



IQTISODIYOT&TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

№1



ISSN: 2992-8982

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

2026



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Bosh muharrir:

Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich

Elektron nashr. 2026-yil, yanvar.

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 Sotvoldix'o'ja o'g'li, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dots.
Utayev Uktam Choriyevich, O'z.Respub. Bosh prokuraturasi boshqarma boshlig'i o'rinbosari
Ochilov Farkhod, O'zbekiston Respublikasi Bosh prokuraturasi IJQKD 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 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 Kongirathbay 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 Bakhriddinovich, 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 Shoirazimovna, 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
Utayev Uktam Choriyevich, Deputy Head of Department, Prosecutor General's Office of Uzbekistan
Ochilov Farkhod, Head of DCEC, Prosecutor General's Office of Uzbekistan
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 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'zR Tabiat resurslari vazirligi, O'zR Bosh prokuraturasi huzuridagi IJQK departamenti.

Jurnalning ilmiyligi:

“Yashil” iqtisodiyot va taraqqiyot” jurnali

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



MUNDARIJA

INSON KAPITALINING O'ZIGA XOS XUSUSIYATLARI.....	52
Dilnoza Ruziqulova Xoliqovna	
MAHALLIY BUDJET DAROMADLAR BAZASINI BAHOLASH SAMARADORLIGINI TAKOMILLASHTIRISH.....	56
Isoqov Zafarjon Zokirjonovich	
INNOVATSION IQTISODIYOTDA AYOLLAR TADBIRKORLIGINI RIVOJLANTIRISH BO'YICHA XALQARO TAJRIBA	60
Maksumova Umidaxon Sadikjonovna	
ОЛИГОПОЛИЯ И ТЕОРИЯ ИГР	64
Камилова Наргиза Абдукаххоровна, Наимов Самандар Раджабович	
ЦИФРОВЫЕ ИНВЕСТИЦИИ НА ЖЕЛЕЗНОДОРОЖНОМ ТРАНСПОРТЕ: НОВАЯ ЭРА ЭФФЕКТИВНОСТИ	67
Каракулов Фарход Зайпудинович	
MEVA-SABZAVOTCHILIK MAHSULOTLARINING EKSPORT SALOHİYATINI BOSHQARISH SAMARADORLIGINING INNOVATSION YECHIMLARI	72
Ergashev Jamshid Axmadaliyevich	
MOLIYAVIY AKTIVLARNING IQTISODIY MOHIYATI VA TIJORAT BANKLARIDA ULARNING SIFAT MEZONLARINI SHAKLLANTIRISHNING NAZARIY ASOSLARI	77
Iskandarova Munisa Hasan qizi	
MOLIYAVIY RISKLARNI BOSHQARISHDA SUN'IY INTELLEKTNI QO'LLASH IMKONIYATLARI	82
Xojiyev Jaxongir Dushabayevich, To'xtayev Kamol Po'latovich	
MARKETING VA BOZOR IQTISODIYOTI SHAROITIDA TAYYOR KIYIMLARNING RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISH YO'LLARI	87
Bababekova Gulchexra Baxtiyarovna	
NAMANGAN VILOYATI QURILISH MATERIALLARI SANOATIDA MODERNIZATSIYA JARAYONLARIGA TA'SIR ETUVCHI OMILLAR VA ULARNING IQTISODIY AHAMIYATI	93
Odilova Malika Abdushukur qizi	
TURIZMNI RIVOJLANTIRISHDA ZAMONAVIY TEXNOLOGIYALARDAN FOYDALANISHNI TAKOMILLASHTIRISH.....	98
Toshtemirov Xojjakbar Qahramon o'g'li	
ТУРИЗМ КАК ФАКТОР УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ СТРАНЫ	103
Артикова Шохида Ильясовна	
MINTAQALARDA OZIQ-OVQAT SANOATI KORXONALARI INNOVATSION SALOHİYATINI BOSHQARISH METODOLOGIYASINI JORIY ETISHNING IQTISODIY SAMARADORLIGI.....	107
Dadamirzayev Muzaffar Xabibullayevich	
THEORETICAL ASPECTS OF SERVICES IN THE CONTEXT OF UZBEKISTAN'S ECONOMIC TRANSFORMATION	114
Umiddjon Normurodov, Qodirov Yusufbek Suyunbek ugli	
РАЗВИТИЕ ПРЕДПРИЯТИЙ ОБУВНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ В УСЛОВИЯХ ФОРМИРОВАНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ ИННОВАЦИЙ	120
Расулов Нозимжон Набиджонович	
QISHLOQ XO'JALIGI SOHASIDA ZAMONAVIY TEXNOLOGIYALARNING JORIY QILINISHI VA UNI OZIQ-OVQAT XAVFSIZLIGINI TA'MINLASHDAGI AHAMIYATI.....	125
Saburov Jumanazar Saliyevich	
KAMBAG'ALLIKNI QISQARTIRISHNING IQTISODIY O'SISHGA TA'SIRI VA ICHKI BOZORNI KENGAYTIRISH IMKONIYATLARI	129
Mayliyeva Sadoqat Safayozovna	
ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ЗНАЧЕНИЕ ТРАНСПОРТНОЙ ИНФРАСТРУКТУРЫ В УСТОЙЧИВОМ РАЗВИТИИ УЗБЕКИСТАНА.....	134
Убайдуллаев Худоёр Бахтиёр угли	



MINTAQANI BARQAROR RIVOJLANTIRISHDA PAXTA-TO'QIMACHILIK KLASSTERLARI SALOHİYATIDAN SAMARALI FOYDALANISHNING XORIJ TAJRIBASI	141
Xayitov Rustam Burxonovich	
BARQAROR MOLIYALASHTIRISH KONSEPSIYASIGA MUVOFIQ "YASHIL" INVESTITSIYALARNI RIVOJLANTIRISH.....	146
Abduraxmonov Alimardon Sodiq o'g'li	
BANK XIZMATLARI SAMARADORLIGINI OSHIRISHDA RAQAMLI MARKETINGDAN FOYDALANISH.....	151
Dushamov Maxmudjon Maksudbekovich	
HUDUDLARDA TURIZMNI RIVOJLANTIRISHNING AHAMIYATI VA ISTIQBOLLARI	159
Ibodova Dilsora Ibodovna	
INVESTITION PORTFELLARNI SHAKLLANTIRISH, BAHOLASH VA BOSHQARISH.....	165
Baymanova Mavlyuda Djurayevna, Abdullaeva Shohista	
KICHIK XIZMATLAR FAOLIYATINI RASMIYLASHTIRISH ORQALI AHOLI BANDLIGI KO'RSATKICHLARINI OSHIRISH.....	170
Xalimbetov Farxad Bagibekovich	
MONOPOLIYAGA QARSHI BOSHQARUV TIZIMINI RIVOJLANTIRISH: XORIJIY TAJRIBA VA MILLIY YONDASHUVLAR.....	173
Akbarov Jasur Ikromjon o'g'li	
СТАТИСТИЧЕСКАЯ ОЦЕНКА ДИНАМИКИ И СЕЗОННОСТИ ДОХОДОВ НАСЕЛЕНИЯ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН	179
Салиходжаева Умида Абдуакбар кизи	
SUN'IY INTELLEKT ASOSIDAGI TALABNI PROGNOZLASHNING CHAKANA MARKETING INNOVATSIYASINI TAKOMILLASHTIRISHDAGI ROLI	186
Ostonaqulova Gulsaraxon Muhammadyoqub qizi	
TEMIR YO'L YO'LOVCHI TASHISH KORXONALARI IQTISODIY SAMARADORLIGINI OSHIRISH MODELLARI	200
Eshboyev Ulug'bek Farxodovich	
AKSIYADORLIK JAMIYATLARIDA MOLIYAVIY HISOBOT VA AUDIT METOLOGIYASINI TAKOMILASHTIRISH	205
Zufarova Zilola Raxim qizi	
TIJORAT BANKLARI TOMONIDAN RISKLARNI BOSHQARISH MEXANIZMIGA TA'SIR QILUVCHI OMILLARNING EKONOMETRIK TAHLILLARI	216
Rahmonqulov Temirbek Eshmamatovich	
MULKIY SOLIQLARNING MAHALLIY BUDJET DAROMADLARINI SHAKLLANTIRISHDAGI TA'SIRINI BAHOLASH.....	222
Aliyarov Olim Abdug'aparovich	
AVTOMOBIL SANOATIDA MAHSULOT BILAN BOG'LIQ XIZMATLAR TASNIFI	231
Saidov Dilshodbek Razzakovich	
UY-JOY FONDINI SAMARALI TASHKIL QILISH VA TAKOMILLASHTIRISHNING XORIJIY TAJRIBALARI.....	236
Otajonov Tohirjon Xo'janazar o'g'li	
TURIZMNI IQTISODIYOTDA TO'G'RIDAN TO'G'RI TA'SIRINI STATISTIK TADQIQOTI.....	241
Jumanova Zilola Tuychiyevna	
RIVOJLANGAN DAVLATLAR BANK EKOTIZIMLARI VA O'ZBEKISTON BANK EKOTIZIMLARINING RIVOJLANISHI VA QIYOSIY TAHLILI	248
X.R. Aliyev	
O'ZBEKISTON OLIY TA'LIM TIZIMI UCHUN DAVLAT-XUSUSIY SHERIKLIGI ASOSIDA BOSHQARUV METODOLOGIYASINI TAKOMILLASHTIRISH YO'NALISHLARI	254
Abdullayev Javohir Abdumalik o'g'li	
OROL BO'YI MINTAQASIDA XIZMAT KO'RSATISH SOHASINI INNOVATSION BOSHQARISHNING TASHKILIY-IQTISODIY MEXANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISH.....	259
Umarova Xusnora Dilmurod qizi	



