

MARKETING

ILMIY, AMALIY VA OMMABOP JURNAL



№10-SON

9710 xalqaro daraja



№240874



ISSN: 3060-4621

2025-YIL, OKTABR



OPEN  ACCESS



JURNALNING MAQSADI

Tadbirkorlik-biznes faoliyatini tashkil etishning marketing asoslarini, yo'nalishlari, echimlari, vositalarini yaratish va rivojlantirish

ALOQA UCHUN MA'LUMOTLAR

TEL: (97) 783-84-64

VEB-SAYT

www.marketingjournal.uz

ELEKTRON POCHTA:

info@marketingjournal.uz

TELEGRAM BOT:

[@marketingjournalbot](https://t.me/tidiumarketingjournal)

TELEGRAM KANAL:

<https://t.me/tidiumarketingjournal>

MUASSIS

“Tadbirkor va ishbilarmon” MCHJ

JURNALNING ILMIYLIGI

Marketing jurnali O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi Oliy attestatsiya komissiyasi rayosatining **2024-yil 04-oktabrdagi 332/5 sonli qarori** bilan milliy ilmiy nashrlar ro'yxatiga kiritilgan

INDEKSATSIYA



BOSH MUHARRIR

Xakimov Ziyodulla Axmadovich, iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent;

BOSH MUHARRIR O'RINBOSARI:

Yusupov Muxamadamin, iqtisodiyot fanlari nomzodi, professor;

TAHRIR HAY'ATI:

Abduraxmanova Gulnora Kalandarovna, i.f.d., prof., TDIU, Ilmiy ishlar va innovatsiyalar bo'yicha prorektor;

Ergashxodjayeva Shaxnoza Djasurovna, i.f.d., prof., TDIU, “Marketing” kafedrasini mudiri;

Soliyev Axmadjon Soliyevich, i.f.d., NamDTU, “Marketing” kafedrasini professori;

Ikramov Murad Akramovich, i.f.d., TDIU “Marketing” kafedrasini professori;

Tursunov Boburjon Ortqimrayevich, i.f.d., prof., TDIU, Iqtisodiy xavfsizlik kafedrasini mudiri, Xalqaro statistika instituti kengashi doimiy a'zosi;

Zarova Elena Viktorovna, i.f.d., G.V.Plexanov nomidagi Rossiya iqtisodiyot universiteti professori, Xalqaro statistika instituti kengashi doimiy a'zosi

Akramov Tohir Abdirahmonovich, i.f.d., TDIU, “Marketing” kafedrasini professori;

Ostonaqulova Gulsaraxon Muhammadyoqub qizi, i.f.d., TDIU, “Marketing” kafedrasini professori;

Samadov Asqarjon Mishomovich, i.f.n., TDIU, “Marketing” kafedrasini professori;

Shamshiyeva Nargizaxon Nosirxo'ja qizi, i.f.n., dots., TDIU Kengash kotibi;

Sobirov Azizbek Avazbekovich, PhD., TDIU, “Marketing” kafedrasini dotsenti;

Sadikov Shoxrux Shuxratovich, PhD, dots., TIU, Departament boshlig'i;

Musheva Shoirazimovna, i.f.n., SamSI, “Marketing” kafedrasini professori;

Kaxramonov Xurshidjon Shuxrat o'g'li, PhD., TDIU, “Marketing” kafedrasini dotsenti;

Djurabayev Otabek Djurabayevich, i.f.d., TDIU, “Innovatsion menejment” kafedrasini dotsenti;

Karimova Shirin Zoxid qizi, PhD, TDIU, “Axborot texnologiyalari” kafedrasini katta o'qituvchisi;

Mullabayev Baxtiyarjon Bulturbaevich, DSc., NamDTU, “Menejment” kafedrasini mudiri, dotsent;

Fayzullayev Javlonbek Sultonovich, DSc., TDIU, “Yashil iqtisodiyot” kafedrasini dotsenti;

Aliyev Yashnarjon Egamberdiyevich, DSc., TDIU, “Iqtisodiy va moliyaviy xavfsizlik” kafedrasini professori;

Bobojonov Azizjon Babaxanovich, DSc, TDIU, “Raqamli iqtisodiyot” kafedrasini dotsenti

Allayarov Shamsiddin Amanullayevich, DSc, prof., TDIU, “Savdo ishi” kafedrasini mudiri

Jumaev Olimjon Sadulloevich, DSc, Raqobat siyosati va iste'molchilar huquqlari tadqiqotlari markazi direktori;

Maxamadjanov Akbar Maxamadaliyevich, PhD., TDIU, Raqamli iqtisodiyot va axborot texnologiyalari fakulteti dekan muvini

Eshov Mansur Po'latovich, i.f.d., prof., Alfraganus universiteti O'quv ishlari bo'yicha prorektor;

Abduxayidov Abdumalik Maxkamovich, i.f.d., TDIU, “Turizm va servis” kafedrasini professori;

Kucharov Abrorjon Sobirjanovich, TDIU, “Biznes boshqaruvi va logistika” kafedrasini professori

Tuychiyev Alisher Jurayevich, Alfraganus University “Iqtisodiyot” fakulteti dekani, professor;

Nazarova Ra'no Rustamovna, TDIU, “Yashil” iqtisodiyot kafedrasini mudiri, Iqtisodiyot fanlari doktori, professor;

Usmonov Bunyod Aktam o'g'li, PhD, TDIU, Moliyaviy tahlil kafedrasini v.b.dotsenti;

Dehqonov Burxon Rustamovich, PhD., TDIU, Ilmiy tadqiqot faoliyatini tashkil etish bo'limi bosh mutaxassisi;

Turobova Hulkar Rustamovna, PhD., BuxDU, Yashil iqtisodiyot va agrobiznes kafedrasini dotsenti;

Boltaev Umidjon Talant o'g'li, i.f.f.d., PhD., Toshkent arxitektura qurilish instituti “Iqtisodiyot va ko'chmas mulkni boshqarish” kafedrasini dotsenti;

Bayxonov Bahodirjon Tursunbayevich, i.f.n., DSc, NamDTU, “Menejment” kafedrasini dotsenti;

Pardayev Sherzod Xolmurodovich, i.f.f.d., PhD., TDIU, “Yashil iqtisodiyot va barqaror biznes” kafedrasini dotsenti;

Beknazarov Behzod Baxtiyor o'g'li, PhD., Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti Samarqand filiali “Yashil iqtisodiyot va barqaror biznes” kafedrasini dotsent v.b.

