

MARKETING

ILMIY, AMALIY VA OMMABOP JURNAL



№12 – SON

9710 xalqaro daraja



№240874



ISSN: 3060-4621

2025-YIL, DEKABR



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 Ortqimrziyevich, 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 Gulnaraxon 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, dotsenti;

Fayzullayev Jaylonbek 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

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

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

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

Abduvaxidov Abdumalik Maxkamovich, i.f.d., TDIU, "Turizm va servis" kafedrasini professori;

Kucharov Abrorjon Sobirjonovich, 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;

Bo'laev Umidjon Talant o'g'li, i.f.f.d., PhD., Toshkent arxitektura qurilish instituti "Iqtisodiyot va bo'chmas mulkni boshqarish" kafedrasini dotsenti;

Bayxonov Bahodirjon Tursunbayevich, i.f.d., DSc, NamDTU, "Menejment" kafedrasini dotsenti;

Maxmudov Toxirjon Olimjonovich, PhD., NamDTU, "Marketing" 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.

Rajabova Moxichexra Abduxolikovna, PhD., Buxoro davlat universiteti marketing va menejment kafedrasini o'qituvchisi.

Ikromov Axmadjon Shavkat o'g'li, PhD., Mirzo Ulug'bek nomidagi O'zbekiston Milliy universitetining Ekonometrika va iqtisodiy modellashirish kafedrasini katta o'qituvchisi

Elektron nashr 655 sahifa. E'lon qilishga 2025-yil 25-dekabrda ruxsat etildi

MUNDARIJA

BARQAROR IQTISODIY RIVOJLANISHDA “YASHIRIN” HAMDA “XUFYONA” IQTISODIYOTNI KAMAYTIRISH ZARURATINING EMPERIK TAHLILI	7
Nazarova Ra’no Rustamovna, Najmiddinov Yahyo Fazliddin o’g’li	
O’ZBEKISTONDA TIKUV KIYIMLARI BOZORINI RIVOJLANISH XUSUSIYATLARI	23
Soliyev Axmadjon, Maxkamov Iqboljon	
IQTISODIY FAOLLIKNI BAHOLASHDA ILG’OR YONDASHUVLAR HAMDA O’ZBEKISTONDA BIZNES FAOLLIGI INDEKSINI JORIY ETISHNING KONSEPTUAL ASOSLARI.....	32
Jumayev Olimjon Sadulloevich, To’ymatov Muzaffarjon Yoqubjon o’g’li	
FIRIBGARLIK HOLATLARINI AUDITORLIK TEKSHIRUVLARI ORQALI ANIQLASHNING NAZARIY ASOSLARI	40
Boltayev Abror Sayitmuradovich	
SANOAT TARMOG’INI RIVOJLANISHINING O’ZIGA XOS XUSUSIYATLARI.....	47
Muxtarov Maxmudjon Marifovich	
PAXTA-TO’QIMACHILIK KLASSTERLARI FAOLIYATINI OPTIMALLASHTIRISHGA ZAMONAVIY USLUBIY YONDASHUVLAR	56
Yusupova Feruza Yo’ldosheva	
IQTISODIY ISLOHATLARNING MILLIY MODEL VA YANGI O’ZBEKISTON STRATEGIYASI ...	62
Srajdinova Nodira Shavkatovna	
TEMIRYO’L TRANSPORT KORXONALARINING IQTISODIY SAMARADORLIGINI OSHIRISHDA INNOVATSION TEXNOLOGIYALARNING O’RNI.....	69
Eshboyev Ulug’bek Farxodovich	
PAXTA-TO’QIMACHILIK KLASSTERLARI FAOLIYATINI YANADA TAKOMILLASHTIRISH YO’LLARI	76
Yusupova Feruza Yo’ldosheva	
O’ZBEKISTON RESPUBLIKASIDA VAKOLATLI IQTISODIY OPERATORLAR FAOLIYATINI TASHKIL ETISH VA BOSHQARISH	81
Ismatullayeva Shoiri Nurlibekovna	
SANOAT KORXONALARI DEMOGRAFIYASINING IQTISODIY SAMARADORLIKGA TA’SIRINING EKONOMETRIK MODELLARI	92
Xayitboev Abror Quvondiqovich	
O’ZBEKISTONDA LIZING XIZMATLARI KO’RSATISH JARAYONLARINI TAKOMILLASHTIRISH.....	100
Xolov Bahodir O’ktamovich	
O’ZBEKISTON IQTISODIYOTINI BARQAROR RIVOJLANTIRISHDA TRANSPORT INFRATUZILMASI IMKONIYATLARIDAN FOYDALANISH HOLATI TAHLILI.....	107
Qo’ziboyev Umarbek Ulug’bekovich	
OLIY TA’LIM RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISHDA RAQAMLI MARKETINGNING O’RNI.....	114
Nishonov Dilshod Shamsidinovich	
ПРОМЫШЛЕННЫЙ ТУРИЗМ В УЗБЕКИСТАНЕ: КОМПЛЕКСНЫЙ АНАЛИЗ ГОТОВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ УЗБЕКИСТАНА К ПРИЁМУ ПОСЕТИТЕЛЕЙ	121
Голышева Елена Вячеславовна, Адылова Диёра Улугбековна	
MINTAQANING QURILISH TIZIMIDA RAQAMLI TRANSFORMATSIYANING IQTISODIY SAMARADORLIGINI BAHOLASH NAZARIYALARI.....	134
Aminov Sardorbek Sanjarbekovich	
MILLIY IQTISODIYOT RAQOBATBARDOSHLIGINI BAHOLASHDA MAHSULOT BOZORI REGULYATORI TIZIMINI QO’LLASHNING AXAMIYATI.....	139
Rustamov Narzillo Istamovich	
МАРКЕТИНГОВЫЕ ДЕТЕРМИНАНТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ДОВЕРИЯ К ТОВАРАМ НА РАЗВИВАЮЩИХСЯ РЫНКАХ.....	147
Абдурашидова Нигора Алишеровна, Кахрамонова Шахзода Дилмурод кизи, Болтаева Севинч Учкун кизи	
XIZMAT KO’RSATISH SOHASIDA STRATEGIK MENEJMENTNING ROLI VA AHAMIYATI	158
Alimova Dildora Damirovna, Aslonov Abdulla Xolmurodovich	