O'ZBEKISTON RESPUBLIKASIDA ISHCHI KUCHIDAN SAMARALI FOYDALANISH ISTIQBOLLARI	264
Xolmurotov Salimbek Eshbekovich	
INNOVATSION KLASTERLARNI TASHKIL ETISH VA RIVOJLANTIRISHNING MOLIYAVIY MEXANIZMI	269
Quliyev Begimqul Melikovich	
ВОПРОСЫ ПОВЫШЕНИЯ ЭФФЕКТИВНОСТИ УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫМИ ПРОЦЕССАМИ В КОММЕРЧЕСКИХ БАНКАХ	276
Ахмедов Самандар Сайфуллоевич	
АГРОЭКОТУРИЗМ КАК НАПРАВЛЕНИЕ ДИВЕРСИФИКАЦИИ ЭКОНОМИКИ СЕЛЬСКИХ ТЕРРИТОРИЙ УЗБЕКИСТАНА	281
Хайдаров Ойбек Зоирович	
THE IMPACT OF DIGITALIZATION ON SERVICE QUALITY AND CUSTOMER SATISFACTION IN THE HOUSEHOLD SERVICE SECTOR: EMPIRICAL EVIDENCE FROM SAMARKAND REGION	287
Pardayev Sherzod Xolmurodovich, Yuldosheva Zulfizar Sayfullayevna	
DEVELOPMENT OF INTERACTIVE MODELING METHODS FOR THE SYNTHESIS OF INTELLIGENT CONTROL SYSTEMS FOR TECHNICAL OBJECTS IN THE DIGITAL ECONOMY	293
Mamutova Aygul Kalmurzaevna	
TIJORAT BANKLARIDA INVESTITSIYA LOYIHALARINI MOLIYALASHTIRISHDA RISKLARNI BOSHQARISH MASALALARI	298
Abdurazakova Nasiba Sultanovna	
YANGI O'ZBEKISTON SHAROITIDA SOLIQ MA'MURIYATCHILIGI TRANSFORMATSIYASI VA UNING MOLIYAVIY XAVFSIZLIKKA TA'SIRI	303
Tashmuxeimova Yayra Atxamovna	
ZAMONAVIY AXBOROT TIZIMLARI ORQALI SOLIQ QARZDORLIGINI UNDIRISH MEXANIZMINI TAKOMILLASHTIRISH XORIJIY DAVLATLAR TAJRIBASI ASOSIDA TAHLIL	308
Maxmadustov Jalol Maxmadustovich	
TA'LIM MIGRATSIIYASI VA INTEGRATSIIYA KO'RSATKICHLARINI STATISTIK TAHLILI: YEVROPA ITTIFOQI (SIRIUS) TAJRIBASI VA O'ZBEKISTON AMALIYOTI	314
Abdullayeva Gulhayot Shuhratovna	
HUDUDIIY SANOAT KORXONALARI FAOLIYATINI KO'P OMILLI STATISTIK TAHLIL ETISHDAGI ILG'OR XORIJIY TAJRIBALAR VA ULARDAN FOYDALANISH YO'LLARI	319
Tag'oyev Feruz Yorqulovich	
RAQAMLI TEXNOLOGIYALAR ORQALI HUDUDIIY INVESTITSIIYA MUHITINI TAKOMILLASHTIRISH: QASHQADARYO VILOYATI MISOLIDA TAHLIL VA TAVSIYALAR	326
Egamberdiev Abbasxon Sherali o'g'li	
KICHIK BIZNESDA INNOVATSION FAOLIYATNI TASHKIL ETISH VA RAG'BATLANTIRISH MEXANIZMLARI	331
Nurullayev Baxrom Botirovich	
YASHIL IQTISODIYOTGA O'TISHDA RIVOJLANGAN MAMLAKATLAR TAJRIBASIDAN FOYDALANISH	337
Ne'matova Mavsuma	
ZAMONAVIY IQTISODIYOTDA ISLOMIY MOLIYA VA NOBANK KREDIT TASHKILOTLARIDA STRATEGIK BOSHQARUVNING NAZARIY ASOSLARI	341
Galatov Abbas Alibekovich, Xalilov Nurullo Xamidillayevich	
IQTISODIIY FAOLLIKNI OSHIRISHGA QARATILGAN DAVLAT FISKAL SIYOSATI HOLATI TAHLILI	346
Xudayberginova Nigora Turgunbayevna	
MEHNATGA HAQ TO'LAHNING MOHIYATI VA ULARNI HISOBGA OLIHNING ASOSIIY VAZIFALARI	356
Anvar Raximov Maxmarasulovich	
"CRADLE TO CRADLE" VA "CRADLE TO GRAVE" KONSEPSIYALARINING UMUMIY VA XUSUSIIY JIHATLARI	360
Sodikov Zokir Rustamovich	
MINTAQADA PARRANDACHILIK SANOATINING SHAKLLANISHI VA RIVOJLANISH BOSQICHLARI	366
Qarshiyev Obidjon Egamberdiyevich	