Elektron nashr 661 sahifa. E'lon qilishga 2025-yil 31-oktabrda ruxsat etildi

MUNDARIJA

MINTAQALAR RIVOJLANISHINING IMIJ YARATISHGA ASOSLAGAN NAZARIYALARI.....	7
Duschanov Alisher Sherzod o‘g‘li	
ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ ТУРИЗМА В УСЛОВИЯХ ИЗМЕНЕНИЯ КЛИМАТА: СЕЗОННОСТЬ И МИНИМИЗАЦИЯ ЕГО НЕГАТИВНОГО ВЛИЯНИЯ	14
Муминов Нозим Гаффарович, Қодирзода Фазлиддин Садриддин, Гусейнов Хафиз Фехруз Оғлу, Хубони Сорбон	
О‘ЗBEKISTON TIJORAT BANKLARIDA INVESTITSION PORTFELNI BOSHQARISHNING SAMARALI TIZIMINI JORIY ETISH.....	21
Madrimov Shuhrat Bahodir o‘g‘li	
О‘ZBEKISTONDA TERICHILIK SANOATINI RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI.....	28
Kadirova Maraljan Matyakubovna	
TIKUV-TRIKOTAJ KORXONALARIDA MARKETING FAOLIYATI NATIJADORLIGI VA UNI SAMARALI BOSHQARISH.....	38
Muminov Dilmurod To‘xtasinovich	
О‘ZBEKISTONDA ALKOGOL VA TAMAKI MAHSULOTLARI UCHUN AKSIZ SOLIG‘I BIRXILLASHTIRILGAN STAVKALARINING SANOAT KO‘RSATKICHLARIGA TA’SIRI	45
Pulatov Dilshod Xaqberdiyevich, Mamatkulov Salimjon Raxmonkulovich, Xujamuradov Abrorbek Ro‘zumurat o‘g‘li, Otabekov Otajon G‘ayrat o‘g‘li, Abdiyev Mansur Musurmonovich	
SANOAT INFRATUZILMASINING ASOSIY KOMPONENTLARI VA ULARNI BOSHQARISH HAMDA OPTIMALLASHTIRISH MEKANIZMLARI.....	51
Rasulov Jamshid Karimovich	
О‘ZBEKISTONDA BIG DATA VA SUN‘IY INTELLEKT (AI) YORDAMIDA TO‘QIMACHILIK KORXONALARINI BARQAROR RIVOJLANTIRISH	59
Rustambekov Djasur Askarovich	
THE ROLE OF AGRICULTURE IN THE ECONOMY OF OUR COUNTRY	66
Saurova Inobat Ikramovna, Kadirbergenova Shaydo Umirbekovna	
О‘ZBEKISTON QATTIQ CHIQINDILARNI QAYTA ISHLASH KORXONALARIDA INNOVATSION MENEJMENT STRATEGIYALARIDAN FOYDALANISH	73
Temirov Azizbek Voit o‘g‘li	
UZUMCHILIK SOHASIDA IQTISODIY SAMARADORLIKNI SHAKLLANTIRUVCHI OMILLAR VA ULARNING TAHLILI	87
Tursunov To‘lqin Jo‘raqulovich	
TADBIRKORLIK FAOLIYATIDA INNOVATSION BOSHQARUV USULLARIDAN FOYDALANISH	98
Ubaydullayev Lutfulla Xabibullayevich	
KREATIV IQTISODIYOTNI VUJUDGA KELISHI VA RIVOJLANISHINING O‘ZIGA XOS XUSUSIYATLARI.....	104
Ismailov Azizbek Ruzimaxmatovich	
О‘ZBEKISTON HUDUDLARINING IJTIMOIIY-IQTISODIY TABAQALANISH DARAJASI TAHLIL QILISHNING USLUBIY ASOSLARINI TAKOMILLASHTIRISH	111
Ibragimov Bahrom Bahodirovich	
IPAKCHILIK KORXONALARDA INNOVATSION FAOLIYATNI BOSHQARISH JARAYONINI RIVOJLANTIRISH MODELLARINI ISHLAB CHIQISH.....	117
Aliyeva Nodiraxon Abdumalikovna	
KICHIK BIZNES SUBYEKTLARI FAOLIYATIDA IQTISODIY RESURLARDAN FOYDALANISH SAMARADORLIGINI OSHIRISH	124
Alimov Muhammadbobur Ibragimjonovich	
ВНЕДРЕНИЕ ТЕХНОЛОГИЙ «УМНОГО ГОРОДА» В УПРАВЛЕНИЕ ЖИЛИЩНО-КОММУНАЛЬНЫМ ХОЗЯЙСТВОМ	131
Кахрамонов Хуршиджон Шухрат угли	

