

MARKETING



ILMIY, AMALIY VA OMMABOP JURNAL



INNOVATSIYA

SAVDO

RAQAMLI

MARKETING

BIZNES

TADQIQOT

BRENDING

№4-SON

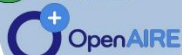
2025-YIL, APREL

9710 xalqaro daraja



№240874

ISSN: 3060-4621



Member of
Crossref

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:

[@marketinjournalbot](https://t.me/marketinjournalbot)

TELEGRAM KANAL:

<https://t.me/tdiumarketingjournal>

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 prorektori;

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

Soliyev Axmadjon Soliyevich, i.f.d., NaMTI Marketing kafedrasini professori;

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

Tursunov Boburjon Ortiqmirzayevich, 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 Abdurahmonovich, 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;

Musyeva Shoirazimovna, i.f.n., SamISI Marketing kafedrasini professori;

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

Djurabayev Otobek Djurabayevich, i.f.d., TDIU Innovatsion menejment kafedrasini dotsenti;

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

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;

Mullabayev Baxtiyarjon Bulturbaevich, DSc., Namangan muhandislik-qurilish instituti dotsenti;

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

Eshov Mansur Po'latovich, i.f.d., prof., Alfraganus universiteti “Menejment va marketing” kafedrasini mudiri

Kucharov Abrorjon Sobirjanovich, TDIU biznes boshqaruvi va logistika kafedrasini professori

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

Elektron nashr 720 sahifa. E'lon qilishga 2025-yil 30-aprelda ruxsat etildi

MUNDARIJA

XORAZM VILOYATIDA INVESTITSİYALARDAN FOYDALANISH SAMARADORLIGINI EKONOMETRIK BAHOLASH.....	9
Otajanov Umid Ablullayevich	
SANOAT KORXONALARIDA ENERGIYA MANBALARIDAN SAMARALI FOYDALANISHNING ILMIY-NAZARIY JIHATLARI	21
Nazarova Ra'no Rustamovna, Najmiddinov Yahyo Fazliddin o'g'li	
TA'LIM XIZMATLARI BOZORIDA "IQTISODIYOT" YO'NALISHLARINING SAMARADORLIGINI EKONOMETRIK BAHOLASH.....	32
Bayhonov Baxodir Tursunbayevich, Saydullayeva Saodat Abdumajitovna	
XALQARO FRANSHIZALAR FAOLIYATI RIVOJLANISHINING NAZARIY-USLUBIY ASOSLARI.....	44
Xodjayev Anvar Rasulovich	
RAQOBAT SHAROITIDA ISHLAB CHIQARISH KORXONALARIDA MAHSULOT SIFATINI OSHIRISH YO'LLARI	56
Saidov Mash'al Samadovich, Soliyev Rahmatjon	
ТУРИСТСКИЙ РЫНОК УЗБЕКИСТАНА: ЦЕЛЕВОЙ ПОРТРЕТ КИТАЙСКОГО ТУРИСТА	63
Голышева Е.В. , Мурадова Л.Т.	
MINTAQADA MEHNAT RESURLARI DINAMIKASINI EKONOMETRIK MODELLASHTIRISHNING XORIJIY TAJRIBALARI	78
Kurbanov Feruz Pirnazarovich	
O'ZBEKISTONDA ICHKI TURIZM FAOLIYATINI RIVOJLANTIRISHDA TRANSPORT INFRATUZILMASINI TASHKIL ETISH SAMARADORLIGINI OSHIRISH	87
Turopov Maqsudjon Asatillo o'g'li	
KADRLAR TANLOVINING AUTSORSING TIZIMIGA ASOSLANGAN YANGI BOSQICHINI AMALIYOTGA JORIY ETISH ISTIQBOLLARI	97
Isroilov Islomiddin Kamoliddin o'g'li	
O'ZBEKISTONDA TURISTIK OQIM MAVSUMIYLIGI BARQARORLIGINI BOSHQARISHNING ASOSIY XUSUSIYATLARI	104
Fayazov Muxiddin Sobirovich	
KO'SHMAS MULKNI BOSHQARISHNING O'ZIGA XOS XUSUSIYATLARI.....	113
Mirdjalilova Dildora Shuxratovna	
QURILISH MATERIALLARI ISHLAB CHIQARISH KORXONALARINI BOSHQARISHNING XORIJIY TAJRIBALARI	127
Raximov Ilyos Ikramovich	
O'ZBEKISTONDA TURIZM TARMOQLARINI SINERGETIK RIVOJLANTIRISH ASOSIDA BOSHQARUV MEKANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISH.....	137
Saidova Dilfuza Abdufattohovna	