AKSIYADORLIK JAMIYATLARINING BARQAROR RIVOJLANISH STRATEGIYALARI VA MINTAQA IQTISODIYOTIGA TA'SIRI: KEYNESIAN YONDASHUV NUQTAI NAZARIDAN.....	370
Shermatov G'ofurjon G'ulamovich	
QURILISH KORXONALARIDA INQIROZGA QARSHI BOSHQARUVNING O'ZIGA XOS XUSUSIYATLARI (ROSSIYA TAJRIBASI)	377
O'rinboyev Doniyorjon Baxtiyorjon o'g'li	
RIVOJLANGAN MAMLAKATLARDA YASHIL XIZMATLAR SEKTORINING TRANSFORMATSIYASI.....	385
Aliqulova Laylo Ziyadin qizi	
VIRTUAL TA'LIM MUHITI ORQALI TALABALARNING MULOQOT KO'NIKMALARINI SHAKLLANTIRISH OMILLARI.....	390
Bozorova Muazzam Hamid qizi, Hakimova Mushtariybonu Hamid qizi	
MINTAQA IQTISODIYOTIDA TRANSPORT INFRATUZILMASINI TAKOMILLASHTIRISH KO'RSATKICHLARINI EKONOMETRIK MODELLASHTIRISH VA PROGNOZLASHTIRISH	395
Qo'ziyoyev Umarbek Ulug'bekovich	
ОЦЕНКА СТОИМОСТИ И РИСКОВ ПРЯМЫХ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ (FDI)	400
Бахтиярова Дильноза Мадминджановна	
XIZMAT KO'RSATISH TARMOQLARIDA RAQAMLI TRANSFORMATSIYA VA MONOPOLIYAGA QARSHI NAZORATNING AHAMIYATI.....	407
Bekbutayev Nodirjon Fayzullayevich	
O'ZBEKISTONDA INTEGRATSIYALASHGAN YASHIL MOLİYALASHTIRISH ARHITEKTURASI: KONSEPTUAL MODEL VA AMALIY TAKLIFLAR.....	412
Quliyev Ulug'bek Mirzayevich	
BANK TIZIMI FAOLIYATI MISOLIDA MOLİYAVIY ISLOHOTLAR SHAROITIDA KORXONALAR LIKVIDLIGINI OSHIRISH MASALALARI.....	419
Iminova Nurjahan Qodirjon qizi, Karimov Sardorbek Shuxratjon o'g'li	
BOJXONA HUDUDIDA QAYTA ISHLASH BOJXONA REJIMINING SANOAT RIVOJI VA EKSPORT SALOHİYATINI OSHIRISHDAGI O'RNI	423
Baxtiyor Abduganiyev, Nodira Saidbaxromova	
СТРАТЕГИЧЕСКАЯ РОЛЬ ИНОСТРАННЫХ ИНВЕСТИЦИЙ В СТАНОВЛЕНИИ ИННОВАЦИОННОЙ ЭКОНОМИКИ И ОБЕСПЕЧЕНИИ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ПРОМЫШЛЕННЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ	427
Li Kristina Alekseyevna, Элназарова Шарифа Исроиловна, Эшпулатов Достонбек Боходир огли	
TOVAR-XOMASHYO BIRJASIDA SAVDO TURLARINING SHAKLLANISHI VA ULARNING BOZOR SAMARADORLIGIGA TA'SIRI	432
Xudayberdiyev Kamoliddin Ustemirovich	
THE ROLE OF CORPORATE STRUCTURES IN THE DEVELOPMENT OF GLOBAL FINANCIAL RELATIONS.....	438
Kurbaniyazov Shakhzodbek Karimovich	
BANKLARNI MODERNIZATSIYA VA TRANSFORMATSIYA QILISH JARAYONIDA INVESTITSION KREDITLASH SAMARADORLIGINI TA'MINLASH VA UNI OSHIRISHNING ASOSIY YO'LLARI	442
Tuxsanov Eldor Dilmurod o'g'li	
KICHIK BIZNESDA RAQAMLI MARKETING: O'ZBEKISTON SHAROITIDA SAMARADORLIK VA INTEGRATSIYA MODELLARI	446
Kamilov Farxod Shamilevich	
TASHQI SAVDODA EKSPORTNING MAKROIQTISODIY AHAMIYATI	453
Abdivaliyev Shahzodbek Xayrullayevich, Mutalov Sultonbek Abduraim o'g'li, Baymanova Mavlyuda Djurayevna, Ubaydullayeva Gulchexra Erkabayevna, Aipova Iroda Ikramovna	
РАЗВИТИЕ АСПЕКТОВ МАРКЕТИНГА В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ СПОРТИВНЫХ ОРГАНИЗАЦИЙ.....	459
Юсупов Махамадамин, Закирова Умида Махамадаминовна	
LIZING OLUVCHI KORXONALARDA BUXGALTERIYA HISOBINI XALQARO STANDARTLAR ASOSIDA YURITILISHI	462
Sadritdinov Baxodir	



YASHIL IQTISODIYOT VA KICHIK BIZNES RIVOJLANISHINING NAZARIY-KONSEPTUAL ASOSLARI	467
Isroilov Dilshodbek Rustamovich	
TEKNOLOGIK RESURLARNI BOSHQARISHDA STRATEGIYALARDAN FOYDALANISH	474
Kazakov Olim Sabirovich	
OLIY TA'LIM EKSPORT XIZMATLARINING IQTISODIY AHAMIYATI HAMDA ZARURLIGI.....	479
Abdusattarova Dildora Bohodirovna	
SANOAT KORXONASIDA INNOVATSION JARAYONLAR SAMARADORLIGINI TAHLIL QILISHNING METODIK YONDASHUVLARI.....	485
Kurbanova Shaxnoza Yuldashbayevna	
ISHLAB CHIQARISH XARAJATLARI HISOBINI TAKOMILLASHTIRISH YO'NALISHLARI.....	491
Kafiyev Xojiakbar Xosilbek o'g'li	
BOSHQARUV HISOBINI TASHKIL QILISH YO'NALISHLARI.....	496
Xolmatov Otabek Oybek o'g'li	
INSON KAPITALIGA INVESTITSİYALAR.....	499
Sheraliyeva Saida Azatovna	
TURIZM INFRATUZILMASINI RIVOJLANTIRISH VA IQTISODIY MEKANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISHDA KLASTER USULLARINI QO'LLASH.....	504
Mizrob Maxmudovich Tashov	
МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ПОДХОДЫ К ОЦЕНКЕ СТОИМОСТИ КОМПАНИИ В ПРОЦЕССАХ СЛИЯНИЙ И ПОГЛОЩЕНИЙ.....	514
Ли Илларион Георгиевич	
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ВИДОВ ЭКОЛОГИЧЕСКОГО ТУРИЗМА УЗБЕКИСТАНА.....	519
Ахмедходжаев Равшан Темурович	
УСТОЙЧИВОЕ И ЦИФРОВОЕ РАЗВИТИЕ РЕГИОНАЛЬНОГО ТУРИЗМА: ЭВОЛЮЦИЯ ТЕОРЕТИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ И МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ	525
Усманова Азиза Баходировна	
O'ZBEKISTONDA TURIZMNI INNOVATSION ASOSDA RIVOJLANTIRISHNING AHAMIYATI VA ZARURIYATI.....	529
Temurbek Olimovich Mamayunusov	
КОМПЛЕКСНОЕ УЧЁТНО-АНАЛИТИЧЕСКОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ ПРОЦЕССОВ УПРАВЛЕНИЯ ДЕНЕЖНЫМИ ПОТОКАМИ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	536
Эркинбаев Якуббой Хушнуд угли	
ISLOMIY MOLIYA INSTRUMENTLARINING DAVLAT QARZ BARQARORLIGINI TA'MINLASH VA QARZ SIYOSATINI TAKOMILLASHTIRISH INSTITUTSIONAL VA AMALIY QO'LLANISH IMKONIYATLARINI KENGAYTIRISH	541
Raxmatov Hamid Hasan o'g'li, Akramov Azizjon Kabirovich	
O'ZBEKISTON SUG'URTA SEKTORIDA INSTITUTSIONAL VA INVESTITSION OMILLARNING MOLIYAVIY BARQARORLIKKA QO'SHMA TA'SIRI.....	549
Fayziyev Oybek Raximovich	
INSTITUTIONALIZATION OF PUBLIC ADMINISTRATION EFFECTIVENESS: A COMPARATIVE ANALYSIS OF OECD COUNTRIES' EXPERIENCE IN GOVERNANCE FOR PUBLIC ADMINISTRATION REFORM.....	556
Sarvar Saidov Khairulloyevich	
O'ZBEKISTONDA INNOVATSION TADBIRKORLIKNI QO'LLAB-QUVVATLASHNING USTUVOR YO'NALISHLARI	562
Zaynutdinova Umida Djalalovna, Miraxmedova Maftuna Ibragimovna	
SAMARQAND VILOYATIDA TURIZMNI RIVOJLANTIRISHDA INSON KAPITALINING ROLI.....	568
Gulnora Mardievna Shadieva, Avazova Charos	
ПРАКТИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ДОХОДОВ РАБОТНИКОВ ВУЗОВ В УСЛОВИЯХ ТРАНСФОРМАЦИИ СФЕРЫ УСЛУГ	572
Шадиева Гулнора Мардиевна, Рустамова Фируза	