КОНЦЕПТУАЛЬНЫЕ ОСНОВЫ СТРАТЕГИЧЕСКОГО УПРАВЛЕНИЯ ИННОВАЦИОННЫМ РАЗВИТИЕМ СТРОИТЕЛЬНЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ.....	141
Ортикхужаева Юлдуз Азатовна	
OZIQ-OVQAT XAVFSIZLIGINI TA'MINLASHDA QISHLOQ XO'JALIGI MAHSULOTLAR BOZORINI RIVOJLANTIRISH USTUVOR MASALALARI.....	151
Aliev Yashnarjon Egamberdievich	
RESURS TEJAMKOR QURILISH MATERIALLARI ISHLAB CHIQRISHNING IQTISODIY ASOSLARI VA TARMOQ SAMARADORLIGI.....	157
Allasugirov Nurmuxammed Baxtiyarovich	
TO'QIMACHILIK KORXONALARINING ASSORTIMENT SIYOSATI VA UNI BOSHQARISHGA ILMIY YONDASHUVLAR.....	163
Boboxo'jayev Baxtiyor Nazirxo'jayevich	
QURILISH SANOATI INVESTITSION JOZIBADORLIGINI SHAKLLANTIRISHNING MOHIYATI VA SHART-SHAROITLARI.....	170
Boltayev Umidjon Talant o'g'li	
UMUMIY OVQATLANISH KORXONALARIDA MASHINAVIY O'RGANISH USULLARI ORQALI TALABNI TAHLIL QILISHGA USLUBIY YONDASHULAR.....	182
Sharibaev Rasuljon Nosir o'g'li, Muxitdinov Shuhrat Ziyavitdinovich, Ibragimov Isroil Usmanovich	
ТЕОРЕТИКО-МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ ФОРМИРОВАНИЯ МАКРОЭКОНОМИЧЕСКОЙ МОДЕЛИ СТРАТЕГИЧЕСКОГО РАЗВИТИЯ РЕГИОНА.....	189
Ахмедов Камолхон, Исраилов Рустамбек Ибрагимович	
TADBIRKORLIK SUBYEKTLARIDA INVESTITSİYALARDAN UNUMLI FOYDALANISHNING NAZARIY ASOSLARI.....	198
Isakov Axmadali Esanbaevich	
KORXONALAR EKSPORT SALOHİYATINI RIVOJLANTIRISHDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALARDAN FOYDALANISH YO'NALISHLARI.....	207
Karrieva Yakutjan Karimovna	
СРАВНИТЕЛЬНАЯ ОЦЕНКА РЕЗУЛЬТАТИВНОСТИ ЭКОНОМИЧЕСКИХ СИСТЕМ ПО ПОКАЗАТЕЛЯМ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ.....	214
Ахмедов Камолхон, Исраилов Рустамбек Ибрагимович	
FRANCHAYZING VA KLASSTER YONDASHUVI SHAROITIDA UMUMIY OVQATLANISH KORXONALARINI RIVOJLANTIRISHNING TASHKILIY-IQTISODIY MEXANIZMI.....	225
Sharibaev Rasuljon Nosir o'g'li, Muxitdinov Shuhrat Ziyavitdinovich, Ibragimov Isroil Usmanovich	
ELEKTRON TIJORATDA SUN'IY INTELLEKT TEXNOLOGIYALARIDAN FOYDALANISHNING AHAMIYATI.....	231
Shaislamova Muazzamxon Raximxodjaevna	
PAXTA-TO'QIMACHILIK KLASSTERLARINI HUDUDIY RIVOJLANTIRISH MODELLARI VA MEZONLARI.....	238
Sharipov Rasulbek Siddiqovich	
PARKENT TUMANIDA OLTIN BEL TOG' KURORTINI RIVOJLANTIRISHNING MARKETING STRATEGIYALARI.....	246
Ashurov Abdulaziz Rustamovich, Ishmuratov Baxodir Xusanovich, Mahmudov Ziyoviddin Shamsiddinovich, Fatema Nabizada Javid	
MINTAQADA KLASSTERLARNI RIVOJLANTIRISHDA ZAMONAVIY MODELLARNI QO'LLASH MASALALARI.....	260
Kadirov San'at Yuldashevich	
AGROKLASSTERLARNING IQTISODIY SAMARADORLIGINI OSHIRISH KO'RSATKICHLARINI BAHOLASH.....	266
O'rinboyev Ulug'bek Otabekovich	
RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA BIZNES MODELLARINING RIVOJLANISH BOSQICHLARI.....	273
Saatova Lolakhon Ergashevna	
HUDUDLARNI IJTIMOIY-IQTISODIY RIVOJLANISHIGA OMILLAR TA'SIRINI BAHOLASH.....	281
Salayeva Lobar Ulug'bek qizi	
RAQAMLI TRANSFORMATSIYA SHAROITIDA SANOAT KORXONALARINING BARQARORLIGINI TA'MINLASH OMILLARI.....	290
To'rayev Sardorbek To'rayevich	
MINTAQQA IQTISODIY SALOHİYATINI OSHIRISHNING ILMIY-NAZARIY JIHATLARI.....	297
Turayev Og'abek Kaxramonovich	