ICHKI AGRAR BOZOR RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISH ORQALI OZIQ-OVQAT XAVFSIZLIGINI MUSTAHKAMLASH YO'LLARI	169
Aliev Yashnarjon Egamberdievich	
INNOVATSION TEXNOLOGIYALARNI JORIY ETISHNINGNI JORIY ETISH ORQALI TO'QIMACHILIK SANOATINING RAQOBATBARDOSHLIGI VA IQTISODIY SAMARADORLIGINI OSHIRISH	174
Xakimova Zebinisa Muzaffarovna	
MINTAQADA MAXSUS IQTISODIY ZONALAR RIVOJLANISHINING NAZARIY ASOSLARI	182
Abdullayeva Zulfiya Sadullayevna	
ВЛИЯНИЕ НЕЙРОМАРКЕТИНГА И ИНСТРУМЕНТОВ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ЦИФРОВОЙ РЕКЛАМЫ.....	187
Кахрамонов Хуршиджон Шухрат угли, Халикова Доно Джахангировна, Шавкатова Шахзода Шухратовна	
OILAVIY TADBIRKORLIKNING KAMBAG'ALLIK DARAJASINI QISQARTIRISHGA TA'SIRINI BAHOLASH.....	202
Zaxidova Umida Farxodovna	
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА ЧЕРЕЗ ВНЕДРЕНИЕ И ПРОДВИЖЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ УСЛУГ	216
В.И. Назаров	
QURILISH TARMOG'IDA OLIB BORILAYOTGAN ISLOHOTLAR VA SOXANI RIVOJLANISH TENDENSIYALARIGA TA'SIRI	225
Arifdjanova Zilola Dilshodovna	
MINTAQADA TASHQI MEHNAT MIGRATSIYASI OQIMLARINI TA'MINLASH YO'LLARI.....	234
Zakirov Mir Timur Zakir o'g'li	
ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УКРАИНЕ И УЗБЕКИСТАНЕ: ВЫЗОВЫ СОВРЕМЕННОСТИ.....	242
Вдовиченко Лариса Юрьевна, Азизова Сайёра Хамидуллаевна	
ВЛИЯНИЕ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ НА УСТОЙЧИВОСТЬ И ИННОВАЦИОННОСТЬ ТРАНСПОРТНЫХ КОМПАНИЙ УЗБЕКИСТАНА	253
Кадирова Шарофат Амоновна	
РОЛЬ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО МАРКЕТИНГА В УСИЛЕНИИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ ЛОЯЛЬНОСТИ.....	272
Кахрамонов Хуршиджон Шухрат угли, Ж.Ж. Буриева, З.А. Юсупбекова	
ВЛИЯНИЕ АВТОМОБИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ УЗБЕКИСТАНА НА ЭКОНОМИКУ СТРАНЫ	282
Абдухамидова Мафтуна Турсунали кизи	
TEMIR YO'L TRANSPORTI KORXONALARIDA ISHLAB CHIQARISH SAMARADORLIGINI BAHOLASHDA KPI TIZIMINI QO'LLASH.....	290
Mahmudova Dilafruz Hasanovna	
FACTORS AND METHODOLOGICAL APPROACHES INFLUENCING THE INNOVATION MANAGEMENT MECHANISM IN THE HIGHER EDUCATION SYSTEM.....	299
Karimov Muzaffar Abdumalik ugli	
CRM-УПРАВЛЕНИЕ В СЕТЕВЫХ СУПЕРМАРКЕТАХ РАЗВИВАЮЩИХСЯ СТРАН: РОЛЬ КЛИЕНТСКИХ ДАННЫХ, ПРОГРАММ ЛОЯЛЬНОСТИ И ОМНИКАНАЛЬНЫХ СТРАТЕГИЙ В ПОВЫШЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ	305
Юсупов Улугбек Шукруллаевич	
TIJORAT BANKLARIDA RAQAMLI MARKETING STRATEGIYALARIDAN FOYDALANISHDA CRM TIZIMLARINING O'RNI	314
Xayitaliyev Nazirjon Yunusaliyevich	
CHAKANA SAVDO KORXONALARI TA'MINOT TIZIMIDA ZAMONAVIY TEXNOLOGIYALARDAN FOYDALANISH	323
Abduxalilova Laylo To'xtasinovna	
O'ZBEKISTONDA UY-JOY FONDINI BOSHQARISHDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALARNI QO'LLASHNING ILG'OR XORIJIY TAJRIBALARIDAN FOYDALANISH	333
Raimov Otamurod Xolmurotovich	