ISHLAB CHIQARISH KORXONALARIDA BOSHQARUV SAMARADORLIGINI OSHIRISH YO‘LLARI	147
Tohirxo‘jayeva Dilafro‘z Toir qizi, Saidov Mash‘al Samadovich	
ELEKTRON TIJORATDA QADOQLASH VA YETKAZIB BERISH TIZIMINI SAMARALI TASHKIL ETISH YO‘LLARI.....	157
Ismoilova Gulnora Fayzullaevna, Xusnora Pardaboyeva	
TADBIRKORLIK MUHITINI YAXSHILASH ORQALI AHOLI UCHUN YANGI DAROMAD IMKONIYATLARINI YARATISH	164
Normurodov Xusan Eshmaxmatovich, Nutfullayev Shohrux Mexli o‘g‘li	
ПРОБЛЕМЫ УПРАВЛЕНИЯ СТРОИТЕЛЬНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ В УСЛОВИЯХ КОНКУРЕНЦИИ.....	171
Икрамов Мурат Акрамович, Буриев Хаким Тошимович, Файзуллаев Шухрат Шерали Угли	
О‘ZBEKISTONDA SOLIQ ISLOHOTLARINING BIZNESGA TA’SIRI.....	178
Normurodov Xusan Eshmaxmatovich, Kaxramanova Sevda Shamsiddin qizi	
OZIQ-OVQAT SANOATINING RIVOJLANISHIGA OMILLAR TA’SIRINI BAHOLASH	184
Tursunova Dilnavoz Davron qizi	
О‘ZBEKISTONDA CHIQINDILARNI QAYTA ISHLASH TIZIMINI TAKOMILLASHTIRISH	193
Xotamov Ibodullo Sadulloyevich	
SUN’IY INTELLEKTNII ELEKTRON TIJORATDAGI O‘RNI	204
Shaislamova Muazzamxon Raximxodjaevna, Shayzoqova Munisa Meliqo‘zi qizi	
TO‘QIMACHILIK KORXONALARIDA KIMYO TOLALARI ISHLAB CHIQARISH ASOSIDA YUQORI QO‘SHILGAN QIYMAT YARATISH ISTIQBOLLARI.....	210
Raximov Furqat Jalalovich	
UMUMIY OVQATLANISH XIZMATLARINING RIVOJLANISH TENDENSIYALARINI BAHOLASH	224
Rahimov Abdihakim Muhammadiyevich	
ОЦЕНКА ВЛИЯНИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ НА РАЗВИТИЕ КАНАЛОВ РЕАЛИЗАЦИИ ПРОДУКЦИИ (НА ПРИМЕРЕ ООО “SAMARKAND-APPAREL”).....	232
Мусаева Шоира Азимовна	
SANOATDA ISHLAB CHIQARISHGA YO‘NALTIRILGAN INVESTITSİYALARINING IQTISODIY MOHIYATI VA ILMIY-METODOLOGIK ASOSLARI.....	242
Qorabayev Shuhratjon Axmadjonovich	
QORAMOLCHILIKNI RIVOJLANTIRISHDA AMALGA OSHIRILAYOTGAN TARKIBIY-MIQDORIY O‘ZGARISHLAR TAHLILI	250
Otaxonova Odinaxon Inomovna	
SANOAT TOVARLARI IMPORTI O‘RNINI BOSISH SIYOSATI — IQTISODIYOTNI BARQAROR RIVOJLANTIRISHNING MUHIM OMILI SIFATIDA.....	260
Muratova Shohista Nimatullayevna	

MINTAQAVIY OZIYQ-OVQAT BOZORINING SHAKLLANISHINING NAZARIY-METODOLOGIK ASOSLARI.....	270
Mirtoev Axrorbek Abdulpattovovich	
MINTAQALAR IJTIMOY-IQTISODIY RIVOJLANISHIDAGI NOMUTANOSIBLIK LARNI ILMIY TAHLIL QILISHGA NAZARIY YONDASHUV LAR.....	278
Ismoilov Alisher Jobir o'g'li	
AHOLIGA YUK TASHISH XIZMATINI KO'RSATISH STRATEGIYASI.....	285
Ergasheva Muxabbat Abdusamatovna, Nuritdinov Jaloliddin Djamolovich	
SANOAT KORXONALARIDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALARDAN FOYDALANISH ASOSIDA ITQISODIY SAMARADORLIKNI OSHIRISH.....	293
Donayeva Feruza Burxon qizi	
O'ZBEKISTON RESPUBLIKASIDA ISHSIZLIK DARAJASINING STATISTIK TAHLILI.....	302
Chintemirova Diyora Shuxrat qizi, Akbarova Barno Shuxratovna	
MINTAQADA TABIIY RESURLARDAN FOYDALANISHNING IQTISODIY-EKOLOGIK RIVOJLANISHGA TA'SIRINI BAHOLASH	308
Sapaev Maxsudbek Karimovich	
SOLIQ TO'LOVCHILAR FAOLIYATINI SEGMENTLASH ASOSIDA SOLIQ XAVFLARINI ANIQLASH VA BAHOLASHNING AMALIY YONDASHUV LARI	315
Elbaeva Muqaddas Rashidovna	
BANK AKTIV LARI SAMARADORLIGINI OSHIRISHNING ZAMONAVIY USULLARI	321
Absamatov Anvar Ergashevich	
LOGISTIKADA OMBORXONA XO'JALIGI FAOLIYATINI BOSHQARISH SAMARADORLIGINI OSHIRISH	329
Boymatov O'tkirbek Tilovmurod o'g'li	
MAHALLALAR UCHUN UZOQ MUDDATLI RAQAMLI TRANSFORMATSIYA STRATEGIYASI: ZAMONAVIY TENDENSIYALAR VA ISTIQBOLLAR	336
Kurbonbekova Mohichehra Turabjanovna, Ostonoqulova Gulsaraxon Muhammadyoqub qizi, Eshpulatova Muazzam Barnoyevna, Muzaffarova Dilbar Mamalatif qizi	
O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI TIJORAT BANKLARINING QIMMATLI QOG'OZLAR BOZORIDA EMISSION FAOLIYATI TAHLILI	352
Mutalova Malika Saydullayevna	
KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIKNING BARQAROR RIVOJLANISHINI BAHOLASHGA YONDASHUV LAR	359
Norboyev Sarvar Azodovich	
MAISHIY KIMYO TOVARLARI B2B BOZORIDA SUN'IY INTELLEKT YORDAMIDA TAQSIMOT KANALLARINI SAMARALI TASHKIL ETISH.....	365
Ro'ziyeva Farzona Komiljon qizi	