TRANSFORMATSION IQTISODIY RIVOJLANISHDA SHAHAR BOSHQARUVINING YANGI MODELI SIFATIDA URGANCH TAJRIBASI	305
Radjabov Bunyod Madirimovich	
AKSIYADORLIK JAMIYATLARINING MOLIVAVIY PUL OQIMLARI VA STRATEGIK MARKETING INTEGRATSIYASI.....	312
Masharipova Shahlo Adambaevna	
EKSPORT FAOLIYATINI DIVERSIFIKATSIYA QILISH JARAYONIDA MOLIVAVIY MEXANIZMLARNI OPTIMALLASHTIRISH YO'NALISHLARI	320
To'rayeva Yulduz Shamsiddin qizi	
KICHIK BIZNES SUBYEKTLARIDA RAQAMLI MARKETING TEXNOLOGIYALARINI JORIY ETISH JARAYONIDA INNOVATSION YONDASHUVLARNI TAKOMILLASHTIRISHNING NAZARIY VA AMALIY ASOSLARI	328
Tursunxo'jayeva Gulnoza Jamoliddin qizi	
OLIY TA'LIM VA MEHNAT BOZORI INTEGRATSIYASI ASOSIDA YUQORI MALAKALI KADRLAR BILAN TA'MINLASHNING ASOSIY YO'NALISHLARI	336
Haqqulov Fazliddin Faxriddinovich	
SUN'IY INTELLEKT VA ANALITIK PLATFORMALAR YORDAMIDA RAQAMLI MARKETING SAMARADORLIGINI OSHIRISH YO'LLARI	345
Amonov Mirzohid Tuymuratovich	
BARQAROR MAHALLANI REJALASHTIRISHDA AQLLI MAHALLA TIZIMI IMKONIYATLARI.....	356
Qulmatova Sayyora Safarovna	
OLIY TALIMGA TALABALARNI JALB ETISHNING RAQAMLI MARKETING VOSITALARI	362
Isamuxametov Shukurullo Asatullayevich	
BANK MENEJMENTIDA MIJOZLAR BILAN MUNOSABATLARNI BOSHQARISH (CRM) TIZIMINING SAMARADORLIGINI OSHIRISH MEXANIZMLARI	369
Kuliev Naim Xalimovich	
O'ZBEKISTON RESPUBLIKASIDA OLIY TA'LIM TASHKILOTLARINING IJTIMOY TARMOQLARDAGI REYTINGINI BAHOLASHGA YONDASHUVLAR	382
Maxmudov Faxriddin Umarovich	
MINTAQAVIY XIZMATLAR SOHASIDA INSON KAPITALINI RIVOJLANTIRISH VA MENEJMENT SIFATINING O'ZARO BOG'LIQLIGI	388
Maxmudova Nozimaxon Baxriddinxonovna	
FRANCHAYZING BRENDLARI UCHUN "BRENDLUK" KONSEPSIYASINING ILMIY ASOSLARI VA AMALIY NATIJALARI.....	399
Xodjayev Anvar Rasulovich	
MINTAQQA IQTISODIY SALOHİYATINI OSHIRISHNING ILMIY-NAZARIY JIHATLARI	410
Turayev Og'abek	
QISHLOQ XO'JALIGI MAHSULOTLARI BOZORIDA DIVERSIFIKATSIYA STRATEGIYASINING RAQOBATBARDOSHLIKKA TA'SIRI	418
Xudayberganov Jasur Baxodirovich	
XO'JALIK YURITUVCHI SUBYEKTLARNING TASHQI SAVDO FAOLIYATIGA BANKLAR TOMONIDAN HISOB-KITOB XIZMATI KO'RSATISH AMALIYOTINI TAKOMILLASHTIRISH	427
Ibodullayeva Ma'rifat To'liqin qizi	
TO'QIMACHILIK KORXONALARIDA MEXNAT RESURSLARIDAN FOYDALANISH SAMARADORLIGI.....	436
Yusupova Dildora Turadjanovna, Musayev Shavkatjon Kayumjonovich	
O'ZBEKISTONDA IQTISODIY ISLOHOTLAR SHAROITIDA SOLIQ SIYOSATINI TAKOMILLASHTIRISH	441
Jumayev Shuxrat	
IMPROVING CONSUMER RIGHTS PROTECTION MECHANISMS IN UZBEKISTAN'S AUTOMOBILE DELIVERY SYSTEM: LEGAL FRAMEWORKS AND DIGITAL TRANSFORMATION DIRECTIONS	450
Raupov Abdurahmon Ilhomovich	
АНАЛИЗ ВЛИЯНИЯ КРЕАТИВНОЙ ИНДУСТРИИ НА ТУРИСТИЧЕСКИЙ РЫНОК КАРАКАЛПАКСТАНА	457
Хошимова Камилла Навфал кизи	
ISHLAB CHIQARISH JARAYONLARINI OPTIMALLASHTIRISHDA LEAN MENEJMENT TAMOIYILLARI.....	473
Bakayeva Mohira Axrorovna	

TURIZMDA RAQAMLI MARKETING STRATEGIYALARINING AMALIY SAMARADORLIGINI TAHLIL QILISH.....	484
Zufarov Akmal Gulamiddinovich	
MAHSULOT TANNARXIGA KIRITILADIGAN XARAJATLARI VA ULARNI OPTIMALLASHTIRISH..	498
Djumanov Sayitmurod Alimbekovich	
DIGITAL TRANSFORMATION OF BANK ASSET MANAGEMENT: LESSONS FROM THE EU DIGITAL FINANCE STRATEGY FOR UZBEKISTAN (JEAN MONNET MODULE)	505
Shirnova Shokhsanam	
ЗЕЛЕНОЕ ФИНАНСИРОВАНИЕ В ЗЕЛЕНОЙ ЭКОНОМИКЕ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА	511
С. Х. Халиков	
СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ТРАНСПОРТНЫХ УСЛУГ: ТЕНДЕНЦИИ, СТРУКТУРА И ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ (ОПЫТ УЗБЕКИСТАНА)	518
Кайыбеков Парухат Коньсбаевич	
BANK SOHASIDA RAQAMLI TRANSFORMATSIYA: FINTECH YECHIMLARI VA MIJOZLARGA XIZMAT KO'RSATISH INNOVATSIYALARI.....	525
Rasulov Nuriddin Abdullayevich, Axmedova Nodira Abdurashid qizi	
UZUM YETISHTIRUVCHI KICHIK VA O'RTA KORXONALAR RAQOBATBARDOSHLIGINI VA INVESTITSION JOZIBADORLIGINI OSHIRISH UCHUN INNOVATSION RAQAMLI MARKETING STRATEGIYALARI.....	530
Usmonova Diyora Mahmud qizi	
IQTISODIYOTGA TO'G'RIDAN-TO'G'RI XORIJIY INVESTITSIYALARNI JALB QILISH MEKANIZMIGA TA'SIR ETUVCHI OMILLAR TAHLILI	541
Mamatkulova Nadira Makkamovna	
YASHIL IQTISODIYOTDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALAR (FINTECH) ORQALI MOLİYALASHTIRISH IMKONIYATLARI.....	555
Allayarov Suxrob Rustamovich	
O'ZBEKISTONDA 2026-YILGA SOLIQ MA'MURCHILIGINI TAKOMILLASHTIRISH YUZASIDAN ISHLAB CHIQLIGAN TAKLIFLAR.....	564
Normurzayev Umid Xolmurzayevich	
SAVDO-MAMLAKAT IQTISODIYOTI RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRUVCHI MUHIM OMIL	575
Soliyev Axmadjon	
TASHABBUSLI BYUDJET LOYIHASNINING MOLİYALASHTIRISH MANBALARI TAHLILI	583
Xamidov Xabibullo Xikmatulla o'g'li	
TADBIRKORLIK SUBYEKTLARINING INNOVATSION FAOLIYATINI MOLİYALASHTIRISH	591
Daniyarov Kuatbay Dauirxanovich	
O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI HUDUDLARIDA TURAR-JOY KO'CHMAS MULK BOZORINING RIVOJLANISH TENDENSIYALARI.....	601
Bayxonov Baxodirjon Tursunbayevich	
XALQARO STANDARTLAR ASOSIDA KONSOLIDATSIYALASHGAN MOLİYAVIY HISOBOT TUZISHNI TAKOMILLASHTIRISH.....	610
Avazov Ixom Ravshanovich	
ЗЕЛЕНОЕ ФИНАНСИРОВАНИЕ В ЗЕЛЕНОЙ ЭКОНОМИКЕ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА	618
С.Х. Халиков	
KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLARGA MOLİYAVIY YORDAM KO'PAYTIRISH	625
Ortiqov Ulug'bek Akrombek o'g'li	
TURIZM XIZMATLARINI TASHKIL ETISHDA TRANSFORMATSIYALASH JARAYONLARIDAN FOYDALANISH YO'LLARI.....	631
Tajieva Shaxnoza Mamarejabovna	
TIJORAT BANKLARIDA DEPOZIT OPERATSIYALARNI RIVOJLANTIRISHNING AQSH TAJRIBASI.....	642
Rahimov Akmal Matyaqubovich	
INSON KAPITALINI SAMARALI BOSHQARISH ORQALI KORXONA RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISH	653
Ochilov Akram Odilovich, Xasanova Aziza Ikromovna	