O‘ZBEKISTONDA DAVLAT DASTURLARINING MOLİYAVIY IJROSINI TA’MINLASHDA MARKETINGDAN FOYDALANISH: EMPIRIK TAHLIL VA KONSEPTUAL MODEL.....	340
Primova Nigora Ikrom qizi	
HUDUDIY KICHIK SANOAT ZONALARINING SAMARADORLIGINI INTEGRALLASHGAN INDIKATORLAR TIZIMI ASOSIDA BAHOLASH	346
Jalolova Sarvinoz Ulug‘bek qizi	
KIMYO SANOATI KORXONALARINING ISHLAB CHIQARISH SAMARADORLIGIGA EKOLOGIK VA INNOVATSION OMILLAR TA’SIRI	356
Akramov Bo‘ribek Faxriddin o‘g‘li	
MINTAQADA SOG‘LIQNI SAQLASH SOHASINING TUTGAN O‘RNI VA UNI RIVOJLANTIRISHNING OBYEKTIV ZARURIYATI.....	367
Boltayev Mag‘rurbek Allayarovich	
OLIY TA’LIM MUASSASASIDA ZAMONAVIY MARKETING VOSITALARIDAN FOYDALANISHNING O‘ZIGA XOS JIXATLARI.....	374
Maxmudov Faxriddin Umarovich	
QURILISH MATERIALLARI SANOATIDA ISHLAB CHIQARISHNI SIFAT MENEJMENTI TAMOYILLARI ASOSIDA TASHKIL ETISHNI BAHOLASH.....	381
Achilov Ilmurad Nematovich	
O‘ZBEKISTON OZIYQ-OVQAT MAHSULOTLARI BOZORINI BARQAROR RIVOJLANISHINI TA’MINLASHDA STRATEGIK BOSHQARUV VA INSTITUTSIONAL YONDASHUVLAR	391
Tuychieva Begoyim Voxidjon qizi	
TIKUV-TRIKOTAJ KORXONALARI MARKETING FAOLIYATIDA MOTIVATSIYA YONDASHUVLARIDAN FOYDALANISH	400
Jalilov Jamshid G‘anijonovich	
INTEGRATION OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN TOURISM AND HOSPITALITY: A COMPARATIVE ANALYSIS AND ROADMAP FOR UZBEKISTAN.....	407
Safaeva Sayyora Rixsibayevna	
THE EVOLUTION AND METHODOLOGICAL INTEGRATION OF THE CONCEPT OF SUSTAINABLE USE	417
Kilichov Mukhriddin	
TADBIRKORLIK SUBYEKTLARIDA INNOVATSION FAOLIYATNI STRATEGIK BOSHQARISHNING MAZMUNI, ASOSIY PRINSIPLARI VA FUNKSIONAL VAZIFALARI.....	433
Shakirova Madinaxon Gafurdjanovna	
BUXORO VILOYATI TURIZM XIZMATLARI JOZIBADORLIGINI OSHIRISHDA RAQAMLI MARKETING TEXNOLOGIYALARIDAN FOYDALANISH IMKONIYATLARI	442
Jalolov Otabek Oybek o‘g‘li	
OLIY TA’LIMDAGI BAHOLASH TIZIMI BO‘YICHA ISHONCH DARAJASINI ANIQLASH VA ISHONCH INDIKATORLARINI HISOBLASH METODLARI	451
Hakimov Hakimjon Abdullo o‘g‘li, Hakimova Gulnora Abdullo qizi	
TANQIDIY FIKRLASHNI RIVOJLANTIRISHDA VIRTUAL TA’LIM PLATFORMALARINING ROLI	459
Hakimova Mushtariybonu Hamid qizi, Hakimova Gulnora Abdullo qizi, Bozorova Muazzam Hamid qizi	
RAQAMLI IQTISODIYOTNI RIVOJLANISHIDA ZAMONAVIY AXBOROTLARNI O‘RNI.....	467
Samatov Azizbek Abdulaxatovich	
MOYLI EGINLAR YETISHTIRISHDA MARKETING STRATEGIYALARINING SAMARADORLIGINI OSHIRISH YO‘LLARI.....	473
Valiyeva Aziza Anvar qizi	
THE ECONOMIC AND ENVIRONMENTAL EFFICIENCY OF AGRIVOLTAIC SYSTEMS IN UZBEKISTAN’S AGRICULTURAL SECTOR	481
Amonov Sardor Zamon ugli	
AMORTIZATSIYA QILINADIGAN AKTIVLAR VA ULARNI HISOBGA OLISHNING OBYEKTIV ZARURATI.....	490
Aminboyev Jaloliddin Otabek o‘g‘li	