O‘ZBEKISTONDA KICHIK KORXONA VA MIKROFIRMALARNING RIVOJLANGANLIK DARAJASINI STATISTIK BAHOLASH.....	375
Sharipov Ixtiyor Baxtiyorovich	
GLOBAL RAQOBAT SHAROITIDA UMUMIY OVQATLANISH KORXONALARI RIVOJLANISHINING ILMIY-NAZARIY JIHATLARI	384
Tashnazarov Sur’atjon Abdullayevich	
INTEGRATING UZBEKISTAN STATE BUDGET STRATEGIES WITH FINANCIAL LITERACY FOR ECONOMIC PROSPERITY.....	389
Tursunqulov Ravshan Abdulxay o‘g‘li, Saydaqulov Ravshan Aliboyevich	
O‘ZBEKISTONDA MICE TURIZMI UCHUN KADRLAR TAYYORLASH VA SERVIS SIFATI MUAMMOLARI	398
Xalimova Fayyoz Nafasovna	
O‘ZBEKISTONDA IQTISODIY BARQARORLIKKA ERISHISHDA ISTIQBOLLI DRAYVER SOHALARNING O‘RNI.....	405
Xolbozorov Muzraf Yusup o‘g‘li	
OZIQ-OVQAT BOZORI KONYUNKTURASINI BAHOLASH USULLARINI TAKOMILLASHTIRISH	417
Abduraxmonov Adxamjon Sultonboyevich	
KORXONADA INQIROZGA QARSHI BOSHQARISH STRATEGIYASINI TAKOMILLASHTIRISH YO‘NALISHLARI	426
Dadaboyev Tulqinjon Yusupjonovich, Kamolov Faxriddin Xusniddin o‘g‘li	
HUDUDLAR IQTISODIY XAVFSIZLIGINI BAHOLASHNING XALQARO AMALIYOTI VA O‘ZBEKISTONDAGI HOLATI.....	435
Madraximov Umirbek Muxammadovich	
KICHIK BIZNES SUBYEKTLARINING RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISH VA BOSHQARUV MEKANIZMINI TAKOMILLASHTIRISH	443
Mullabayev Baxtiyarjon Bulturbayevich, Fayzullayev Ulug‘bek Tursunbayevich	
SANOAT KORXONALARIDA SAMARALI KORPORATIV BOSHQARUV ASOSIDA RAQOBAT USTUNLIGINI SHAKLLANTIRISH YO‘LLARI	451
Shakirova Gulbaxor Sharipdjanovna	
ZAMONAVIY ELEKTROTEXNIKA SANOATINING GLOBAL MIQYOSDAGI RIVOJLANISH TENDENSIYALARI.....	461
Sultonova Xilola Jamolutdinovna	
MODALAR BIZNESIDA “YASHIL BREND” MARKETING STRATEGIYALARIDAN FOYDALANISH IMKONIYATLARI.....	468
Ziyayeva Shaxlo Shoakbar qizi	
MINTAQADA TURIZM SOHASINI BARQAROR RIVOJLANTIRISHDA IJTIMOY MEDIA MARKETINGIDAN FOYDALANISH (XORAZM VILOYATI MISOLIDA).....	476
Bekjanov Dilmurad Yuldashovich, Samandarova Mohinur Qadamboy qizi	
REKLAMADA ISHONTIRISH VA KREATIV XABAR STRATEGIYASI	488
Safarov Alisher Yunusaliyevich	

O‘ZBEKISTONDA HUDUDIY IQTISODIY RIVOJLANISH: MARKAZ VA CHEKKA HUDUDLAR O‘RTASIDAGI FARQLAR.....	500
Tojiyeva Muhabbatxon Mansurjon qizi, Hoshimov Islomxon Ilyorjon o‘g‘li	
KORXONALAR AYLANMA MABLAG‘LARDAN SAMARALI FOYDALANISH YO‘LLARI.....	514
Burxanov Aktam Usmanovich	
INNOVATSION IQTISODIYOT SHAROITIDA AHOLI DAROMADLARINI DIVERSIFIKATSIYALASH OMILLARI.....	522
Qurbanov Ulug‘bek Erkinovich, Baxtiyorov Barxayotjon Azizjon o‘g‘li	
SANOAT KORXONALARIDA KAPITAL MABLAG‘LARDAN FOYDALANISH SAMARADORLIGINI OSHIRISH YO‘LLARI	530
Muxtarov Maxmudjon Marifovich	
PAXTA-TO‘QIMACHILIK KLASSTERLARNING EKSPORT SALOHIYATINI OSHIRISHNING MARKETING STRATEGIYALARI.....	537
Satvoldiyev Ulug‘bek Kamilovich	
TOZALIK VOSITALARI ISHLAB CHIQARUVCHI SANOAT KORXONALARIDA MARKETING STRATEGIYASINI JORIY ETISH IMKONIYATLARI	545
Baqoyeva Dilfuza Maqsud qizi	
TOVAR-MODDIY ZAXIRALAR HISOBINI MHXS ASOSIDA TAKOMILLASHTIRISH	555
Mavlyanova Dilobar Maxkamovna	
XORAZM VILOYATIDA QAYTA TIKLANUVCHI ENERGIYA MANBALARIDAN FOYDALANISH HOLATI VA UNI RIVOJLANTIRISHDA INNOVATSIYALARNING AHAMIYATI	567
Xolmurotov Xolilla Sariyevich	
LATVIYADA SOLIQ REYTINGI TIZIMI: FISKAL INTIZOM VA HALOL BIZNESNI RIVOJLANTIRISH AMALIYOTI.....	586
Abdullayev Zafarbek Safibullayevich	
РОЛЬ АРОМАМАРКЕТИНГА В ФОРМИРОВАНИИ ЭМОЦИОНАЛЬНОЙ ПРИВЯЗАННОСТИ К БРЕНДУ	603
Кутбитдинова Мохигул Иноятовна, Матризаева Диларам Юсупбаевна	
RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITDA AKT SOHASINI RIVOJLANTIRISHGA TA‘SIR ETUVCHI OMILLAR TAHLILI.....	612
Toshmatov Salohiddin Zayniddinovich	
TRANSPORT XIZMATLARI KO‘RSATISHNING RIVOJLANISH XUSUSIYATLARI VA TAMOYILLARI	617
Rajabov Qurbon Sulaymonovich	
XORIJIY INVESTITSIYALARNI JALB QILISHDA HORIJIY MAMLAKATLAR STRATEGIYALARIDAN FOYDALANISH	626
Radjabov Bunyod Abduxalilovich	
QAYTA TIKLANUVCHI ENERGIYA MANBALARI ORQALI EKSPORT SALOHIYATINI OSHIRISH IMKONIYATLARI.....	635
Qalandarova Gulshoda Nazirjon qizi	