KICHIK BIZNES KORXONALARIDA INNOVATSION FAOLIYATNI BOSHQARISH.....	578
Eminchayev Baxodir Sadikovich	
MINTAQA IQTISODIY XAVFSIZLIGINI TA'MINLASHDA BARQAROR RIVOJLANISH OMILLARINING NAZARIY TAHLILI.....	583
Tuyev Abdurahmon Yusubovich	
AKTIVLAR SIFATIGA TA'SIR ETUVCHI MAKROIQTISODIY VA INSTITUTSIONAL OMILLARNING TAHLILI.....	587
Rasulov Muxammad Bobur Fazliddin o'g'li	
TIJORAT BANKLARINING MUAMMOLI KREDITLARI (NPL) KO'RSATKICHI ORQALI BANK TIZIMI BARQARORLIGINI BAHOLASH.....	594
Xanmuratov Roushenbek Xalmuxammetovich, Vaxabov A.V.	
AKSIYADORLAR BILAN MANFAATLI MUNOSABATLAR TIZIMINI TAKOMILLASHTIRISHDA AKSIYADORLAR VA ULARNING HUQUQLARINI TA'MINLASH.....	600
Raimov Farrux Avazjon o'g'li	
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМОВ ПРИВЛЕЧЕНИЯ ИНВЕСТИЦИЙ В РАЗВИТИЕ ЭКОНОМИКИ СТРАНЫ В ТУРИСТИЧЕСКОЙ ОТРАСЛИ.....	605
Мирпулатова Луиза Мансуровна, Абдумажидов Шахзод Шерзод угли	
O'ZBEKISTONDA KICHIK BIZNESNING YAIMDAGI ULUSHI VA UNING IQTISODIY BARQARORLIKKA TA'SIRI.....	610
Bo'stonova Nilufar Abdusmatovna	
MAISHIY XIZMATLAR SOHASIDA INNOVATSION KLASSTER MODELINI JORIY ETISHNING USTUVOR YO'NALISHLARI.....	615
Normurodova Zebo Eshmaxmatovna	
SURXONDARYO VILOYATI ISHLAB CHIQARISH SANOAT KORXONALARI RAQOBATBARDOSHLIGI KO'RSATKICHLARINING STATISTIK TADQIQOTI.....	619
Buriyev Ubaydulla Bozor o'g'li	
MAMLAKATIMIZDA SOLIQ MA'MURCHILIGINI TAKOMILLASHTIRISH MASALALARI VA ULARNI YECHIMLAR.....	623
Normurzayev Umid Xolmurzayevich	
YASHIL IQTISODIYOT RIVOJLANISHINING ASOSIY OMILLARI VA ULARNI BOSHQARISH MASALALARI.....	630
Yuldasheva Nazokat Muzaffar qizi	
AXBOROT MAHSULOTLARI BIZNESINING BARQAROR RIVOJLANISH MEXANIZMI: MONITORING VA BAHOLASH TIZIMI.....	635
Abdullayev Abdulla Fayzulla o'g'li	
O'ZBEKISTONDA BANK TIZIMINI RAQAMLASHTIRISH TENDENSIYALARI VA MUAMMOLARI.....	640
Raxmanova Iroda Xasilovna	
O'ZBEKISTON TIJORAT BANKLARINI TRANSFORMATSIYA QILISH VA RAQAMLASHTIRISH: MUAMMOLAR VA STRATEGIK YO'NALISHLAR.....	645
Turgunov Abror Kadirovich	
RAQAMLI IQTISODIYOT DAVRIDA BANK XIZMATLARI VA MOLIVAVIY TEXNOLOGIYALARNING TARAQQIYOTI.....	650
Muminova Marguba Mamirkulovna	
XIZMAT KO'RSATISH SOHASIDA IQTISODIY SAMARADORLIGINI OSHIRISH YO'LLARI.....	655
Ulashev Xubbim Askarovich	
KADRLAR SIYOSATI VA DAVLAT XIZMATI SAMARADORLIGINI BAHOLASH HAMDA RIVOJLANTIRISHNING MILLIY MODELINI YARATISH.....	659
Turayev Laziz Shokirovich	
BALIQ YETISHTIRISHNING IQTISODIY SAMRADORLIGINI OSHIRISHDA INNOVATSION TEXNOLOGIYALARNING O'RNI VA AHAMIYATI.....	664
Bo'ltakov Sardor Oqbo'ta o'g'li	



QO'SHILGAN QIYMAT SOLIG'INI UNDIRISH JARAYONIDA SOLIQ TAFOVUTINI (VAT GAP) ANIQLASH VA BAHOLASH USULLARI: XALQARO TAJRIBA VA O'ZBEKISTON SHAROITIDA ADAPTIV YONDASHUV.....	670
Urazmatov Jonibek Musurmanovich	
HUDUDLAR SOLIQ SALOHİYATI: OMILLAR VA NATIJA.....	675
Baxtiyorov Umid Kaxramon o'g'li	
AN'ANAVIY HUNARMANDCHILIKNI RAQAMLI PLATFORMALAR ORQALI INNOVATSION TRANSFORMATSIYA QILISH MEXANIZMLARI.....	680
Ermetov A.I.	
TA'MINOT ZANJIRINI BOSHQARISHDA SUPPLY CHAIN CONTROL TOWER KONSEPSIYASIDAN FOYDALANISH AFZALLIKLARI.....	686
Yuldashev Abduxakim Abdukarimovich	
KICHIK TADBIRKORLIK SUBYEKTLARIDA AXBOROT RESURSLARINING BOSHQARUV MODEL VA UNING IQTISODIY SAMARADORLIKKA TA'SIRI.....	691
Yo'ldoshev Nodirbek Ne'matjon o'g'li	
DAVLAT FUQAROLIK XIZMATIGA MENTORLIK TIZIMINI TATBIQ QILISHNING METODOLOGIK ASOSLARI.....	696
Kurshida Maxmadaminova	
QO'SHILGAN QIYMAT SOLIG'INING HISOB-KITOB VA UNDIRISH TIZIMINI RIVOJLANTIRISHNING ILMIY-NAZARIY ASOSLARI.....	706
Jumanazarov Alisher Toshtemir o'g'li	
ПРАКТИКА ИСПОЛЬЗОВАНИЯ КЛЮЧЕВЫХ ПОКАЗАТЕЛЕЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ В СИСТЕМЕ УПРАВЛЕНИЯ ГОСУДАРСТВЕННЫМИ ФИНАНСАМИ УЗБЕКИСТАНА.....	715
Наимов Шохрух Шарофиддинович	
KORPORATIV DIVIDEND SIYOSATINING YANGI JIHATLARINI O'RGANISH: RIVOJLANAYOTGAN MAMLAKAT MISOLIDA.....	723
Eshev Furqat A'zamovich	
RAQAMLI PLATFORMALAR ASOSIDA "AQLLI SHAHAR" BOSHQARUVINI TAKOMILLASHTIRISH: INSONGA YO'NALTIRILGAN YONDASHUV.....	730
Raximova Madina Shuxrat qizi	
HUDUDIY IQTISODIY TIZIMLARNI BOSHQARISHNING TASHKILIY TUZILMALARI.....	737
Umarov Oqil Omiljonovich	
MAMLAKATIMIZ TIJORAT BANKLARINING FOND BOZORIDAGI INVESTITSION FAOLLIGINI OSHIRISH YO'LLARI.....	742
Yuldashev Fozil Turapovich	
MAKROIQTISODIY MUVOZANATNI MODELLASHTIRISHDA MATEMATIK USULLARNING TATBIQI VA PROGNOZLASHTIRISH SAMARADORLIGI.....	749
Abdiraimov Abbos Xolmurodovich	
ФАКТОРЫ РАЗВИТИЯ ТОРГОВЫХ ОТНОШЕНИЙ МЕЖДУ УЗБЕКИСТАНОМ И ГОСУДАРСТВАМИ ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ.....	756
Мирзамухамедова Шахзода Акмалжон кизи	
O'ZBEKISTONDA IQTISODIY TRANSFORMATSIYA SHAROITIDA STRATEGIK MENEJMENTNI RIVOJLANTIRISH.....	762
Ismadiyarov Alisher Abduraxmon o'g'li	
СПОСОБЫ ВЫРАЖЕНИЯ СОСТОЯНИЙ ЧЕЛОВЕКА ФРАЗЕОЛОГИЧЕСКИМИ ОБОРОТАМИ РУССКОГО ЯЗЫКА.....	766
Жумаев Шавкат ХХХ	
SUV XO'JALIGI SOHASIDA DASTURIY BUDJETLASHTIRISH BO'YICHA XORIJIY MAMLAKATLAR TAJRIBASI.....	769
Dilshod Pulatov, Dildora Mirzaeva	
МЕТОДЫ СБОРА И АНАЛИЗА ДАННЫХ ДЛЯ ОЦЕНКИ РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ ЦИФРОВЫХ ИНВЕСТИЦИЙ.....	776
Каракулов Фарход Зайпудинович	