TO‘QIMACHILIK KORXONALARINING ASSORTIMENT SIYOSATI VA UNI BOSHQARISHGA ILMIY YONDASHUVLAR

Boboxo‘jayev Baxtiyor Nazirxo‘jayevich

TDIU, “Marketing” kafedrası
mustaqil tadqiqotchisi, PhD.

Annotatsiya

Ushbu maqolada to‘qimachilik korxonalarining assortiment siyosatini shakllantirish va boshqarishning nazariy hamda amaliy jihatlarini yoritilgan. Assortiment siyosati korxonaning bozordagi raqobatbardoshligini ta’minlovchi muhim omil sifatida baholanib, uning barqarorlik, to‘liqlik, yangilanish va uyg‘unlik kabi ko‘rsatkichlari ilmiy jihatdan tahlil qilingan. Tadqiqotda assortiment siyosatini boshqarishda tizimli yondashuv, iqtisodiy tahlil va marketing modellari asosida ishlab chiqilgan ko‘rsatkichlardan foydalanilgan.

Assortiment barqarorligi, to‘liqligi va yangilanish koeffitsiyentlarini aniqlash orqali mahsulot portfelining bozor talablariga mosligi, korxona faoliyatining samaradorligi hamda resurslardan foydalanish darajasi baholandi. Shu bilan birga, assortimentni yangilash va diversifikatsiya qilishda innovatsion yondashuvlar, dizayn va iste’molchi afzalliklarini hisobga olish bo‘yicha amaliy takliflar ishlab chiqilgan. Tadqiqot natijalari to‘qimachilik korxonalari uchun assortiment siyosatini ilmiy asosda rejalashtirish va optimallashtirish imkonini beradi.

Kalit so‘zlar: to‘qimachilik sanoati, assortiment siyosati, barqarorlik koeffitsiyenti, to‘liqlik ko‘rsatkichi, yangilanish indeksi, assortiment boshqaruvi, bozor talablari, innovatsion yondashuv, marketing strategiyasi.

Аннотация

В статье рассмотрены теоретические и практические аспекты формирования и управления ассортиментной политикой текстильных предприятий. Ассортиментная политика рассматривается как важнейший фактор обеспечения конкурентоспособности предприятия на рынке, при этом показатели устойчивости, полноты, обновляемости и согласованности анализируются с научной точки зрения. В исследовании использованы методы системного подхода, экономического анализа и маркетингового моделирования.

Определение коэффициентов устойчивости, полноты и обновляемости ассортимента позволило оценить соответствие продуктового портфеля рыночному спросу и эффективность деятельности предприятия. Также предложены практические рекомендации по обновлению и диверсификации ассортимента с учётом инновационных подходов, дизайна и потребительских предпочтений. Результаты исследования позволяют научно обосновать планирование и оптимизацию ассортиментной политики текстильных предприятий.

Ключевые слова: текстильная промышленность, ассортиментная политика, коэффициент устойчивости, показатель полноты, индекс обновляемости, управление ассортиментом, рыночный спрос, инновационный подход, маркетинговая стратегия.

Abstract

This article examines the theoretical and practical aspects of forming and managing the assortment policy of textile enterprises. The assortment policy is considered as a key factor in ensuring the competitiveness of enterprises in the market. Indicators such as stability, completeness, renewability, and consistency are scientifically analyzed. The study applies a systematic approach, economic analysis, and marketing modeling methods to evaluate assortment management efficiency.

By determining the stability, completeness, and renewal coefficients, the conformity of the product portfolio to market demand and the effectiveness of enterprise operations were assessed. The research also provides practical recommendations for assortment renewal and diversification, taking into account innovative approaches, product design, and consumer preferences. The results contribute to the scientific justification of planning and optimizing assortment policy in textile enterprises.

Keywords: textile industry, assortment policy, stability coefficient, completeness indicator, renewal index, assortment management, market demand, innovative approach, marketing strategy.

KIRISH

Korxonalar faoliyatida mahsulotlar assortimenti marketing boshqaruvining nazariy-uslubiy jihatlari alohida ahamiyatga ega. Chunki assortiment korxonaning tijorat siyosati, bozordagi raqobatbardoshlik darajasi va iste'molchi ehtiyojlarini qondirish ko'lamini belgilaydi. Xalqaro va milliy amaliyot shuni ko'rsatmoqdaki, marketing boshqaruvi samaradorligini oshirishda assortiment siyosatini ilmiy-nazariy asosda yo'naltirish muhim hisoblanadi.

Assortiment boshqaruvining nazariy jihatlari mahsulot turlari va ularning bozor segmentlari o'rtasidagi munosabatni ochib berish, korxonaning strategik maqsadlarini iste'molchi talablari bilan uyg'unlashtirishni talab qiladi. Uslubiy jihatlar esa bozor konyunkturasini o'rganish, talab va taklif muvozanatini hisobga olish, raqobatchilar siyosati hamda iste'molchilar afzalliklarini tahlil qilish asosida assortimentni shakllantirish mexanizmlarini qamrab oladi.

Shu bois, to'qimachilik korxonalarida mahsulotlar assortimenti marketing boshqaruvining nazariy-uslubiy asoslarini takomillashtirish nafaqat milliy bozorda barqaror ishlash, balki mintaqaviy va jahon bozorlarida ham uzoq muddatli raqobat ustunligini ta'minlashga xizmat qiladi. Bu jarayon marketing strategiyasi, innovatsion yondashuvlar va raqamli texnologiyalar bilan uyg'un holda qo'llanilganda samarali natija beradi.