MINTAQADA MOLIYAVIY XIZMATLAR KO'RSATISHNING RIVOJLANISH XUSUSIYATLARI VA TAMOYILLARI	644
Jo'rayev Shermat Isroilovich	
O'ZBEKISTON RESPUBLIKASI SHAHAR AGLOMERATSIYALARI UCHUN EKOLOGIK-GEOLOGIK TADQIQOTLARDA ZAMONAVIY ILMIY YONDASHUVLARI	651
Irgashev Shavkatbek Turdiyevich	
QURILISH MATERIALLARI SANOATIDA SIFAT MENEJMENTI TAMOYILLARI ASOSIDA ISHLAB CHIQUARISHNI TASHKIL ETISH	661
Haqberdiev Ulug'bek Nasrullo o'g'li	
HUDUDLARNING IJTIMOIIY-IQTISODIY TABAQALASHUV DARAJASINI STRATEGIK TARTIBGA SOLISH MEXANIZMINI TAKOMILLASHTIRISH....	671
Ibragimov Baxrom Baxodirovich	
SUG'URTA XIZMATLARI BOZORIDA RAQOBAT MUHITINING SHAKLLANISHI VA UNI KUCHAYTIRISH STRATEGIYALARI	679
Umirov Abdisalom To'rayevich	
O'ZBEKISTONDA IPOTEKA KREDITINI MOLIYALASHTIRISHNI TAKOMILLASHTIRISH MASALALARI.....	686
Abdullayev Muhammadsodiq Isroil o'g'li	
QISHLOQ XO'JALIGI BUXGALTERIYASIDA BIOLOGIK AKTIVLARLARNI TAN OLISH MEZONLARI VA UNING KLASSIFIKATSIYASI.....	694
Tursunkulova Gulchiroy Burxonovna	
QORAQALPOG'ISTON RESPUBLIKASIDA QURILISH MATERIALLARI SANOATI RIVOJLANISHINING ISTIQBOLLARI	702
Fayzullayev Jonibek Mambetsaliy o'g'li, Ollayorov Behruzbek Sardor o'g'li	
AKSIYADORLIK JAMIYATLARIDA RAQAMLI KORPORATIV BOSHQARUV MODELLARINI TAKOMILLASHTIRISH: XALQARO STANDARTLAR VA MILLIY AMALIYOT TAHLILI	709
Ismailov Allayor Rashidovich	

SUG'URTA XIZMATLARI BOZORIDA RAQOBAT MUHITINING SHAKLLANISHI VA UNI KUCHAYTIRISH STRATEGIYALARI

Umirov Abdusalom To'rayevich

TDIU PhD., dotsenti

ORCID: 0009-0007-5191-694X

Annotatsiya

Mazkur maqolada sug'urta kompaniyalari faoliyatida raqobatbardoshlikning ahamiyati, uning sug'urta xizmatlari sifati va tariflariga ko'rsatayotgan ta'siri tahlil qilingan. Shuningdek, sug'urta kompaniyalari tomonidan ishlab chiqiladigan strategiyalarga raqobatbardoshlikning ta'siri o'rganilib, ushbu raqobatbardoshlik darajasini aniqlash ko'rsatkichlari ishlab chiqilgan.

Kalit so'zlar: sug'urta kompaniyasi, sug'urta xizmatlari bozori, raqobatbardoshlik, strategiya, sug'urta biznesi.

Аннотация

В данной статье проанализировано значение конкурентоспособности в деятельности страховых компаний, а также её влияние на качество страховых услуг и тарифы. Кроме того, рассмотрено влияние конкурентоспособности на разрабатываемые страховыми компаниями стратегии и предложены показатели для определения уровня конкурентоспособности.

Ключевые слова: страховая компания, рынок страховых услуг, конкурентоспособность, стратегия, страховой бизнес.

Abstract

This article analyzes the importance of competitiveness in the activities of insurance companies and its impact on the quality of insurance services and pricing. In addition, the influence of competitiveness on the strategies developed by insurance companies is examined, and indicators for assessing the level of competitiveness are proposed.

Keywords: insurance company, insurance services market, competitiveness, strategy, insurance business.