DON MAHSULOTLARI KORXONALARIDA MARKETING JARAYONLARINI YO'LGA QO'YILGANLIK HOLATI VA RIVOJLANISH VEKTORLARI.....	500
Kurbanova Dildora Abduraxmanovna	
SANOAT KORXONALARIDA MOLIVAVIY BARQARORLIKNI SHAKLLANTIRISHGA TA'SIR ETUVCHI OMILLAR.....	508
Salomova Sarvinoz Salimovna	
IJTIMOIIY-IQTISODIIY O'ZGARISHLAR SHAROITIDA CHAKANA SAVDO XIZMATLARINI RIVOJLANTIRISHNING XUSUSIYATLARI.....	515
Muxamedova Aziza Ravshanovna	
QISHLOQ XO'JALIGI MAHSULOTLARINI ISHLAB CHIQRISHNING IQTISODIIY-STATISTIK TAHLILIGA DOIR.....	523
Saburov Jumanazar Saliyevich	
СОВРЕМЕННАЯ МОДЕЛЬ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО РЕСУРСА (HR) В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ	531
Амирджанова Ситора Суннат кизи, Шаюсупова Наргиза Тургуновна, Урозбоев Хайрулла Муродбой угли, Умаров Фаёзбек Суннатилла угли	
MAHSULOT TANNARXINI HISOBLASH USULLARNI TAKOMILLASHTIRISH MASALALARI..	542
Djumanov Saitmurod Alibekovich	
TADBIRKORLIKDA RAQOBATBARDOSHLIKNI TA'MINLASHDA INSON RESURSLARINI BOSHQARISH VA MENEJMENTNING O'ZARO TA'SIRI	549
Sultonboyeva Munira Baxodirovna	
CHAKANA SAVDO KORXONALARIDA TOVAR ZAXIRALARINI BOSHQARISH MASALALARI	558
Safarov Baxtiyor Djurakulovich	
IQTISODIIYOTDA TARKIBIIY O'ZGARISHLARNING O'RNI VA AHAMIYATI	566
Ochilov Akram Odilovich, Qo'ziboyeva Nargiza Hamro qizi	
JOZIBADOR TURISTIK MAHSULOTLARNI SHAKLLANTIRISH VA SIFATINI OSHIRISH YO'NALISHLARI.....	574
Mirzabayev Jamshid Irkinovich	
OLIIY TA'LIM MUASSASALARI BOSHQARUVIDA RAQAMLI TRANSFORMATSIYANING AHAMIYATI.....	581
Gafurov Anvar Bazarbayevich	
ЗНАЧЕНИЕ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ В УПРАВЛЕНИИ СТРАТЕГИЕЙ ПРЕДПРИЯТИЯ	591
Тарават Абдул Салам	
INNOVATSION IQTISODIIYOT SHAROITIDA QAYTA SUG'URTALASH INSTITUTLARI FAOLIYATINI RIVOJLANTIRISH STRATEGIYALARI VA YO'NALISHLARI	603
Sherov Sanjar Radjabovich	
BANKLAR VA MARKETING SIYOSATI O'RTASIDAGI BOG'LIQLIK	613
Boboxo'jayeva Fotima Kaxramonovna	
ВЛИЯНИЕ АВТОМОБИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ УЗБЕКИСТАНА НА ЭКОНОМИКУ СТРАНЫ	619
Абдухамидова Мафтуна Турсунали кизи	
O'ZBEKISTONDA BIZNES VA TADBIRKORLIK: HOZIRGI HOLAT VA RIVOJLANISH ISTIQBOLLARI.....	626
Ravshanov Azizbek Ravshanovich	
OILAVIY TADBIRKORLIKNING KAMBAG'ALLIKNI QISQARTIRISHGA TA'SIRI: NAMANGAN VILOYATI BO'YICHA KO'P OMILLI EKONOMETRIK BAHOLASH	634
Ernazarova Nilufar Nozimjonovna	
MINTAQA SANOAT TUZILMASINING STRUKTURAVIY O'ZGARISHLARI VA IQTISODIIY O'SISH DINAMIKASI TAHLILI.....	644
G'aymatova Dilafro'z G'ofurjonovna	

JOZIBADOR TURISTIK MAHSULOTLARNI SHAKLLANTIRISH VA SIFATINI OSHIRISH YO‘NALISHLARI

Mirzabayev Jamshid Irkinovich

Samarqand iqtisodiyot va servis instituti
tadqiqotchisi

Annotatsiya

Maqolada turistik mahsulotlar va xizmatlar sifatini oshirishda — turistlar ehtiyojlarini o‘rganish, ularning talablariga mos xizmatlarni taklif etish, ushbu jarayonda mahalliy aholi ishtirokini ta‘minlash, milliy qadriyatlar va an‘analarni turistik mahsulot mazmuniga uyg‘unlashtirish muhim ahamiyat kasb etishi asoslanib, jozibador turistik mahsulotlarni shakllantirish va ular sifatini oshirish bo‘yicha amaliy takliflar ishlab chiqildi.

Kalit so‘zlar: Turistik mahsulot, turistik xizmatlar, servis, sifat, mehmonxona, transport, turoperator, infratuzilma, turistik resurs.

Аннотация

В статье разработаны практические предложения по формированию привлекательных туристических продуктов и повышению их качества, основанные на важности изучения потребностей туристов, предложении услуг, отвечающих их требованиям, обеспечении участия местных жителей в этом процессе и интеграции национальных ценностей и традиций в содержание туристических продуктов.

Ключевые слова: Туристический продукт, туристические услуги, сервис, качество, гостиница, транспорт, тuroperator, инфраструктура, туристические ресурсы.

Abstract

The article develops practical proposals for the formation of attractive tourist products and improving their quality, based on the importance of studying the needs of tourists, offering services that meet their requirements, ensuring the participation of local residents in this process, and integrating national values and traditions into the content of tourist products.