ADABIYOTLAR SHARHI

Assortiment siyosatini samarali boshqarish masalasi turli sohalarda, jumladan oziq-ovqat, sanoat va xizmat ko'rsatish tarmoqlarida keng o'rganilgan bo'lib, so'nggi yillarda bu yo'nalish raqobatbardoshlikni ta'minlashning strategik omili sifatida qaralmoqda. Assortiment siyosatining iqtisodiy va tashkiliy jihatlari MDH mamlakatlari olimlarining asosiy o'rganish sohasi bo'lib kelgan.

L.S. Baranova (2021) tadqiqotlarida oziq-ovqat sanoati korxonalari misolida assortiment siyosatini shakllantirishning iqtisodiy usullari tahlil qilingan. Muallif korxona resurslaridan oqilona foydalanish va bozor talabini prognozlash asosida mahsulot turlarini optimallashtirish modelini taklif etgan [1].

Ye.A. Telnova va A.A. Zagoruychenko (2020) assortiment siyosatini aholi uchun mahsulot va xizmatlar mavjudligini ta'minlovchi omil sifatida baholaydi. Ular assortimentni kengaytirish hamda turlar muvozanatini saqlash orqali bozor segmentlariga moslashuvni ta'minlash zarurligini ta'kidlaydilar [2].

A.Yu. Sidorovich (2020) korxonalarda tovar-assortiment siyosatini takomillashtirishning amaliy modelini ishlab chiqib, assortiment siyosatini marketing tadqiqotlari, talab elastikligi va ishlab chiqarish quvvatlari bilan bog'lash zarurligini asoslab bergan [3].

T.A. Bulavina va N.Yu. Logunova (2022) umumiy ovqatlanish korxonalarida optimal savdo assortimentini shakllantirish usullarini tahlil qilgan. Ular assortiment boshqaruvida texnologik cheklovlar, talab prognozi va logistika omillarini integratsiyalash muhimligini ko'rsatadilar [4].

A. Radionova (2020) assortiment siyosatini raqobatbardoshlikni oshirishning ustuvor vositasi sifatida ko'radi. Muallif assortiment portfelini diversifikatsiya qilish, yangi mahsulot turlarini joriy etish va innovatsion dizayn orqali bozor ulushini kengaytirish strategiyasini ilgari suradi [5].

K.V. Yevdokimov, V.I. va D.V. Samorukovlar (2020) sanoat korxonalarida mahsulot assortimentini iste'molchilar ehtiyojlariga moslashtirish bo'yicha tadqiqotlar olib borib, bozor tahlillari va so'rov natijalari asosida "adaptiv assortiment siyosati" konsepsiyasini taklif qilganlar [6].

Xorijiy mualliflar assortimentni matematik modellashtirish va optimallashtirish sohasida muhim ilmiy natijalarga erishganlar. Mazkur olimlar assortimentni optimallashtirish modellarini ishlab chiqib, analitik yondashuvlarni amaliyotga tatbiq etganlar.

Y. Xu va Z. Wang (2023) mahsulot tanlovi ko'p bosqichli qaror qabul qilish modellariga (multistage choice model) asoslangan assortiment optimallashtirish usulini taklif etgan. Ushbu yondashuv iste'molchi qarorlarini dinamik ravishda hisobga olib, real vaqtda assortiment tarkibini yangilash imkonini beradi [7].

V. Martínez-de-Albéniz va S. Kunnumkal (2022) integrallashgan inventar va assortiment rejalashtirish modelini ishlab chiqib, zaxira boshqaruvi hamda assortiment siyosatini yagona optimallashtirish tizimida birlashtirgan. Bu model sanoat korxonalarida ishlab chiqarish va marketing qarorlarini muvofiqlashtirish imkonini beradi [8].

A.G. Kök, M.L. Fisher va R. Vaidyanathan (2008) assortiment rejalashtirish bo'yicha ilmiy va amaliy adabiyotlarni keng qamrovli tahlil qilib, assortimentni strategik, taktik va operatsion darajalarda boshqarishning asosiy tamoyillarini belgilab bergan [9].

J.K. Chong, T.H. Ho va C.S. Tang (2001) tovar kategoriyalari bo'yicha assortiment rejalashtirishning modellashtirish ramkasini (category assortment

framework) taklif etgan. Ular assortiment siyosatini kategoriya menejmenti va mijoz segmentatsiyasi bilan bog'lash samaradorlikni oshirishini ko'rsatadilar [10].

K.J. Ferreira, S. Parthasarathy va S. Sekar (2022) mahsulotlarning assortimentdagi joylashuvini optimal tanlash uchun "learning to rank" algoritmligiga asoslangan modelni taklif qilganlar. Bu usul ma'lumotlarning katta hajmidan foydalanib, mijoz afzalliklarini aniqlash hamda real vaqtda assortiment tarkibini optimallashtirish imkonini beradi [11].

Yuqoridagi ilmiy manbalar tahlilidan ko'rinib turibdiki, assortiment siyosati mahsulot diversifikatsiyasi, bozor segmentatsiyasi, mijoz ehtiyojlariga moslashuv va innovatsion boshqaruv qarorlari orqali korxonaning raqobatbardoshligini ta'minlovchi strategik vosita hisoblanadi. Bu g'oyalar to'qimachilik korxonalari uchun ham dolzarbdir, chunki bu sohada mavsumiy talab, dizayn yangilanishi, moda trendlari va eksport bozorlari kabi omillar assortiment siyosatini dinamik boshqarishni talab qiladi.

Shu sababli, to'qimachilik korxonalarida assortiment siyosatini takomillashtirishda quyidagi ilmiy yondashuvlar ustuvor ahamiyat kasb etadi:

- bozor ma'lumotlariga asoslangan talab prognozlari (data-driven forecasting);
- kategoriya va kolleksiya darajasida assortiment rejalashtirish (assortment planning by collection/category);
- raqamli tahlil va mashinali o'rganish usullaridan foydalangan holda optimallashtirish;
- assortiment siyosatini brend strategiyasi va eksport pozitsiyalash bilan integratsiyalash.

METODOLOGIYA

Tadqiqotning metodologik asosini iqtisodiy tahlil, tizimli yondashuv va marketing nazariyasining zamonaviy qoidalari tashkil etadi. Assortiment siyosatini boshqarish masalasi korxonaning marketing, moliya va ishlab chiqarish faoliyati bilan uzviy bog'liq bo'lgan kompleks tizim sifatida qaraldi.