KIRISH

Raqamli iqtisodiyot sharoitida sug'urta kompaniyalari moliyaviy xizmatlarning boshqa sohalaridan bozorga yangi ishtirokchilarni jalb etish maqsadida moliyaviy strategiyalarini takomillashtirish vazifasi yuzaga keladi. Raqobat muhitida sug'urta kompaniyalari moliyaviy barqarorligini ta'minlash uchun zamon talablariga mos va innovatsion rivojlanish strategiyalarini ishlab chiqish muhim ahamiyat kasb etadi. Bu borada sug'urta kompaniyalari innovatsion texnologiyalarni joriy etish, xususan, raqamli platformalarda sug'urta mahsulotlarini taklif qilish orqali mijozlar bazasini kengaytirish, mijozlarga yo'naltirilgan yondashuv asosida xizmatlar sifati oshirish, shu jumladan, foydalanuvchilarga qulay interfeyslar va tezkor sug'urta xizmatlarini taqdim etish hamda risklarni boshqarish va kapital yetarliligini ta'minlash bo'yicha zamonaviy yondashuvlarni qo'llash kabi yo'nalishlariga alohida e'tibor qaratishlari lozim:

Bunday strategiyalar kompaniyalarga nafaqat mavjud pozitsiyalarini saqlab qolish, balki raqobatchilarga nisbatan ustunlikka ega bo'lish imkonini ham beradi. Jumladan, raqamli texnologiyalar asosida xizmat ko'rsatish tizimining optimallashtirilishi, mijozlar ehtiyojiga yo'naltirilgan yondashuvlar, moliyaviy risklarni boshqarish vositalarining takomillashuvi strategik ustuvor yo'nalishlar sifatida ko'zga tashlanadi. Shuningdek, bozor talabining o'zgaruvchanligi hamda tartibga soluvchi me'yoriy-huquqiy hujjatlardagi yangilanishlar sug'urta kompaniyalari faoliyat samaradorligini oshirish, operatsion xarajatlarni optimallashtirish va ko'rsatilayotgan xizmatlar sifatini yaxshilash orqali raqobatbardoshlik darajasini mustahkamlashga undaydi.

ADABIYOTLAR SHARHI

Sug'urta xizmatlari bozorida raqobat muhitining shakllanishi va uni kuchaytirish strategiyalarini amalga oshirish masalalari qator mahalliy va xorijiy iqtisodchi olimlar tomonidan o'rganilgan bo'lib, ushbu tadqiqotlarda asosan xizmatlar sifati, narx siyosati, mijozlarga yo'naltirilgan yondashuv hamda innovatsion mahsulotlar orqali raqobatbardoshlikni oshirish usullari ko'rib chiqilgan.

A. Архипов sug'urta kompaniyalarining strategik rivojlanishi va moliyaviy boshqaruvi masalalariga oid bir qator asarlar muallifi bo'lib, ushbu sohada chuqur tahlillar olib borgan. Uning fikricha, sug'urta kompaniyalari raqobatbardoshligini ta'minlash uchun moliyaviy barqarorlikni ta'minlash, innovatsion yondashuvlar va raqamli texnologiyalarni joriy etish, marketing strategiyalarini takomillashtirish hamda xodimlar malakasini oshirish kabi yo'nalishlarga e'tibor qaratishlari zarur [1]. Fikrimizcha, ushbu olim tomonidan ishlab chiqilgan sug'urta kompaniyalarining raqobatbardoshligini oshirish va barqaror rivojlanishini ta'minlash uchun muhim yo'nalishlar hisoblanadi. Uning asarlari sug'urta sohasi bo'yicha ilmiy tadqiqotlar olib borayotganlar va amaliyotchi mutaxassislar uchun foydali manba bo'lib xizmat qiladi.

H. Балабанов tadqiqotlarida mulkiy risklarni sug'urtalash samarali risklarni boshqarish tizimining ajralmas qismi bo'lib, bu kompaniyalarning moliyaviy barqarorligini ta'minlashda muhim rol o'ynashi haqida so'z yuritiladi [2].

H.Никулина tadqiqotlarida raqamli transformatsiya sharoitida sug'urta kompaniyalari marketing strategiyalarini shakllantirish va amalga oshirish muhimligi ta'kidlanadi [3]. Ushbu yondashuv kompaniyalarning raqobatbardoshligini oshirishga xizmat qiladi.

H.Никулина, Л.Суходоева, Н.Эриашвили tadqiqotlarida sug'urta kompaniyalarining strategik boshqaruvi, marketing yondashuvlari hamda raqamli transformatsiya sharoitida strategiyani amalga oshirish masalalari atroflicha tahlil qilingan [4]. Shuningdek, ushbu olimlar sug'urta kompaniyalarining raqobatbardoshligini oshirish maqsadida strategik rejalashtirish va marketing strategiyalarini rivojlantirish yo'llarini ham asoslab berganlar.

Р.Юлдашев va И.Логвинова fikriga ko'ra, raqamli transformatsiya sharoitida sug'urta kompaniyalarining strategik boshqaruvi va marketing yondashuvlari alohida ahamiyat kasb etadi [5]. Ular raqamli texnologiyalarni joriy etish orqali kompaniyalar raqobatbardoshligini oshirishning samarali yo'llarini asoslab berganlar.

METODOLOGIYA

Mazkur maqolada analiz, sintez, tanlanma kuzatuv, qiyoslash, statistik tahlil, induksiya, deduksiya kabi tadqiqot usullaridan keng foydalanilgan.

TAHLIL VA NATIJALAR

Zamonaviy sharoitda raqobat sugʻurta kompaniyalari strategiyasini shakllantirish va uni amalga oshirishning asosiy yoʻnalishlarini belgilashda muhim ahamiyat kasb etadi. Sugʻurta kompaniyalari oʻrtasidagi raqobat bozorda yetakchi oʻrinlarni egallashga qaratilgan. Bozor yetakchiligi uchun kurash raqobatning yangi shakli sifatida namoyon boʻlmoqda. Bunday sharoitda mahalliy sugʻurta kompaniyalari bozor ulushini saqlab qolish (yoki oshirish) va sugʻurta mukofotlari hajmini koʻpaytirish maqsadida oʻz raqobatbardoshligini oshirishning yangi yoʻllarini izlashga majbur boʻlmoqda. Sugʻurta kompaniyasining raqobatbardoshligi strategiyaning shakllanishi va amalga oshirilishiga bevosita taʼsir koʻrsatadi. Quyidagi 1-rasmda sugʻurta kompaniyasi strategiyasiga raqobatbardoshlikning taʼsiri keltirilgan.