Keywords: Tourist product, tourist services, service, quality, hotel, transport, tour operator, infrastructure, tourist resource.

KIRISH

Yangi O‘zbekistonni barpo etish sharoitida turizm sohasini, avvalambor, xususiyl sektorida rivojlantirish uchun qulay shart-sharoitlar yaratish, ko‘rsatilayotgan xizmatlarning raqobatbardoshligini va sifatini oshirish, milliy turizm mahsulotini dunyo bozorida faol va kompleks ravishda targ‘ib qilish, turizm xizmatlarining bozor tarmog‘idagi sohasi bo‘lmish strategik menejment va marketingni o‘z ichiga olgan boshqaruvning kreativ usullarini qo‘llash, turistik salohiyatdan maqsadli foydalanish hamda xalqaro integratsiyalashuv asosida xorijiy mamlakatlardan ko‘p qiymatli turistik xizmatlar va mahsulotlar samarasini o‘zlashtirish kabi tadbirlar yuzasidan keng qamrovli islohotlar amalga oshirilmoqda.

«O‘zbekiston – 2030» strategiyasida belgilangan —O‘zbekistonda tashqi va ichki turizmni rivojlantirish 6 uchun keng sharoitlar yaratish orqali sayyohlar sonini oshirish dasturi doirasida turizm sohasi va infratuzilmasini jadal rivojlantirish asosida «Mehmonxona – transport – turoperator – savdo va servis» korxonalari kooperatsiya asosida faoliyat yuritadigan 30 ta yirik turizm klasterlari manzilli ro‘yxatlarini shakllantirish hamda hududlarda 4 mingga yangi mehmonxona, mehmon uylari va xostellar tashkil etib, mehmon o‘rinlari sonini kamida 2 barobar oshirish» vazifalari belgilab berilgan [1]. Mazkur vazifalarni amalga oshirishda mavjud turistik resurs komponentlaridan maqsadli foydalanish, jozibador turistik mahsulotlarni shakllantirish va sifatini oshirish orqali turistik tashkilotlar raqobatbardoshligini oshirish imkoniyatlarini kengaytirish imkoniyatlari bilan bog‘liq mexanizmlarni takomillashtirishni talab etadi.

Jahon miqyosida turizm sohasining izchil rivojlanishi turistik mahsulotlarni shakllantirish va ularning sifat ko‘rsatkichlarini yaxshilash masalasini ilmiy jihatdan o‘rganishni taqozo etmoqda. Ayniqsa, turistik bozorda raqobatning kuchayishi sharoitida har bir hudud o‘zining mavjud resurslaridan samarali foydalangan holda jozibador, zamonaviy va yuqori sifatli turistik mahsulotlarni taklif etishi zarur. Bu esa turizm sohasida inson omilining, xizmat ko‘rsatuvchi xodimlarning kasbiy mahorati va turistga bo‘lgan munosabatining ahamiyatini yanada oshiradi.

Turistik mahsulot jozibadorligi, avvalo, turistning subyektiv qabul qilishi, ya’ni xizmatlar sifati, ko‘rsatilgan e’tibor, qulaylik va olingan taassurotlar bilan bevosita bog‘liqdir. Shu nuqtai nazardan, turistik mahsulotni shakllantirish jarayoni faqat moddiy infratuzilma yoki tabiiy va madaniy obyektlar bilan cheklanib qolmasdan, inson kapitali, servis madaniyati va boshqaruv samaradorligini qamrab oladigan murakkab jarayon sifatida namoyon bo‘ladi. Aynan inson omili turistik xizmatlarning raqobatbardoshligini ta’minlovchi asosiy hal qiluvchi omillardan biri hisoblanadi.

ADABIYOTLAR SHARHI

Tadqiqot doirasida ilmiy adabiyotlardagi turizm sohasida turistik mahsulotlar va xizmatlar sifatini oshirish, turizmning milliy iqtisodiy o‘rinishning drayveri sifatidagi fikr va mulohazalar tahlil qilindi. Xususan, M.P.Bolodurina, A.I.Mishurovalar o‘z tadqiqotlarida turizm milliy iqtisodiyotning o‘rinishi uchun drayveri bo‘lishi mumkin va bo‘lishi kerak, bunda iqtisodiyotni modernizatsiya qilish dasturlarini ishlab chiqishda xalqaro turizm sohasidagi yetakchi mamlakatlar tajribasini hisobga olish, investitsiya va tadbirkorlik faoliyatini rag‘batlantirish vositalarini milliy iqtisodiyot amaliyotiga moslashtirish kerak, deb hisoblaydilar [2].

Yu. Kujelya o‘zining darsligida turizm sohasini mamlakat ijtimoiy–iqtisodiy rivojlantirishdagi rolini ochib bergan. Bunda mamlakatning eng tez rivojlanadigan sohasi sifatida turizmga alohida e’tibor qaratish zarurligini keltirib o‘tadi [3].

D.Richardson va D.Koyen AQShning shahar va shtatlarining imijini tadqiq qilib, noyob tijorat taklifi konsepsiyasiga asoslangan turistik hudud sloganini shakllanishiga qo‘yilgan asosiy talablar iyerarxiyasini ishlab chiqib: slogan tarkibida taklif bo‘lishi kerak; taklif bir yoki bir nechta pozitsiya bilan cheklanib qolishi kerak; taklif sayyohlarda qiziqish uyg‘otib, turistik hudud ustunliklarini ifodalashi maqsadga

muvofig; va ustunliklar noyob bo'lib, turistik hududning raqobatchilarga nisbatan differentsiatsiya qilish imkonini berishi shart, degan xulosaga keladilar. Olimlar tomonidan turistik hududning raqobatchilarga nisbatan ustunlikka erishishida asosiy omil – taklifga, ya'ni turistlarga taklif etiladigan jozibador turistik mahsulotlar va sifatli xizmatlar ekanligi asoslangan [4].