Tadqiqotda quyidagi ilmiy yondashuvlar va nazariy modellardan foydalanildi:

- tizimli tahlil usuli — to'qimachilik korxonalarida assortiment siyosatini shakllantiruvchi ichki (ishlab chiqarish quvvati, resurs ta'minoti, logistika) va tashqi (bozor muhiti, moda tendensiyasi, mavsumiylik) omillarni o'zaro bog'liq holda o'rganish;
- marketing nazariyasi — bozor segmentatsiyasi, mijoz ehtiyojlarini prognoz qilish va mahsulot pozitsiyalash jarayonlarini tahlil qilish;
- iqtisodiy modellashtirish — assortiment barqarorligi, to'liqligi va yangilanish koeffitsiyentlarini hisoblash orqali iqtisodiy samaradorlikni baholash.

To'qimachilik korxonalarida assortiment siyosatini ilmiy asosda tahlil qilish uning iqtisodiy samaradorligini baholash va bozor talablariga mos ravishda optimallashtirish imkonini beradi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Assortimentni to'g'ri shakllantirish bilan bir qatorda, uning barqarorligini ta'minlash ham korxonaning marketing siyosatida muhim ahamiyat kasb etadi.

Barqarorlik ko'rsatkichi (U) korxonaga bir xil mahsulot turlariga bo'lgan talabni uzluksiz qondirish imkonini beradi. Bu ko'rsatkich assortiment siyosatining bozor ehtiyojlariga mosligi va mahsulot portfelining optimal tuzilishini baholashda muhim mezon hisoblanadi.

To'qimachilik sohasida mavsumiy talabni hisobga olgan holda ishlab chiqaruvchi korxona qishki mahsulotlar assortimenti strategiyasini amalga oshirishi mumkin. Bunday holda korxona issiq kiyim turlarini — sviter, jemper, sharf va aksessuarlarning muvofiq kombinatsiyasini taklif etib, turli yosh guruhlari (o'smirlar, kattalar va ayollar) ehtiyojlariga moslashgan assortiment shakllantiradi. Bu strategiya, shuningdek, mavsumiy va trend mahsulotlarning joriy etilishini ham qamrab oladi.

To'qimachilik mahsulotlari turlarining barqarorligini baholash uchun barqarorlik koeffitsiyenti (K_u) qo'llaniladi. U quyidagicha ifodalanadi:

$$K_u = \Pi_d / \Pi_y$$

bu yerda:

- Π_y — iste'molchilar o'rtasida barqaror talabga ega bo'lgan mahsulot turlari soni;
- Π_d — ma'lum turdagi mahsulotlarning umumiy soni;
- U — ma'lum bir mahsulot turiga bo'lgan doimiy talab.
- Assortiment barqarorligi koeffitsiyentining optimal qiymatlari quyidagi darajalardan past bo'lmasligi kerak:
 - supermarketlar uchun — 0,90;
 - minimarketlar uchun — 0,80;
 - kiyim-kechak va poyabzal savdo shoxobchalari uchun — 0,75;
 - uy jihozlari, sport va madaniyatga oid mahsulotlar uchun — 0,85.

Barqaror assortimentni ta'minlash to'qimachilik korxonalarida sotuv hajmini oshirish, zaxirani samarali boshqarish va iste'molchilar ehtiyojlariga tez moslashish imkonini beradi.

Assortiment siyosatining yana bir muhim mezoni — to'liqlik ko'rsatkichi (P) bo'lib, u iste'molchilarning bir xil ehtiyojlarini qanchalik to'liq qondirish imkonini ko'rsatadi. To'liqlik indeksi haqiqiy (P_d) va asosiy (P_b) ko'rsatkichlarga bo'linadi. To'liqlik koeffitsiyenti (K_p) quyidagicha aniqlanadi:

$$K_p = P_b / P_d$$

bu yerda:

- Π_d — haqiqiy to'liqlik;
- Π_b — asosiy to'liqlik.

Haqiqiy to'liqlikning yuqori bo'lishi korxonaning marketing tadqiqotlariga asoslangan holda ish olib borishini va bozor konyunkturasiga tez moslashuvini ko'rsatadi. To'qimachilik korxonalarida bu ko'rsatkich mahsulot kolleksiyalarining kengligi va assortiment aylanmasi hajmi bilan belgilanadi.

Assortimentning yangilanishi (N) — yangi mahsulotlarga bo'lgan talabni qondirish darajasini ifodalaydi va quyidagi formula bilan aniqlanadi:

$$Kn = \frac{H}{III_6}$$

bu yerda:

H— yangilik darajasi, ya'ni joriy qilingan yangi mahsulotlar soni;

III₆— mahsulot turlarining umumiy soni

To'qimachilik sohasida yangilanish koeffitsiyentining oshishi modalar tendensiyalariga tez moslashish, dizayn va materiallar diversifikatsiyasini amalga oshirish imkonini yaratadi. Biroq assortimentni ortiqcha kengaytirish xarajatlar va xavflarni oshirishi mumkin, shu sababli assortiment yangilanishi iqtisodiy jihatdan asoslangan bo'lishi lozim.

Assortimentning uyg'unlik indikatorini esa mahsulotlar guruhlarini o'rtasidagi o'zaro muvofiqlikni tavsiflaydi. U to'qimachilik mahsulotlarining material, dizayn va funksional yaqinligini belgilaydi hamda assortiment aylanishini va mijoz ehtiyojlarini qondirish darajasini oshiradi.

To'qimachilik korxonalari uchun assortiment siyosatini to'g'ri boshqarish bozorda raqobat ustunligini ta'minlovchi asosiy omil hisoblanadi. Korxona mahsulot portfelini rejali ravishda yangilab borishi, talab prognozlariga asoslangan holda assortimentni diversifikatsiya qilishi hamda resurslardan oqilona foydalanishi zarur.