1. Strategik maqsadlarni belgilash:	Raqobatbardoshlik darajasi kompaniyaning bozordagi oʻz oʻrnini baholashga imkon beradi. Agar kompaniya raqobatbardosh boʻlsa, u strategik maqsadlarini kengaytirish, yangi bozorlarga chiqish, mahsulot turlarini diversifikatsiyalashga yoʻnaltiradi. Aks holda, asosiy maqsad mavjud pozitsiyalarni saqlab qolishga qaratiladi.
2. Raqobat afzalliklarini shakllantirish:	Strategik rejalashtirishda kompaniya oʻzining raqobatchilariga nisbatan ustunliklarini aniqlashi va ularni mustahkamlashi lozim. Bu xizmatlar sifati, ularni koʻrsatish tezligi, innovatsion mahsulotlar yoki mijozlarga qulay shartlar yaratish orqali amalga oshiriladi.
3. Investitsion va innovatsion qarorlarni qabul qilish:	Raqobatbardosh kompaniyalar koʻproq raqamli texnologiyalar, CRM tizimlari va sunʼiy intellektga sarmoya kiritadi, bu esa strategiyani zamonaviylashtirish va bozordagi mavqeni mustahkamlashga xizmat qiladi.
4. Marketing va pozitsiyalash:	Raqobatbardoshlik strategik marketing rejalari orqali ifodalanadi. Kompaniya mijozlar bilan qanday aloqa qiladi va bozorda qanday imijga ega bularning barchasi strategik qarorlar bilan chambarchas bogʻliq.

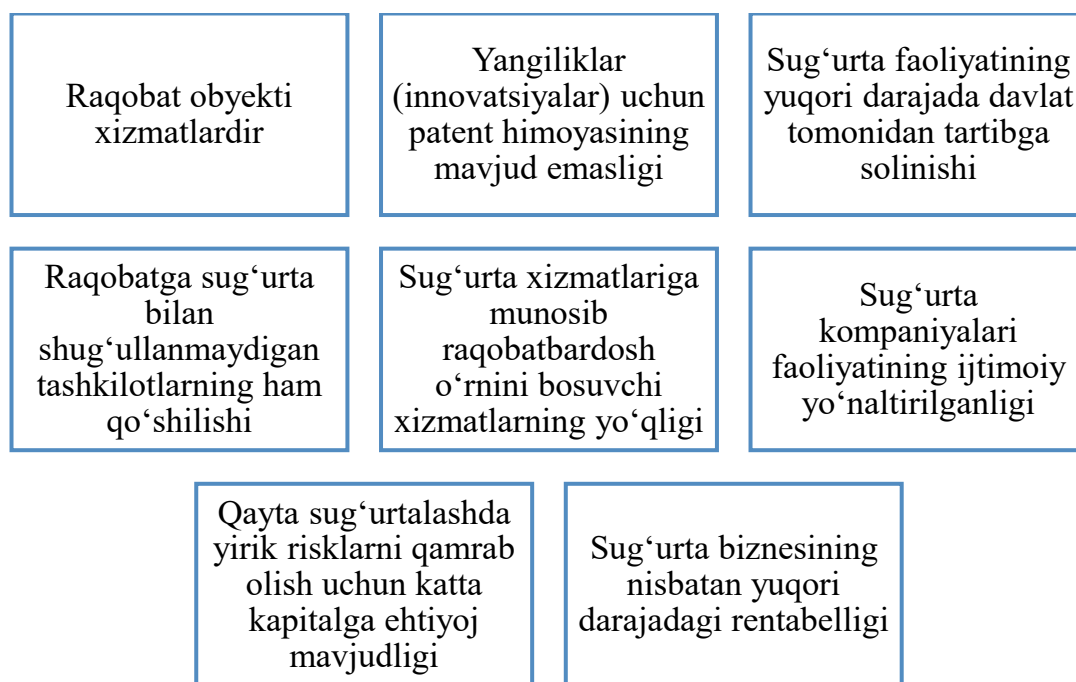
1-rasm. Sugʻurta kompaniyasi strategiyasiga raqobatbardoshlikning taʼsiri¹

Sugʻurta kompaniyasining raqobatbardoshligi — bu nafaqat bozor muhitiga moslashish vositasi, balki strategik ustuvor yoʻnalishlarni tanlashda hal qiluvchi omildir. U kompaniya rivojlanishining yoʻnalishi, usullari va resurslar taqsimotiga bevosita taʼsir koʻrsatadi.

¹ Muallif ishlanmasi

Sugʻurta sohasidagi raqobat boshqa tarmoqlardagidan bir qator jihatlari bilan farq qiladi. Sugʻurta mahsuloti mijozga koʻrsatmalar asosida kelajakdagi ehtimoliy zararlarni qoplash majburiyati boʻlib, u fizik koʻrinishga ega boʻlmaydi. Bu esa mijoz uchun mahsulotni solishtirish va baholashni qiyinlashtiradi. Mijozlar sugʻurta kompaniyasini tanlashda asosan ishonchga tayanadi. Kompaniyaning obroʻsi, moliyaviy barqarorligi va sugʻurta badallarini vaqtida mijozlarga toʻlab berishi raqobatda muhim oʻrin egallaydi.