O'zbekistonda turizm sohasini, jumladan turizm tarmoqlarini rivojlantirishning nazariy asoslari N.T.Tuxliyev, M.Q.Pardayev, A.A.Eshtayev, O.H.Hamidov, I.S.Tuxliyev, M.T.Aliyeva, M.T.Alimova, B.SH.Safarov kabi olimlarning ilmiy ishlarida o'z aksini topgan [5].

METODOLOGIYA

Ilmiy-tadqiqotlar davomida turizm sohasiga oid nazariy qarashlar, ilmiy maqolalar va rasmiy ma'lumotlar o'rganilib, ular asosida tahlil va qiyoslash ishlari olib borildi. Turistik mahsulot tarkibi, xizmat ko'rsatish jarayoni va xodimlar faoliyati o'rtasidagi bog'liqlik kuzatuv orqali o'rganildi, shuningdek mutaxassislar fikrlari umumlashtirildi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Hozirgi sharoitda turistik mahsulotlar sifatini oshirish masalasi turistlar ehtiyojlarini chuqur anglash, ularning talablariga mos xizmatlarni taklif etish orqali amalga oshiriladi. Bu jarayonda mahalliy aholi ishtirokini ta'minlash, milliy qadriyatlar va an'analarni turistik mahsulot mazmuniga uyg'unlashtirish muhim ahamiyat kasb etadi. Shu bilan birga, xizmat ko'rsatish jarayonida inson omilining ustuvorligi turistlarda hududga nisbatan ijobiy taassurot va barqaror qiziqishni shakllantiradi.

O'zbekistonda turizm sohasini rivojlantirishga qaratilgan islohotlar doirasida milliy turistik mahsulotlarning jozibadorligini oshirish, xizmatlar sifatini yaxshilash va inson resurslarini rivojlantirish masalalari alohida ahamiyat kasb etmoqda. Shu bois, jozibador turistik mahsulotlarni shakllantirish va ular sifatini oshirish yo'nalishlarini ilmiy tahlil qilish, amaliyotda uchrayotgan muammolarni aniqlash hamda ularni hal etishga qaratilgan taklif va tavsiyalar ishlab chiqish muhim ahamiyatga ega.

Olib borilgan tahlillar jozibador turistik mahsulotlarni shakllantirish jarayoni ko'p omilli va murakkab ekanini ko'rsatdi. Amaliyotda turistik mahsulot ko'p hollarda mavjud tabiiy yoki tarixiy obyektlarga tayanadi, biroq bu omilning o'zi turistlarni jalb etish uchun yetarli emas. Tadqiqot natijalariga ko'ra, turistik mahsulot jozibadorligi, avvalo, xizmat ko'rsatish jarayonida inson omili qanday namoyon bo'layotgani bilan belgilanadi. Xususan, xodimlarning mehmon bilan muloqoti, munosabati, mahalliy madaniyatni taqdim etish darajasi turistik taassurotning shakllanishida hal qiluvchi ahamiyatga ega. Jozibador turistik mahsulotlarni shakllantirishga ta'sir etuvchi omillar 1-rasmda aks ettirildi.



1-rasm. Jozibador turistik mahsulotlarni shakllantirish omillari¹

Rasmdan ko‘rinib turibdiki, turistik mahsulot, avvalo, tabiiy resurslar va tarixiy-madaniy merosga tayanadi, biroq bu omillar yakka holda turistlarni jalb etish uchun yetarli emas. Rasmda alohida ajratib ko‘rsatilgan inson omili turistik mahsulot jozibadorligini belgilashda hal qiluvchi ahamiyatga ega bo‘lib, xizmat ko‘rsatish jarayonida xodimlarning mehmon bilan muloqoti, munosabati hamda mahalliy madaniyatni qanday taqdim etishi turistik taassurotning shakllanishiga bevosita ta’sir ko‘rsatadi. Shu bilan birga, xizmatlar sifati, infratuzilmaning rivojlanganlik darajasi, marketing va axborot ta’minoti hamda samarali boshqaruv mexanizmlari inson omilini qo‘llab-quvvatlovchi va uning samaradorligini oshiruvchi omillar sifatida namoyon bo‘ladi. Ushbu omillarning uyg‘unligi natijasida turistik mahsulot jozibadorligi ortib, turistlar qoniqishi va hududning raqobatbardoshligi ta’minlanadi.