Assortiment siyosati, aslida, uzoq muddatli rejalashtirish va bozorni tartibga solishga qaratilgan kompleks jarayondir. Uning asosiy maqsadi — mahsulot turlarini optimallashtirish, xaridorlar talabini to'liq qondirish va barcha faoliyat turlari bo'yicha rentabellikni ta'minlashdan iborat.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Olib borilgan tadqiqot natijalari shundan dalolat beradiki, to'qimachilik korxonalarining raqobatbardoshligi va bozordagi barqaror mavqeyi ko'p jihatdan assortiment siyosatini to'g'ri shakllantirish va samarali boshqarishga bog'liq. Assortiment faqat mahsulot turlarining yig'indisi emas, balki korxona marketing strategiyasining markaziy elementi bo'lib, uning orqali iste'molchi ehtiyojlariga mos, iqtisodiy jihatdan asoslangan va uzluksiz yangilanib boradigan mahsulot portfeli yaratiladi.

Assortiment barqarorligi va to'liqligi ko'rsatkichlarini aniqlash, ularni iqtisodiy tahlil asosida optimallashtirish korxonaga talab o'zgarishlariga tez moslashish, resurslardan oqilona foydalanish va sotuv hajmini barqaror saqlab turish imkonini beradi. Tadqiqotda keltirilgan barqarorlik koeffitsiyenti, to'liqlik va yangilanish indeksi, uyg'unlik ko'rsatkichlari to'qimachilik korxonalarida assortiment boshqaruvini ilmiy asosda baholash va rejalashtirish uchun amaliy instrument sifatida tavsiya etiladi.

Shu bilan birga, assortiment siyosati faqat iqtisodiy samaradorlikni ta'minlabgina qolmay, balki innovatsiyalarni joriy etish, dizayn va kolleksiyalarni diversifikatsiya qilish, brending hamda raqamli marketing elementlarini integratsiyalash orqali to'qimachilik mahsulotlarining qiymat zanjirida yuqori qo'shilgan qiymat yaratish imkonini ham beradi.

Xulosa qilib aytganda, assortiment siyosatini ilmiy asosda boshqarish — bu korxonaning uzoq muddatli barqaror o‘rinishini, bozordagi faol raqobatchilik ustunligini saqlashni va milliy to‘qimachilik sanoatining eksport salohiyatini oshirishni ta’minlovchi strategik vositadir.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Баранова Л. С. Анализ методов формирования ассортиментной политики предприятия пищевой промышленности //В сборнике Актуальная экономика: достижения и инновации XXXVIII Международной научно-практической конференции. – 2021. – С. 25-28.;
2. Тельнова Е. А., Загоруйченко А. А. Ассортиментная политика-как фактор доступности //Бюллетень Национального научно-исследовательского института общественного здоровья имени НА Семашко. – 2020. – №. 2. – С. 60-67.;
3. Сидорович А. Ю. Совершенствование товарно-ассортиментной политики оао «кондитерская фабрика «Слодыч» //Молодіжна наука у контексті суспільно-економічного розвитку країни. – 2020.;
4. Булавина Т. А., Логунова Н. Ю. Формирование оптимального торгового ассортимента предприятий общепита //Социально-гуманитарные проблемы образования и профессиональной самореализации (Социальный инженер-2022). – 2022. – С. 92-99.;
5. Радионова А. Совершенствование ассортиментной политики предприятия пищевой отрасли-приоритетный инструмент повышения конкурентоспособности //Международный конкурс студенческих научно-исследовательских работ по экономике. – 2020. – Т. 3. – С. 127-133.;
6. Евдокимов К. В., Саморуков В. И., Саморуков Д. В. Формирование адаптированного к запросам потребителей промышленного ассортимента обуви на основе исследований рынка обувной продукции //Вестник Белгородского университета кооперации, экономики и права. – 2020. – №. 2. – С. 247-258.;
7. Xu Y., Wang Z. Assortment optimization for a multistage choice model //Manufacturing & Service Operations Management. – 2023. – Т. 25. – №. 5. – S. 1748-1764.;
8. Martínez-de-Albéniz V., Kunnumkal S. A model for integrated inventory and assortment planning //Management Science. – 2022. – Т. 68. – №. 7. – S. 5049-5067.;
9. Kök A. G., Fisher M. L., Vaidyanathan R. Assortment planning: Review of literature and industry practice //Retail supply chain management: Quantitative models and empirical studies. – 2008. – S. 99-153.;
10. Chong J. K., Ho T. H., Tang C. S. A modeling framework for category assortment planning //Manufacturing & Service Operations Management. – 2001. – Т. 3. – №. 3. – S. 191-210.;
11. Ferreira K. J., Parthasarathy S., Sekar S. Learning to rank an assortment of products //Management Science. – 2022. – Т. 68. – №. 3. – S. 1828-1848.;



Marketing

ilmiy, amaliy va ommabop jurnali

Muharrir: Xakimov Ziyodulla Axmadovich
Ingliz tili muharriri: Tursunov Boburjon Ortiqmirzayevich
Rus tili muharriri: Kaxramonov Xurshidjon Shuxrat o'g'li
Musahhih: Karimova Shirin Zoxid qizi
Sahifalovchi va dizaynerlar: Sadikov Shoxrux Shuxratovich
Abidjonov Nodirbek Odijon o'g'li

2025-yil, oktabr, 10-son

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar mas'ul. Tahririyat fikri har vaqt ham mualliflar fikriga mos kelavermasligi mumkin. Tahririyatga yuborilgan materiallar qaytarilmaydi.

Mazkur jurnalda maqolalar chop etish uchun quyidagi havolalarga murojaat qilish mumkin. Ilmiy maqola, ommabop maqola, reklama, hikoya va boshqa ilmiy-ijodiy materiallar yuborishingiz mumkin.

Materiallar va reklamalar pullik asosda chop etiladi.

Elektron pochta: info@marketingjournal.uz
Bot: [@marketingjournalbot](https://t.me/@marketingjournalbot)
Tel.: +998977838464, +998939266610
Jurnalning rasmiy sayti: <https://marketingjournal.uz>

Marketing jurnali O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi **Oliy attestatsiya komissiyasi rayosatining 2024-yil 04-oktabrdagi 332/5 sonli qarori** bilan milliy ilmiy nashrlar ro'yxatiga kiritilgan



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali 2024-yil 15-martdan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Administratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan **C-5669517** reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan. **Litsenziya raqami: №240874**



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnalining xalqaro darajasi: 9710. FOCT 7.56-2002 "Seriya nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlaro standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**