Sugʻurta bozori davlat tomonidan qatʼiy nazorat qilinib, litsenziyalar, minimal ustav kapitali, moliyaviy hisobotlar shaffofligi kabilar raqobat muhitini cheklab, uning xususiyatini belgilaydi. Sugʻurta tariflari koʻpincha davlat tomonidan tartibga solinadi yoki bozor standartlari asosida shakllanadi, bu esa kompaniyalarning raqobatbardoshligini boshqa vositalar (xizmat sifati, xizmat koʻrsatish darajasi, qoʻshimcha xizmatlar) orqali ifodalashiga olib keladi. Shuningdek, sugʻurta kompaniyalari oʻrtasidagi farq koʻpincha raqamli xizmatlar, mobil ilovalar, mijozlarga xizmat koʻrsatish tezligi, shartnomalarni tuzishdagi qulaylik kabi elementlarda yuzaga chiqadi. Sugʻurta biznesidagi raqobatning oʻziga xos xususiyatlari 2-rasmda keltirilgan.



2-rasm. Sugʻurta biznesidagi raqobatning oʻziga xos xususiyatlari¹

Sugʻurta kompaniyalarining raqobat darajasini tahlil qilish orqali sugʻurta bozorining rivojlanish holatini baholash imkoniyati yuzaga keladi. Bozorda yetakchilikka intilayotgan kompaniyalar odatda dinamik strategik pozitsiyani egallab, bir vaqtning oʻzida bir nechta strategiyani qoʻllashga harakat qiladilar. Kompaniyalarning rivojlanish strategiyalari esa ularning qaysi yoʻnalishda

¹ Muallif ishlanmasi

harakatlanishi, bozor talablari bilan qay darajada moslashganligi, ichki resurslarning yetarliligi va faoliyatni diversifikatsiyalash zaruriyatini aniqlashga xizmat qiladi.

R.Vesnin fikriga ko'ra, kompaniyani tashqi o'sishni amalga oshirishga majbur qiluvchi omillar erkin kapitalning mavjudligi va diversifikatsiyalash tamoyilidir. U uchta asosiy o'sish strategiyasini ajratib ko'rsatadi:

Konvergent (konsentratsiyalashgan) strategiya – bozorga chuqur kirib borish, bozor chegaralarini kengaytirish va mahsulotni takomillashtirish;

Integratsion strategiya – vertikal, gorizontal yoki konglomerat integratsiyasi;

Diversifikatsiyalashgan strategiya – konsentrik, gorizontal yoki konglomerat diversifikatsiya [6].

F. Kotler esa biznesni rivojlantirish bo'yicha quyidagi strategiyalarni ajratadi:

Konvergent o'sish strategiyasi (bozordagi pozitsiyani kuchaytirish, bozorni rivojlantirish va mahsulotni rivojlantirish);

Integratsiyalashgan o'sish strategiyasi ("orqaga qarab" va "oldinga qarab" vertikal integratsiya);

Diversifikatsiyalangan o'sish strategiyasi (markazlashtirilgan, gorizontal va konglomerat diversifikatsiya);

Qisqartirish strategiyasi (likvidatsiya, "hosilni yig'ish", xarajatlarni qisqartirish) [7].

O.S. Vixanskiy diversifikatsiya, konsentrlashtirilgan va integratsiyalashgan o'sish strategiyalari bilan bir qatorda qisqarish strategiyalarini ham o'z ichiga olgan o'sish strategiyalari guruhini ajratib ko'rsatadi [8].

F. Kotler va O.S. Vixanskiyning o'sish strategiyalari klassifikatsiyasi eng to'liq hisoblanadi. Sug'urta bozorining raqobat muhitini tahlil qilish shuni ko'rsatadiki, yetakchi pozitsiyalarni saqlab qolish uchun sug'urta kompaniyalari samarali marketing strategiyalarini ishlab chiqishlari zarur. Shu munosabat bilan yirik sug'urta kompaniyalarining tashqi o'sish bo'yicha asosiy strategiyalarini aniqlash maqsadga muvofiq hisoblanadi.

Bizning fikrimizcha, sug'urta kompaniyalarining raqobatbardoshligini aniqlashda 1-jadvalda keltirilgan ko'rsatkichlardan foydalanish lozim.

1-jadval

Sug'urta kompaniyalari raqobatbardoshligini aniqlash ko'rsatkichlari

№	Ko'rsatkich nomi	O'lchov birligi / Tavsif	Izoh
1	Moliyaviy ko'rsatkichlar		
1.1	To'langan sug'urta mukofotlari hajmi	mln. so'm	Kompaniyaning qanday hajmda mukofot (premiya) yig'ayotganini ko'rsatadi. Bu — uning daromad manbai. Katta hajm — bozordagi faol ishtirokni bildiradi.
1.2	To'lovlar darajasi (claims ratio)	foiz (To'lov / Mukofot)	To'langan sug'urta summasining yig'ilgan mukofotlarga nisbati. 40–60% optimal, bu darajada kompaniya barqaror ishlayapti. 80% dan yuqori bo'lsa – zarar ehtimoli yuqori.