1-jadval

Infratuzilma va xizmatlar sifati o‘rtasidagi nomutanosiblik tahlili²

Tahlil yo‘nalishi	Amalda kuzatilayotgan holat	Muammoning mohiyati	Asosiy xulosa
Infratuzilmaning rivojlanganlik darajasi	Ayrim hududlarda transport, joylash-tirish va xizmat obyektlari yetarli darajada mavjud	Infratuzilmaning mavjudligi turist qoniqishini avtomatik ta’minlamaydi	Moddiy baza yordamchi omil bo‘lib, asosiy hal qiluvchi omil emas
Turistlar qoniqish darajasi	Infratuzilma yaxshi bo‘lgan hududlarda ham qoniqish past	Turist taassuroti texnik sharoitdan ko‘ra inson munosabatiga ko‘proq bog‘liq	Turistik taassurot subyektiv omillarga tayanadi
Xizmat ko‘rsatuvchi xodim	Xodimlarning kasbiy tayyorgarligi va servis madaniyati yetarli darajada emas	Kadrlar bilan ishlashga yetarli darajada e’tibor qaratilmayapti	Inson kapitaliga investitsiya kam
Xizmatlar sifatiga yondashuv	Sifat asosan texnik mezonlar bilan baholanadi	Funksional sifat (qanday xizmat ko‘rsatildi) ikkinchi o‘rinda qolmoqda	Sifatni baholash mezonlari qayta ko‘rib chiqilishi kerak
Turistlar fikri	Xushmuomalalik, individual yondashuv va samimiy munosabat ustuvor	Turist uchun munosabat va muloqot asosiy qadriyat	Inson omili markaziy o‘rinda
Boshqaruv amaliyoti	Asosiy e’tibor infratuzilmaga qaratilgan	Servis madaniyatini rivojlantirish tizimli yo‘lga qo‘yilmagan	Boshqaruv yondashuvi muvozanatsiz
Umumiy natija	Resurs bor, ammo samara past	Inson omili yetarlicha rivojlanmagan	Turizm sifati masalasi avvalo kadrlar bilan bog‘liq

¹ Muallif ishlanmasi

² Tadqiqot natijasida muallif ishlanmasi

Tahlil jarayonida shu holat aniqlandiki, infratuzilma nisbatan yaxshi rivojlangan ayrim hududlarda ham turistlar qoniqish darajasi kutilgan darajada emas. Bu esa xizmatlar sifatini baholashda texnik shart-sharoitlardan ko'ra, xizmat ko'rsatuvchi personalning kasbiy tayyorgarligi va servis madaniyati ustuvor ekanini ko'rsatadi. Turistlar fikrlarini o'rganish natijasida ular uchun eng muhim omillar sifatida xushmuomalalik, individual yondashuv va samimiy munosabat qayd etildi.

Yuqorida bayon etilgan nazariy mulohazalarni aniqlash va amaliyotdagi holatni ochib berish maqsadida turistik xizmatlar ko'rsatish jarayoni infratuzilma va inson omili nuqtai nazaridan tahlil qilindi. Tadqiqot natijasida olingan ma'lumotlar tizimlashtirilib ular o'rtasidagi nomutanosibliklar aniq ko'rsatib berildi (1-jadval).

Jadvalda keltirilgan tahlil natijalari jozibador turistik mahsulotlarni shakllantirish va ular sifatini oshirishda asosiy e'tiborni faqat infratuzilma va moddiy shart-sharoitlarga qaratish kutilgan samarani bermasligini ko'rsatdi. Amalda turistlar qoniqishi xizmat qanday tashkil etilgani, xodimlar mehmon bilan qanday muloqotda bo'lgani va ularning munosabati qanday namoyon bo'lgani bilan chambarchas bog'liq ekanini aniqlandi. Xususan, xizmat ko'rsatuvchi personalning kasbiy tayyorgarligi, xushmuomalaligi, turistga nisbatan individual yondashuvi hamda samimiy munosabati turistik mahsulot jozibadorligini belgilab beruvchi hal qiluvchi omil sifatida namoyon bo'lmoqda. Shu jihatdan, jozibador turistik mahsulotlarni shakllantirish va sifatini oshirish yo'nalishlari, avvalo, inson resurslarini rivojlantirish, servis madaniyatini yuksaltirish va turist bilan to'g'ridan-to'g'ri muloqot sifatini yaxshilashga qaratilgan tizimli chora-tadbirlar bilan bog'liq ekanini ta'kidlash mumkin.

Tadqiqot natijalari mahalliy aholi tomonidan tayyorlangan turistik mahsulotlar nisbatan yuqori qiziqish uyg'otayotganini ham ko'rsatdi. Mahalliy aholi tomonidan ko'rsatilayotgan xizmatlar turistlarda haqiqiylik va ishonch hissini kuchaytiradi, bu esa mahsulotning umumiy jozibadorligini oshiradi. Shu bilan birga, turistik mahsulotlarni standart xizmatlar doirasida qoldirmasdan, turli maqsadli guruhlar talabiga moslashtirish sifatini oshirishda muhim omil sifatida namoyon bo'ldi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Olingan natijalar asosida xulosa qilish mumkinki, jozibador turistik mahsulotlarni shakllantirishda asosiy e'tibor inson omiliga qaratilishi lozim. Xizmat ko'rsatuvchi kadrlarni tayyorlash, ularning malakasini oshirish, servis madaniyatini rivojlantirish hamda mahalliy qadriyatlarni turistik mahsulot mazmuniga uyg'unlashtirish turistik mahsulot sifatini oshirishning eng samarali yo'nalishlari hisoblanadi. Aynan ushbu yondashuv turistlar qoniqishini ta'minlash, hudud imijini yaxshilash va turizm sohasining barqaror rivojlanishiga xizmat qiladi.