НЕФОРМАЛЬНАЯ ЗАНЯТОСТЬ И ТЕНЕВАЯ СТОРОНА ЭКОНОМИКИ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН: АНАЛИЗ СТРУКТУРНЫХ ВЫЗОВОВ И ГОСУДАРСТВЕННЫХ МЕР ПО ЛЕГАЛИЗАЦИИ	782
Салахутдинова Юлдуз Голибовна	
OLIY TA'LIM MUASSASALARINI MOLIYALASHTIRISH MODELLARI VA ULARNING XUSUSIYATLARI	787
Xalikov Akmal Xolboyevich	
TIJORAT BANKLARDA MOLIYAVIY XIZMATLARNI DIVERSIFIKATSIYA QILISH ISTIQBOLLARI	793
Roziqov Behzod Bahrom o'g'li	
RAQOBATBARDOSH MUHITDA INNOVATSION MENEDJMENTNI JORIY ETISH MEXANIZMLARI	799
Siddikov Askar Axrorovich	
XIZMAT KO'RSATISH KORXONALARIDA MARKETING STRATEGIYASINI BAHOLASHNING MEZON VA USULLARI	803
Isakova Naima Ikromjonovna	



XIZMAT KO'RSATISH KORXONALARIDA MARKETING STRATEGIYASINI BAHOLASHNING MEZON VA USULLARI



Isakova Naima Ikromjonovna

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti,
“Ekonometrika” kafedrası PhD v.b dotsenti
ORCID: 0009-0008-3370-6882

Annotatsiya. Ushbu maqolada xizmat ko'rsatish korxonalarining marketing strategiyasini ishlab chiqish, uning faoliyatini samarali yo'lga qo'yish hamda natijaviylik darajasini baholash bo'yicha tahlillar amalga oshirilgan. Mazkur sohada xorijiy olimlar tomonidan olib borilgan tadqiqotlar batafsil o'rganilgan. Shuningdek, marketingni baholash jarayonida rejalashtirish tamoyillariga e'tibor berilishi, korxona o'sishini baholash strategiyasini uch bosqichli tahlil asosida shakllantirish zarurligi, marketing nazoratining asosiy bosqichlari, ishlab chiqarish bo'limi doirasidagi marketing dasturining qanday maqsadlarga qaratilgani, shuningdek, marketing strategiyasini baholashda qo'llaniladigan mezon va usullar, makro va mikromuhit omillarining ta'siri batafsil ko'rib chiqilgan.

Kalit so'zlar: marketing strategiyasi, mahsulot sifatini oshirish va sifatni baholash, salohiyatli mijozlarni aniqlash, analitik baholash, vositalar.

Abstract. This article analyzes the development of a marketing strategy for service enterprises, the effective organization of its implementation, and the assessment of its performance outcomes. The studies conducted by foreign scholars in this field are examined in detail. In addition, the article highlights the importance of focusing on planning principles in the marketing evaluation process, the necessity of forming a company growth assessment strategy based on a three-stage analysis, the main stages of marketing control, the specific objectives of the marketing program within the production department, as well as the criteria and methods used to evaluate marketing strategies, including the influence of macro- and micro-environmental factors.

Key words: marketing strategy, improving product quality and quality assessment, identifying potential customers, analytical evaluation, tools.

Аннотация. В данной статье проведён анализ разработки маркетинговой стратегии предприятий сферы услуг, эффективной организации её реализации, а также оценки уровня результативности. Подробно изучены исследования зарубежных учёных, выполненные в данной области. Кроме того, рассмотрены вопросы необходимости уделения внимания принципам планирования в процессе оценки маркетинга, формирования стратегии оценки роста предприятия на основе трёхэтапного анализа, основные этапы маркетингового контроля, цели маркетинговой программы в рамках производственного подразделения, а также критерии и методы, применяемые при оценке маркетинговой стратегии, включая влияние факторов макро- и микросреды.

Ключевые слова: маркетинговая стратегия, повышение качества продукции и оценка качества, выявление потенциальных клиентов, аналитическая оценка, инструменты.



KIRISH

Bugungi kunda marketingni rejalashtirmaydigan korxonalar raqobatli bozorda yo'nalishni yo'qotib, iqtisodiy ziyon ko'rish ehtimolini oshiradi. Aksincha, marketingni rejalashtirish tizimini yo'lga qo'ygan korxonalar vaziyatni to'liq nazorat ostiga oladi hamda ularning faoliyati bozor samaradorligi va yuqori iqtisodiy natijadorlik bilan ajralib turadi.

Xizmat ko'rsatish sohasidagi korxonalar uchun marketing strategiyasini baholash mezonlari va usullarini ishlab chiqish hanuzgacha murakkab vazifa hisoblanadi. Chunki marketing bo'limi orqali iste'molchilarga yetkazilgan xizmatning ta'sirini doimiy ravishda o'lchash imkoniyati mavjud emas, shuningdek, ushbu xizmatlar orqali yaratilgan qo'shimcha qiymat har doim ham aniq va o'lchanadigan natijani keltirib chiqarmaydi.

Marketing mutaxassislari korxona va marketing strategiyasi samaradorligi masalalariga yetarlicha e'tibor qaratayotgan bo'lsa-da, hozirgi kunda marketing strategiyasi faoliyatini obyektiv baholashga imkon beradigan aniq tuzilgan modellar, usullar hamda standartlashtirilgan ko'rsatkichlar tizimi hali to'liq shakllanmagan. Shu sababli ushbu yo'nalishda ilmiy tadqiqotlar olib borish dolzarb bo'lib, o'z ahamiyatini saqlab kelmoqda.

MAVZUGA OID ADABIYOTLAR SHARHI

Marketing faoliyatini samarali yo'lga qo'yish, uning strategiyasini ishlab chiqish hamda samaradorligini baholash bo'yicha iqtisodchi olimlar tomonidan ko'plab tadqiqotlar amalga oshirilgan. Jumladan, marketing faoliyati samaradorligini baholash ichki ko'rsatkich sifatida qaraladi: zarur holatlarda uni o'lchash nisbatan oson bo'lib, takomillashtirish imkoniyati ham mavjud. Boshqa tomondan, samaradorlik tushunchasi iste'molchilarning ehtiyojlarini qondirish bilan bevosita bog'liq bo'lib, tashqi ko'rsatkich sifatida talqin etiladi. Bunday ko'rsatkichni o'lchash murakkab bo'lib, uning to'liq namoyon bo'lishi uchun uzoq muddat talab etiladi.

Iqtisodchi olimlardan biri Piter Druker samaradorlik tushunchasini tahlil qilib, mahsuldorlik va samaradorlikni taqqoslaydi hamda ularning mohiyatini quyidagicha izohlaydi: "Mahsuldorlik sizga kerak bo'lgan hamma narsani bajarish imkonini beradi, samaradorlik esa sizga kerakli narsani izlab topishdir" [1].

Marketing sohasi olimlaridan biri Filipp Kotler o'zining ilmiy izlanishlarida marketing faoliyati samaradorligiga alohida e'tibor qaratib, quyidagi fikrni ilgari suradi: "Samaradorlikni doimiy kuzatib borish har qanday firma uchun juda muhim jarayon" [2].