1.3	Moliyaviy barqarorlik (solvency ratio)	foiz (Kapital / Majburiyatlar)	Kompaniyaning o'z majburiyatlarini bajarish imkoniyati. Kapital majburiyatlardan 100% ko'p bo'lsa – moliyaviy jihatdan sog'lom.
1.4	Aktivlar rentabelligi (ROA)	foiz	Kompaniya aktivlari orqali qancha daromad olayotganini ko'rsatadi.
1.5	Kapital rentabelligi (ROE)	foiz	Aksiyadorlar kapitali foydali ishlatilayaptimi, yo'qmi – shuni ko'rsatadi. 15% dan yuqori bo'lsa – bu yaxshi ko'rsatkich.
2	Bozor ko'rsatkichlari		
2.1	Bozordagi ulushi	foiz	Umumiy sug'urta bozorida kompaniya necha foizni egallaganligini ko'rsatadi.
2.2	Mijozlar soni	dona yoki foizda o'sish	Kompaniyaning qancha mijozga ega ekanligini yoki mijozlar sonining yillik o'zgarishini bildiradi.
2.3	Brend tan olinishi	so'rovnoma natijalari / foiz	So'rovnoma asosida aniqlanadi. Kompaniyaning jamoatchilik orasida qanchalik tanikli va ishonchli ekanini ko'rsatadi.
3	Innovatsion va xizmat sifati ko'rsatkichlari		
3.1	Sug'urta mahsulotlari soni	dona	Kompaniya qanchalik ko'p turdagi mahsulot taklif qilsa, mijozlar ehtiyojini shuncha keng qamrab oladi.
3.2	Raqamli xizmatlar mavjudligi	Bor / Yo'q / foizdagi ulushi	Onlayn xizmatlar, mobil ilovalar va boshqa raqamli yechimlarning mavjudligi – xizmatlar sifati va qulayligini oshiradi.
3.3	Mijozlarga xizmat ko'rsatish sifati	So'rovnoma / baho (1–5)	So'rovnoma orqali 1–5 ballik tizimda baholanadi. 4 va undan yuqori baho — yaxshi xizmat.
4	Boshqaruv va kadrlar ko'rsatkichlari		
4.1	Korporativ boshqaruv darajasi	Ekspert bahosi / Sertifikat mavjudligi	Kompaniyada korporativ boshqaruv standartlari, masalan ISO yoki boshqa sertifikatlar mavjudmi – shu aniqlanadi.
4.2	Malakali xodimlar ulushi	foiz	Yuqori malakali kadrlar kompaniyaning xizmat sifatini oshiradi. 70% va undan ko'p bo'lsa – bu ijobiy.

Sug'urta kompaniyalari raqobatbardoshligini aniqlash ko'rsatkichlari — bu kompaniyaning bozorda samarali faoliyat yuritish, mijozlarni jalb qilish, moliyaviy barqarorlikni saqlab qolish va innovatsion yechimlarni joriy etish qobiliyatini baholovchi mezonlar majmuasidir. Bu ko'rsatkichlar yordamida kompaniyaning qisqa va uzoq muddatli muvaffaqiyati, raqobatchilar fonidagi ustunliklari yoki zaifliklari, shuningdek, bozorning dinamik muhitida moslashuvchanligi aniqlanadi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Sug'urta xizmatlari bozorida raqobat muhitining shakllanishi, avvalo, qonunchilikning liberallasuvi, xususi kompaniyalar faoliyatining rag'batlantirilishi va iste'molchilarning sug'urtaga bo'lgan ishonchini oshirish orqali yuzaga keladi.

Raqobatning mavjudligi sugʻurta xizmatlari sifatini oshirish, narxlarni optimallashtirish va mijozlarga innovatsion yechimlar taklif qilishga xizmat qiladi.

Bozordagi raqobatni kuchaytirish strategiyalari sifatida davlat tomonidan tartibga solishning soddalashtirilishi, xorijiy investitsiyalar uchun ochiqlik, axborot texnologiyalarining joriy etilishi va kadrlar salohiyatining oshirilishi muhim ahamiyat kasb etadi. Shuningdek, kompaniyalar oʻrtasida sogʻlom raqobatni taʼminlash uchun adolatli soliq tizimi va shaffof statistik maʼlumotlardan foydalanish muhimdir.

Ushbu choralar sugʻurta bozorining raqobatbardoshligini oshirish, yangi xizmat turlarining paydo boʻlishi va foydalanuvchilarning huquqiy himoyasini kuchaytirish orqali nafaqat iqtisodiy barqarorlikka, balki moliyaviy tizimning umumiy rivojlanishiga xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR ROʻYXATI

1. Архипов А.П. Страхование имущественных рисков: учебник и практикум для бакалавриата и магистратуры. — М.: КноРус, 2023. — 273 с.
2. Балабанов Н.Н. Финансы: учебник. — М.: Финансы и статистика, 2001. — 479 с.
3. Никулина Н.Н., Березина С.В., Шашкина М.Э. (2018). “Новая парадигма цифрового маркетинга в страховании”. Страховое дело, №6 (303), 57–62.
4. Никулина, Н.Н., Суходоева, Л.Ф., Эриашвили, Н.Д. (2009). Страховой маркетинг: учебное пособие для студентов вузов, обучающихся по специальности “Финансы и кредит”. Москва: Юнити-Дана.
5. Yuldashev, R.T. & Logvinova, I.L. (2021). “The role of digitalization in the development of insurance markets”. Страховое дело, №2(335), 43–53.
6. Веснин, В.Р. Стратегическое управление: учебное пособие / В.Р. Веснин. — М.: Проспект, 2015 — 186 с.
7. Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент. Анализ, планирование, внедрение, контроль [Текст] / Ф. Котлер. — 2-е рус. изд.; 9-е международное изд. — СПб. : Питер Ком, 2004. — 896 с.
8. Виханский, О.С. Стратегическое управление: учебник. / О.С. Виханский. — 2-е изд., перераб. и доп. — М.: Гардарика, 1998. — 296с.



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, aprel, 4-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: [@marketinjournalbot](https://t.me/@marketinjournalbot)
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**