Tadqiqot davomida jozibador turistik mahsulotlarni shakllantirish va ular sifatini oshirish maqsadida quyidagi amaliy takliflar ishlab chiqildi:

- turistik xizmatlar ko'rsatishda inson omilining rolini kuchaytirish uchun xizmat ko'rsatuvchi kadrlarni tayyorlash tizimini qayta ko'rib chiqish va uni amaliy ko'nikmalarga yo'naltirish zarur. Xususan, xodimlarning mehmon bilan muloqot madaniyati, muammoli vaziyatlarda o'zini tutishi va individual yondashuv

qobiliyatlarini rivojlantirishga qaratilgan doimiy o'quv kurslari va treninglar tashkil etish;

- servis madaniyatini oshirishda mahalliy aholining turizm jarayonidagi ishtirokini kengaytirish muhim ahamiyat kasb etadi. Mahalliy qadriyatlar, urf-odatlar va an'anaviy turmush tarzini turistik mahsulot mazmuniga uyg'unlashtirish orqali turistlarda haqiqiy va esda qolarli taassurot shakllantirish mumkin. Bu esa turistik mahsulotning jozibadorligini oshirish bilan birga, hudud aholisining turizmdan olinadigan iqtisodiy manfaatdorligini ham kuchaytiradi;

- turistik xizmatlar sifatini baholashda faqat texnik va infratuzilmaviy ko'rsatkichlar bilan cheklanmasdan, turistlar qoniqishini aks ettiruvchi inson omiliga oid mezonlarni joriy etish taklif etiladi. Turistlar fikri va taassurotlarini muntazam o'rganib borish orqali xizmatlar sifatidagi kamchiliklarni aniqlash va ularni tezkor bartaraf etish imkoniyati yaratiladi.

Umuman olganda, ushbu takliflarni amalga oshirish jozibador turistik mahsulotlarni shakllantirish, xizmatlar sifatini yaxshilash va turizm sohasining barqaror rivojlanishini ta'minlashga xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 11-sentabrdagi PF-158-sonli «O'zbekiston — 2030» strategiyasi to'g'risida»gi Farmoni <https://lex.uz/ru/docs/-6600413>

2. Болодурина М.П., Мишурова А.И. Адаптация зарубежного опыта развития туристической индустрии как драйвера роста национальной экономики // Национальные интересы: приоритеты и безопасность. -2018. — Т. 14, № 1. — С. 19 — 36. <https://doi.org/10.24891/ni.14.1.19>

3. Кужеля Ю. Л. Туризм и гостеприимство. Учебник:- М. : Издательство Юрайт, 2018. — 439 с.

4. Richardson, J., Cohen, J. State slogans: the case of the missing USP. Journal of Travel & Tourism Marketing. 1993. № 2(2/3). P. 91–109 (70)

5. Тухлиев Н., Абдуллаева Т. Национальные модели развития туризма. — Т.: Ўзбекистон миллий энциклопедияси, 2006. — С.24.;

6. Pardayev M.Q., Atabayev R. Turistik resurslarni tahlil qilish va baholash. — Samarqand: SamISI, 2006. — 137 b;

7. A.A.Eshtayev. Globallashuv sharoitida turizm industriasini boshqarishning marketing strategiyasi. (O'zbekiston Respublikasi turizm tarmog'i misolida) Iqtisodiyot fanlari doktori ilmiy darajasini olish uchun yozilgan dissertatsiya. -S.: SamISI, 2019. — 246 b.

8. Хамидов О.Х. Выбор конкурентной стратегии предприятия на рынке туристических услуг Узбекистана: Дисс...канд. экон. наук. -С.: СамИСИ, 2006. - С.155.;

9. Tuxliyev И.С. Boltabayev M.R. Turizm: nazariya va amaliyot. —Т.: Fan va texnologiya, 2018, — 400 b.;

10. Aliyeva M.T. Iqtisodiyotni erkinlashtirish sharoitida turizm xizmatlari sohasini boshqarishning iqtisodiy jihatlari (O'zbekiston Respublikasi misolida).

Iqtisodiyot fanlari doktori ilmiy darajasini olish uchun yozilgan dissertatsiyasi. – Samarqand: SamISI, 2019. –287 b.;

11. Alimova M.T. Hududiy turizm bozorining rivojlanish xususiyatlari va tendensiyalari (Samarqand viloyati misolida).: Iqtisodiyot fanlari doktori ilmiy darajasini olish uchun yozilgan dissertatsiya. -S.: SamISI, 2017. — 265 b.;

12. Safarov B.SH. Milliy turistik xizmatlar bozorini innovatsion rivojlantirishning metodologik-uslubiy asoslarini takomillashtirish: Iqtisodiyot fanlari doktori ilmiy darajasini olish uchun yozilgan dissertatsiya. — S.: SamISI, 2016. — 254 b.



Marketing

ilmiy, amaliy va ommabop jurnali

Muharrir:

Ingliz tili muharriri:

Rus tili muharriri:

Musahhih:

Sahifalovchi va dizaynerlar:

Xakimov Ziyodulla Axmadovich

Tursunov Boburjon Ortiqmirzayevich

Kaxramonov Xurshidjon Shuxrat o'g'li

Karimova Shirin Zoxid qizi

Sadikov Shoxrux Shuxratovich

Abidjonov Nodirbek Odijon o'g'li

2025-yil, dekabr, 12-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**. ГОСТ 7.56-2002 "Seriya nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlari standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**