Marketing faoliyati samaradorligini baholashda sifat usuli marketing nazorati va auditidan foydalanishni o'z ichiga oladi. Ushbu jarayonda tashkilotning tashqi muhiti, shuningdek, ichki muhiti SWOT tahlili natijalari asosida tahdid va imkoniyatlar bo'yicha har tomonlama tahlil qilinadi. Natijaga yo'naltirilgan marketing nazorati va audit tashkilot faoliyatining sifat jihatlarini baholashga xizmat qiladi [3].

Marketing faoliyati samaradorligini baholashning miqdoriy usuli marketing xarajatlari amalga oshirilgandan so'ng olingan yalpi foyda bilan marketing va reklama xarajatlari o'rtasidagi nisbatni taqqoslashga asoslanadi. Mazkur yondashuv tashkilot faoliyatining yakuniy moliyaviy natijalarini ifodalovchi ko'rsatkichlar orqali tahlil yuritishni talab qiladi [3].

Marketing faoliyati samaradorligini baholashning sotsiologik usuli amaliy sotsiologiya vositalaridan foydalanishga, jumladan, sotsiologik tadqiqot dasturini ishlab chiqish hamda unga muvofiq tadqiqotni bevosita amalga oshirishga qaratilgan bo'ladi [4].

Marketing faoliyati samaradorligini baholashning balli usuli esa mezonlar ro'yxatiga rioya etilishi, tuzilmalar va jarayonlarning marketing konsepsiyasiga mosligi kabi omillarni inobatga olgan holda har bir mezon bo'yicha ma'lum ball berish orqali samaradorlikni aniqlash imkonini beradi [5].

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Mazkur maqolada xizmat ko'rsatish korxonalarida marketing strategiyasini baholash mezon va usullarini asoslash maqsadida nazariy tahlil, taqqoslash, tizimli yondashuv hamda umumlashtirish usullaridan foydalanildi. Marketing strategiyasining natijaviyligini baholashda marketing rejalashtirish tamoyillari, strategik baholashning uch bosqichli yondashuvi hamda marketing nazoratining asosiy bosqichlari konseptual asos sifatida yoritildi.

Shuningdek, tadqiqotda marketing dasturining tarkibiy elementlari (tovar, narx, taqsimot, kommunikatsiya va marketing byudjeti) bo'yicha analitik baholash amalga oshirilib, makro va mikromuhit omillarining ta'siri inobatga olindi. Natijalar asosida xizmat ko'rsatish korxonalarida marketing strategiyasini samarali baholash va takomillashtirish bo'yicha amaliy xulosalar shakllantirildi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Marketing strategiyasini baholash — bu korxona imkoniyatlarini bozor talablari bilan moslashtirishga qaratilgan, uning bozordagi harakatlarini tahlil qilish, ishlab chiqish va nazorat qilishdan iborat uzluksiz



jarayondir. Keng ma'noda marketingni baholash korxonaning marketing faoliyatini amalga oshirish vositasi, shuningdek, boshqaruv organlari tomonidan marketingga oid qarorlarni qabul qilish va amalga oshirish usuli hisoblanadi. Amaliy jihatdan esa bu korxonaning bozordagi maqsadlari, ushbu maqsadlarga erishish yo'llari hamda tegishli chora-tadbirlarini aks ettiruvchi hujjatdir.

Sotsialistik reja asosidagi iqtisodiyot davrida mavjud bo'lgan buyruqbozlik rejalaridan farqli o'laroq, marketing rejalarini bajarilishi majburiy bo'lishi shart bo'lmagan hujjat sifatida shakllanadi, chunki tashqi muhit sharoitlari doimiy ravishda o'zgarib turadi. Shu sababli marketingni rejalashtirishning asosiy vazifasi kelajakni aniq bashorat qilish emas, balki korxona menejerlarining e'tiborini joriy bozor sharoitining muhim jihatlari hamda yuzaga kelayotgan yangi imkoniyatlardan samarali foydalanishga qaratishdan iborat. Marketingni rejalashtirish orqali boshqaruvchilar korxona o'z maqsadlariga erishish uchun bozorda qanday pozitsiyani egallashi lozimligini aniq tushunish imkoniyatiga ega bo'ladi.

Marketingni baholashda rejalashtirish tamoyillari quyidagilardan iborat:

1. Tizimli baholash yondashuvi. Korxona rejasi — o'zaro bog'liq rejalar tizimi bo'lib, ulardan biri marketing rejasi hisoblanadi.
2. Individual baholash yondashuvi. Korxonalar, ularning maqsadlari va ishlab chiqaradigan mahsulotlari xilma-xilligi marketingni rejalashtirishda individual yondashuvni talab etadi.
3. Ko'p variantlilik.
4. Dinamiklik. Korxona faoliyatiga ta'sir etuvchi barcha o'zgarishlar zudlik bilan rejalariga kiritib borilishi lozim.

Korxona faoliyatini strategik baholashni rejalashtirish sotish hajmi, foyda olish va rentabellik ko'rsatkichlarini yaxshilashga xizmat qiladi. Strategik baholashni rejalashtirish — bu korxonani kelajakda qanday ko'rish, uning iqtisodiyotdagi hamda mamlakatning ijtimoiy-iqtisodiy hayotidagi o'rni va rolini aniqlash, shuningdek, yangi darajaga erishish yo'llari va vositalarini ishlab chiqishdir. Strategik rejalashtirishda aniq hisoblangan ko'rsatkichlar doimo mavjud bo'lmaydi; aksincha, u turli bashoratlar asosida kelajakka nazar tashlash va mo'ljallarni belgilashga qaratiladi.

Korxona dasturi esa uning joriy holati, mijozlari, mijozlar uchun qadriyatli tomonlari hamda istiqboli haqidagi ma'lumotlarni o'z ichiga oladi. Savdo korxonasi bunday dasturni doimo diqqat markazida saqlashi va muntazam ravishda tuzatishlar kiritib borishi zarur. Korxona dasturi maqsadlarni belgilash, ularning ahamiyatini oshirish hamda maqsadga erishish yo'liga yo'naltirishda muhim rol o'ynaydi.

Dasturda korxonaning faoliyat doirasi ham ko'rsatiladi. Ushbu doiraning chegarasi mahsulotlar, texnologiyalar, mijozlar guruhi, ularning ehtiyojlari yoki bir nechta omilning uyg'unligi orqali belgilanishi mumkin. Masalan, avtomashinalar, radio-teleapparatlar va boshqa tovarlarni sotish tovarlar doirasi chegarasini ifodalaydi. Savdo korxonasining imkon qadar keng tovar assortimentiga ega bo'lishi tavsiya etiladi.

Korxonaning vazifalari va maqsadlari bosqichi har bir boshqaruvchi hamda rahbariyat a'zosi oldiga aniq maqsadga erishishga qaratilgan vazifalarni qo'yadi. Har bir xodim o'z vazifalarining bajarilishida shaxsan javobgardir.

Agar korxonaning asosiy maqsadi foyda olish bo'lsa, ushbu maqsadga erishish uchun foyda keltiruvchi tovarlar sotuv hajmini oshirish va ularning umumiy savdo tarkibidagi ulushini kengaytirish lozim. Buning uchun tovar manbalarini izlash va ulardan eng samarali variantlarni tanlash zarur bo'ladi. Shu jarayonda marketing sohasiga tegishli qator vazifalar yuzaga keladi va bu marketing strategiyasini ishlab chiqishni talab qiladi. Bunda bozor, taklif manbalari hamda korxonaga tegishli har bir tovar bo'yicha bozor kon'yunkturasi chuqur o'rganilib, tegishli xulosalar chiqariladi.

