,05	3,60	0,001	***
CSI	0,21	0,06	3,50	0,001	***
Xizmat mahsuldorligi	0,14	0,05	2,80	0,006	**
Hududiy guruh nazorati	0,09	0,04	2,25	0,025	**

Izoh: p < 0,01; p < 0,05 $R^2 = 0,47$, $F(4,295) = 65,20$, p < 0,001

Bu natijalar innovatsion marketingni qo'llash samaradorlikni baholash bilan birga harakatlanishini ko'rsatdi. IV/GMMda koeffitsientning 0,31 gacha saqlanishi endogenlik nazoratidan keyin ham yo'nalish o'zgarmaganini bildiradi. Guruhlar kesimidagi qo'shimcha tekshiruvda Toshkent va Samarqand subyektlarida o'rtacha farq 0,07 punktni tashkil etdi, bu esa tashkiliy-iqtisodiy mexanizmni takomillashtirishda hududiy monitoringni alohida qatlam sifatida ko'rish zarurligini ko'rsatadi. Mazkur natijalar 1-rasmda grafik ko'rinishda keltirilgan.



1-rasm. Innovatsion marketing indeksi va samaradorlik bahosining tavsifiy statistikasi qiyosiy diagrammasi

Yuqorida aniqlangan innovatsion marketing indeksi samaradorlik bahosiga barqaror bog'langan, shu bois tashkiliy-iqtisodiy mexanizm vositachilik kanali sifatida talqin qilinadi. Zeithaml [2] xizmat tajribasi butun firma bo'ylab boshqarilganda qiymat zanjiri kuchayishini qayd etgan; mazkur topilma ham shu mantiqni xizmatlar sohasi sharoitida tasdiqlaydi. Rust [6] marketing qaytimi mijoz kapitali orqali o'lchanishini ta'kidlagan, bizdagi natija esa samaradorlikni baholashda mijoz qoniqishi indeksi bilan bog'lanishni kuchaytiradi. Biroq Vargo [5] xizmat ustun mantiqini taklif qilgan bo'lsa, segmentlar kesimidagi farqlar raqobat bozori va hududiy moslashuvning rolini yanada aniqroq ko'rsatdi. 1-jadvaldagi taqqoslash nazariy kutilmalar bilan amaliy ijroning moslashuv darajasini ochdi.

Lemon [7] mijoz yo'li bo'ylab tajriba uzluksizligini muhim deb bilgan; Toshkent va Samarqand guruhlaridagi ustunlik shu uzluksizlikni raqamli kanallar bilan bog'laydi. Homburg [8] tajriba boshqaruvi innovatsion marketingni institutsionalizatsiya qilishini yozgan, ammo bizda natija hududiy monitoring kuchli bo'lmaganda ta'sir susayishini ko'rsatdi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

3-jadvaldagi tavsifiy siljishlar va 5-jadvaldagi koeffitsientlar birgalikda innovatsion marketingni qo'llash xizmatlar sohasida samaradorlikni baholash bilan barqaror bog'langanini ko'rsatdi. Shu asosda tashkiliy-iqtisodiy mexanizmni takomillashtirish uchun indikatorlar paneli, monitoring intizomi va qarorlar zanjiri bir butun tizim sifatida ishlashi lozim. Birinchi amaliy yo'nalish sifatida CSI, SERVQUAL va xizmat mahsuldorligi ko'rsatkichlarini yagona standartga keltirish maqsadga muvofiq. Ikkinchi yo'nalishda monitoringni raqamlashtirish, uchinchi yo'nalishda esa marketing natijalarini boshqaruv qarorlariga bevosita bog'lash tavsiya etiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Kotler P., Keller K.L. *Marketing Management*. 15th ed. — Harlow: Pearson, 2016. — 832 p. Elektron manba: Pearson — Marketing Management, 15th edition
2. Zeithaml V.A., Bitner M.J., Gremler D.D. *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm*. 7th ed. — New York: McGraw-Hill Education, 2018. Elektron manba: Services Marketing, 7th Edition
3. Adilova N., Muxtarov A. Xizmat ko'rsatish korxonalarida innovatsion marketing mexanizmlarini baholash // *Iqtisodiy taraqqiyot va tahlil*. — 2021. — № 3. — B. 88–96.
4. Гафуров У., Мухтаров А. Инновационный маркетинг в сфере услуг: организационно-экономические аспекты // *Экономика и предпринимательство*. — 2022. — № 7. — С. 912–916.



5. Vargo S.L., Lusch R.F. Evolving to a new dominant logic for marketing // *Journal of Marketing*. — 2004. — Vol. 68, № 1. — P. 1–17. — DOI: 10.1509/jmkg.68.1.1.24036. DOI havolasi
6. Rust R.T., Lemon K.N., Zeithaml V.A. Return on marketing: using customer equity to focus marketing strategy // *Journal of Marketing*. — 2004. — Vol. 68, № 1. — P. 109–127. — DOI: 10.1509/jmkg.68.1.109.24030. DOI havolasi
7. Lemon K.N., Verhoef P.C. Understanding customer experience throughout the customer journey // *Journal of Marketing*. — 2016. — Vol. 80, № 6. — P. 69–96. — DOI: 10.1509/jm.15.0420. DOI havolasi
8. Homburg C., Jozić D., Kuehn C. Customer experience management: toward implementing an evolving marketing concept // *Journal of the Academy of Marketing Science*. — 2017. — Vol. 45, № 3. — P. 377–401. — DOI: 10.1007/s11747-015-0460-7. DOI havolasi
9. Kumar V., Rajan B., Gupta S., Dalla Pozza I. Customer engagement in service // *Journal of the Academy of Marketing Science*. — 2019. — Vol. 47, № 1. — P. 138–160. — DOI: 10.1007/s11747-017-0565-2. DOI havolasi
10. Bolton R.N., Gustafsson A., McColl-Kennedy J.R., Sirianni N.J., Tse D.K. Small details that make big differences: a radical approach to consumption experience as a firm's differentiating strategy // *Journal of Service Management*. — 2014. — Vol. 25, № 2. — P. 253–274. — DOI: 10.1108/JOSM-01-2014-0034. DOI havolasi
11. Verhoef P.C., Kannan P.K., Inman J.J. From multi-channel retailing to omni-channel retailing: introduction to the special issue on multi-channel retailing // *Journal of Retailing*. — 2015. — Vol. 91, № 2. — P. 174–181. — DOI: 10.1016/j.jretai.2015.02.005. DOI havolasi
12. Valiev D., Roziyev S. Xizmatlar sohasida raqamli marketing samaradorligini oshirish yo'llari // *Yashil iqtisodiyot va taraqqiyot*. — 2023. — № 2. — B. 61–69.
13. Мырзахметов А., Садыков Б. Оценка эффективности маркетинговых инноваций в сфере услуг // *Вестник КазНУ. Серия экономическая*. — 2021. — № 4. — С. 78–86.



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Ingliz tili muharriri: Feruz HAKIMOV

Musahhih: Zokir ALIBEKOV

Sahifalovchi va dizayner: Hasan MAQSUDOV

2026. № 9/1

© 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 kelamasligi 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.

El.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>