Korxona xo'jaligini rivojlantirish rejasi strategik rejalashtirishning muhim bosqichi hisoblanadi. Ushbu rejada xo'jalik faoliyatining asosiy yo'nalishlari tahlil qilinadi, ayrim tovarlarning rentabelligi aniqlanadi. Rentabellik darajasiga qarab tovarni savdoda qoldirish yoki chiqarib tashlash, yangi tovarlarni jalb qilish yoki rad etish kabi qarorlar qabul qilinadi. Yuqori rentabellikka ega tovarlarga ko'proq moliyaviy resurs ajratiladi, kam foydali tovarlardan esa bosqichma-bosqich voz kechiladi.

Korxonaning o'sish strategiyasini baholash uchun uch bosqichli tahlil asosida yondashuvni shakllantirish mumkin.

Birinchi bosqich: hozirgi faoliyat doirasida foydalanish mumkin bo'lgan imkoniyatlar aniqlanadi. O'sishga erishish uchun mavjud tovar yoki bozor sharoitida yangi imkoniyatlarni topish hamda ulardan foydalanishga intilish muhim ahamiyat kasb etadi. Bunday imkoniyatlar quyidagilarni o'z ichiga oladi:

- tovarni bozorga chuqurroq singdirish: masalan, raqobatchilarga nisbatan arzonroq narxda sotish, belgilangan sotuv hajmidan so'ng xaridorga mukofot berish, yangi iste'molchilarni jalb etish;
- bozor chegarasini kengaytirish: mavjud tovar bilan yangi bozorlarga kirish;
- tovarni takomillashtirish: mavjud tovarga nisbatan keskin farq qiluvchi, sifati va iste'mol qiymati yuqori bo'lgan yangi tovar yaratish.



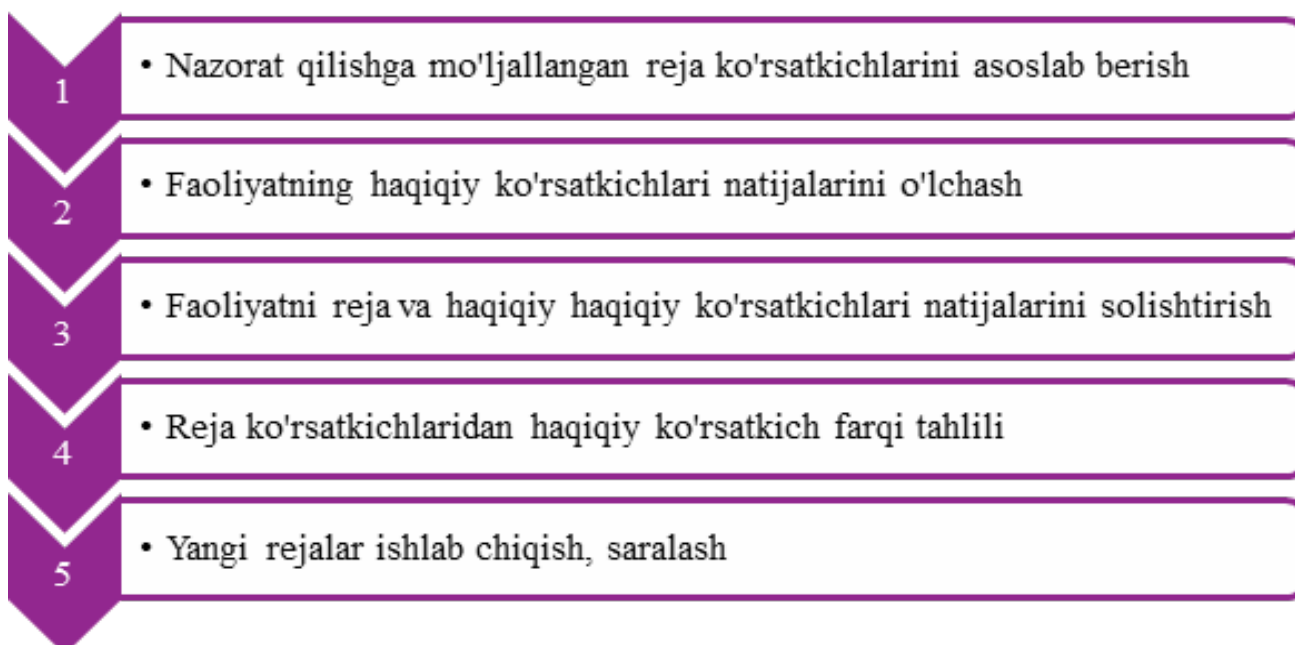
Ikkinchi bosqich: korxona tarmoq doirasida boshqa korxonalar bilan hamkorlik (integratsiya) orqali rivojlanishi mumkin. Bunda taqsimot tizimi qat'iy nazorat ostiga olinadi, raqobatchi firmalar doimiy kuzatib boriladi. O'sish jarayoni korxonaning mavjud sohasiga yaqin bo'lgan yangi yo'nalishlarni tanlash va o'zlashtirish orqali amalga oshiriladi.

Uchinchi bosqich: strategik rejalashtirish korxona faoliyatining asosiy yo'nalishlarini belgilaydi va mahsulot ishlab chiqarish hamda sotish sohasidagi barcha harakatlarning maqsadga muvofiqligini ta'minlaydi. Keyinchalik har bir yo'nalish bo'yicha batafsil rejalar tuziladi. Marketing konsepsiyasini qo'llaydigan korxonalar uchun savdo natijalari ayniqsa muhimdir. Shu sababli, tovar nusxasini yaratishdan boshlab pirovard sotishgacha bo'lgan butun tovar harakati jarayonini qamrab oluvchi marketing rejalashtirish alohida o'rin tutadi.

Marketing faoliyatini operativ rivojlantirishda esa qisqa muddatli reja va chora-tadbirlar aniqlanadi hamda taktik dasturlar shakllantiriladi. Strategik, taktik va operativ marketing rejalarini ishlab chiqish jarayonida rejalashtirishning turli uslublaridan foydalaniladi. Ular muddati bo'yicha quyidagicha farqlanadi:

- uzoq muddatli rejalashtirish uslublari: portfel tahlili, morfologik tahlil, delphi usuli;
- o'rta muddatli rejalashtirish uslublari: tarmoqli rejalashtirish texnikasi, "maqsadli daraxt" bo'yicha qaror qabul qilish, morfologik tahlil, chiziqli dasturlash, moliyaviy-matematik usullar, evristik usullar;
- qisqa muddatli rejalashtirish uslublari: tarmoqli rejalashtirish, chiziqli dasturlash, transport masalalarini optimallashtirish, evristik usullar.

Amaliyotda tarmoqli rejalashtirish, bozor tahlili, moliyaviy-matematik modellar hamda chiziqli dasturlash kabi usullar keng qo'llanilmoqda.



1-Rasm. Marketingni nazorat qilish jarayoni asosiy bosqichlari

Manba: Adabiyotlar asosida mualliflar ishlanmasi

F. Kotler (1974) marketing faoliyatini baholashni ikki asosiy turga ajratib, ularning marketing boshqaruv tizimiga ta'sirini tahlil qilgan. Ushbu turlar — tashqi va ichki muhit omillarining o'zgarishiga nisbatan korxona tomonidan ta'sir ko'rsatish imkoniyatiga bog'liq bo'lib, marketing nazoratini ochiq va yopiq tizimlar sifatida tasniflaydi. Ochiq tizimda tashqi muhitdagi o'zgarishlarga moslashuvchanlik ustun bo'lsa, yopiq tizimda esa ichki jarayonlarni qat'iy nazorat qilish asosiy o'rinni egallaydi.

Muddati bo'yicha marketing baholash qisqa muddatli, o'rta muddatli hamda uzoq muddatli dasturlarga bo'linadi. Amaliyotda ayrim korxonalar strategik barqarorlikni ta'minlash maqsadida ikki yoqlama dastur, ya'ni uzoq muddatli strategik reja hamda qisqa muddatli operativ dasturlarni birgalikda ishlab chiqishga intiladi.

Shuningdek, qamrab olgan vazifasiga ko'ra marketing dasturlari oddiy (umumiy yo'nalishdagi) yoki maqsadli (aniq natijaga qaratilgan) dasturlarga ajratiladi. Maqsadli dasturlar, ayniqsa, aniq bozor segmentlariga, mahsulot turkumlariga yoki marketing aralashmasining alohida elementlariga qaratilgan bo'lib, natijaviylikni oshirishda muhim rol o'ynaydi.



1-jadval. Marketing dasturining asosiy tarkibiy elementlari va ularni shakllantirishda hisobga olinadigan mezonlar.

Marketing elementi	Hisobga olinadigan asosiy mezonlar va ko'rsatkichlar
Tovar siyosati	- Tovarning yangilik darajasi - Mahsulot assortimentining kengligi - O'xshash yoki o'rinbosar tovarlar soni - Mijoz ehtiyojlariga moslik darajasi - Sifat, texnologik murakkablik - Sotishgacha va sotuvdan keyingi xizmat talablari - Standartlashtirish / moslashuvchanlik - Patent himoyasi va sofligi - Tashkiliy tuzilmaning yangi ishlab chiqarishga mosligi - Yangi tovar yaratish xarajatlari - Sertifikatsiya majburiyligi - Rentabellik, investitsiyani qaytarish muddati - Yangi assortimentni o'zlashtirish muddati
Narx siyosati	- Raqobatchilar amaliyoti - Firma imkoniyatlari va maqsadlari - Bitta mahsulot uchun narx darajasi - Tovar hayot tsikliga mos narx dinamikasi - Assortimentdagi narx nisbati (sifat, texnika, yangilik) - Raqobatdosh tovarlar bilan narx munosabati - Talabning narxga elastikligi - Funksional va sof raqobat darajasi - Kirish/yuqori foyda/raqobatga qarshi narx strategiyasi - Servis, brend mashhurligi, sotish kanali uzunligi, chegirmalar
Sotish (taqsimot) siyosati	- Bozor segmentining sotuv tarmog'iga talabi - Kompaniyaning bozordagi tajribasi - Vositachilardan foydalanish maqsadga muvofiqligi - Vositachilar orqali sotish hajmini oshirish imkoniyati - Vositachilarning ishonchliligi va siyosati - Sotish tizimini yaratish uchun moliyaviy resurslar - Shaxsiy sotuv vs. vositachilar: solishtirma rentabellik - Etkazib berish mexanizmlari - Potensial buyurtmachilar soni va taqsimoti - Geografik konsentratsiya - Iste'molchilarning xarid odatlari - Tovarning bo'linuvchanligi, talabning o'zgaruvchanligi - Rahbariyatning faol kurash strategiyalari - Sotish kanallarini nazorat qilish darajasi
Kommunikatsiya (promotion) siyosati	- Reklama siyosatining xususiyatlari - Reklama argumentlari - Tovar hayot tsikliga mos reklama rejasi - Samarali reklama vositalari (TV, ijtimoiy tarmoqlar, print va boshqalar) - Reklama xarajatlari hajmi - Reklama samaradorligini baholash usullari - Reklama mazmunining tovar xususiyatlariga mosligi - Yarmarka/ko'rgazmalarda qatnashish samaradorligi - Iste'molchilar va vositachilarni rag'batlantirish vositalari - Sotishni rag'batlantirishga mablag' ajratish usullari (foiz, foyda, sotuv hajmiga asoslanib)
Marketing byudjeti	- Barcha marketing chora-tadbirlari xarajatlari - Marketing tadqiqotlari xarajatlari - Bozor bashoratlari tuzish xarajatlari - Ichki imkoniyatlarni o'rganish xarajatlari - Dasturni ishlab chiqish xarajatlari - Marketing xodimlari ish haqi - Tashqi marketing/reklama agentliklari xizmatlari - Vositachilarga to'lovlar - Dasturning ex-ante va ex-post baholash xarajatlari - Monitoring, nazorat va audit xarajatlari - Joriy o'zgartirishlar uchun moliyaviy zaxira



1-jadvalda ko'rsatilgandek, zamonaviy marketing dasturi faqat tovar yoki narxni belgilashdan tashqari, resurslar taqsimoti, tashqi muhit omillari, mijoz xatti-harakatlari hamda monitoring mexanizmlarini ham o'z ichiga oladi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Yuqorida keltirilgan ma'lumotlarga tayanib xulosa qilish mumkinki, korxona marketing strategiyasini baholashda turli xil ko'rsatkich va mezonlarni inobatga olish, shuningdek, har bir ko'rsatkich hamda mezon bo'yicha alohida tahliliy ishlarni amalga oshirish muhim hisoblanadi. Bugungi shiddat bilan rivojlanayotgan bozor iqtisodiyoti sharoitida tashqi muhitning tez o'zgarishi va korxonalar bozor faoliyatining murakkablashuvi natijasida biznes jarayonlarini takomillashtirish, iste'molchilar ehtiyojlarini to'liq qondirish, xizmat ko'rsatish sifatini har bir yo'nalishda oshirish hamda marketing samaradorligini doimiy ravishda kuzatib borish va baholash alohida ahamiyat kasb etadi.

Shu bilan birga, marketing strategiyasini baholash jarayonida korxonada standartlashtirilgan ko'rsatkichlar tizimini (KPI) joriy etish zarur. Bunda sotuv hajmi va foyda kabi moliyaviy ko'rsatkichlar bilan bir qatorda, mijozlar qoniqish darajasi, sodiqlik indeksi, xizmat ko'rsatish tezligi, reklama samaradorligi hamda bozor ulushi kabi nomoliyaviy ko'rsatkichlardan ham kompleks foydalanish lozim. Ayniqsa xizmat ko'rsatish korxonalarida xizmat sifati bevosita inson omiliga bog'liq bo'lgani sababli, marketing natijadorligini baholashda mijoz fikrini muntazam o'rganish va uning asosida tezkor tuzatishlar kiritish samaradorlikni oshiradi.

Bundan tashqari, marketing nazoratini yanada kuchaytirish maqsadida korxonalarda raqamli monitoring va analitik tizimlarni keng joriy etish tavsiya etiladi. Xususan, CRM platformalari, onlayn so'rovnomalar, veb-analitika hamda ijtimoiy tarmoqlardagi tahliliy vositalardan foydalanish orqali marketing strategiyasining real natijalarini tezkor baholash imkoniyati paydo bo'ladi. Natijada korxona bozor talablariga moslashuvchan ravishda harakat qilishi, resurslarni oqilona taqsimlashi va marketing strategiyasining barqaror samaradorligini ta'minlashi mumkin bo'ladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Дойль, П. Маркетинг-менеджмент и стратегии: 3-е изд. / пер. с англ.; под ред. Ю. Н. Каптуревского. — Санкт-Петербург, 2002. — 538 с.
2. Котлер, Ф., Келлер, К. Л. Маркетинг менеджмент: Экспресс-курс: 3-е изд. / пер. с англ.; под науч. ред. С. Г. Жильцова. — Санкт-Петербург, 2007. — 475 с.
3. Ковалев, А. И., Войленко, В. В. Маркетинговый анализ: 2-е изд., перераб. и доп. — Москва, 2000. — 109 с.
4. Голубков, Е. П. Основы маркетинга. — Москва, 2003. — 58 с.
5. Завгородняя, А. В., Ямпольская, Д. О. Маркетинговое планирование.
6. Ламбен, Ж.-Ж. Менеджмент, ориентированный на рынок / пер. с англ. — Санкт-Петербург: Питер, 2004. — 800 с.
7. Портер, М. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов / пер. с англ. — Москва: Альпина Бизнес Букс, 2005. — 454 с.
8. Ансофф, И. Стратегическое управление / пер. с англ. — Москва: Экономика, 1989. — 519 с.
9. Аакер, Д. А. Стратегическое рыночное управление / пер. с англ. — Санкт-Петербург: Питер, 2002. — 496 с.
10. Друкер, П. Ф. Эффективный руководитель / пер. с англ. — Москва: Вильямс, 2004. — 224 с.



IQTISODIYOT & TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal

Ingliz tili muharriri: Feruz Hakimov

Musahhih: Zokir ALIBEKOV

Sahifalovchi va dizayner: Oloviddin Sobir o'g'li

2026. № 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>