

KREATIV IQTISODIYOTNI VUJUDGA KELISHI VA RIVOJLANISHINING O‘ZIGA XOS XUSUSIYATLARI

Ismailov Azizbek Ruzimaxmatovich

“Alfraganus University” NOTT,
Iqtisodiyot kafedrası dotsenti, PhD

Annotatsiya

Maqolada zamonaviy ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish sharoitida iqtisodiyotning kreativ sektori tutgan o‘rin va uning ahamiyati aniqlangan. “Kreativ iqtisodiyot” kategoriyasining mohiyati o‘rganilib, mazmuni tahlil qilingan.

Kalit so‘zlar: kreativ iqtisodiyot, ijod, reklama, moda, san’at.

Аннотация

В статье определены роль и место креативного сектора экономики в современных условиях социально-экономического развития. Исследована сущность категории «креативная экономика», проанализировано её значение и содержание.

Ключевые слова: креативная экономика, творчество, реклама, мода, искусство.

Abstract

This article defines the role and place of the creative sector of the economy in the current context of socioeconomic development. The essence of the "creative economy" category is explored, and its meaning and content are analyzed.

Keywords: creative economy, creativity, advertising, fashion, art.

KIRISH

“Kreativ iqtisodiyot” tushunchasi mustaqil iqtisodiy yo‘nalish sifatida ilk bor 1960-yillarda tilga olingan. Biroq bu atama 1998-yilda Buyuk Britaniyada Madaniyat, ommaviy axborot vositalari va sport departamenti ijodkorlik sohalarini reklama, arxitektura, san’at va hunarmandchilik, dizayn, moda, kino, video, fotografiya, musiqa, sahna san’ati, nashriyot, kompyuter tadqiqotlari va dasturiy ta‘minot, elektron o‘yinlar va raqamli dasturlarni ishlab chiqish kabi segmentlarga bo‘lib tasniflashni boshlagan davrda shakllangan. UNCTAD (Birlashgan Millatlar Tashkilotining Savdo va rivojlanish bo‘yicha konferensiyasi — BMT Bosh Assambleyasining organi) ma‘lumotlariga ko‘ra, ushbu sohalar hozirda tijorat va madaniy qiymatning muhim manbai hisoblanadi¹.

Kreativ iqtisodiyot — bu bilimlar iqtisodiyoti yutuqlaridan foydalanadigan, ilmiy tadqiqotlar sohasida hamda biznes, san’at, madaniyat yoki dizayn yo‘nalishlarida yangi, o‘ziga xos g‘oyalarni amaliyotga tatbiq etishga asoslangan iqtisodiyotdir².

Globalashuv jarayoni va yangi iqtisodiy sharoit “kreativ iqtisodiyot” deb ataladigan shaklning paydo bo‘lishi va rivojlanishi uchun qulay muhit yaratdi. “Kreativ

¹ Анна Федорова. Что такое креативная экономика и зачем ее развивать? <https://snob.ru/profile/412219/blog/3060499/> (15- декабря 2023 г.)

² O‘zbekiston Respublikasining 2024-yil 3-oktabr, O‘RQ-970-son “Kreativ iqtisodiyot to‘g‘risida”gi Qonuni <https://lex.uz/uz/docs/-7129258?otherlang=1>

iqtisodiyot” tushunchasi madaniy, san’at va innovatsion mahsulotlar hamda xizmatlarni yaratuvchi insonlar va korxonalar majmuasini anglatadi. Ushbu tizim, shuningdek, mualliflar o‘z ishlarini erkin taqdim etishlari, fikr-mulohazalar almashishlari va tahliliy bahs yuritishlari mumkin bo‘lgan zamonaviy platformalarni ham o‘z ichiga oladi. Bu, avvalo, zamonaviy texnologik baza va bilimlar platformasiga asoslangan ijodiy salohiyat, ko‘nikma hamda iste’dodlar bilan chambarchas bog‘liq bo‘lib, pirovardida iqtisodiy o‘shni jadallashtirishga xizmat qiladi.

O‘zbekiston qonunchiligiga muvofiq, “kreativ iqtisodiyot ilmiy, texnikaviy va badiiy ijod erkinligiga asoslanadi”. “Kreativ iqtisodiyot to‘g‘risida”gi Qonunda bu yo‘nalishga quyidagicha ta‘rif berilgan: “Kreativ iqtisodiyot — ijod, intellektual qobiliyat, shuningdek, innovatsiyalar va texnologiyalarga asoslangan inson salohiyati natijasida iqtisodiy qiymatga ega tovarlar, ishlar va xizmatlarni yaratishga qaratilgan iqtisodiyot tarmog‘i.”

ADABIYOTLAR SHARHI

Kreativ iqtisodiyot fan sifatida paydo bo‘lishi va shakllanishi borasida rossiyalik olim Anna Fedorova izlanishlar olib borgan¹. Elena Sokolova² tadqiqotlarida kreativ iqtisodiyotni tobora ko‘proq yangi voqelik va hatto insoniyat taraqqiyotining keyingi bosqichi deb nomlanmoqda. Gorda O.S.ning o‘tkazilgan tadqiqotlari³ kreativ iqtisodiyot atamasini tushunishning bir nechta yondashuvlari mavjudligini xulosa qilish imkonini berdi, shuningdek, bilim, ko‘nikma, axborot va ijodiy resurslarni innovatsiyalar, yangi g‘oyalar, loyihalar, yechimlar, iqtisodiy va ijodiy mahsulotlarga aylantiradigan tadbirkorlik subyektlari o‘rtasidagi o‘ziga xos munosabatlar tizimi bilan tavsiflangan konsepsiyaga asoslangan yangi iqtisodiyotning asosiy elementi sifatida ijodiy iqtisodiyotni talqin qilish imkonini berdi. Serbiyalik olim Žarko Đorić⁴ o‘z tadqiqotlaridan olingan natijalar kreativ iqtisodiyot Yevropa Ittifoqiga, birinchi navbatda, ijodkorlik sektoridagi korxonalarining bandligi va hissasi nuqtai nazaridan olib keladigan muhim iqtisodiy salohiyatdan dalolat beradi.

METODOLOGIYA

Tadqiqotda ilmiy abstraksiya, induksiya va deduksiya, retrospektiv, miqdoriy, tizimli hamda qiyosiy tahlil usullari, shuningdek statistik guruhlashtirish metodlaridan foydalanilgan.

TAHLIL VA NATIJALAR

¹ Анна Федорова. Что такое креативная экономика и зачем ее развивать? <https://snob.ru/profile/412219/blog/3060499/> (15-dekabr 2023 g.)

² Елена Цоколова. Креативная экономика: что это такое и откуда она взялась? <https://startupjedi.vc/ru/content/kreativnaya-ekonomika-chto-eto-takoe-i-otkuda-ona-vzylas/> (February 11, 2022)

³ Горда О.С. Креативная экономика: теоретические основы и особенности функционирования в условиях становления новой экономики // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Экономика и управление. 2023. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnaya-ekonomika-teoreticheskie-osnovy-i-osobennosti-funktsionirovaniya-v-usloviyah-stanovleniya-novoy-ekonomiki> (data obrasheniya: 08.10.2025).

⁴ Zarko Doric. Creative economy — exploring the concept and european perspective. school of business, 2/2020, 142-172

Kreativ iqtisodiyotni shartli ravishda to'rtta yirik klasterga ajratish mumkin: ommaviy axborot vositalari, iste'mol, madaniyat va texnologiya. Bugungi kunda kreativ iqtisodiyot — bu nisbatan yangi, bilimga asoslangan iqtisodiy faoliyat bo'lib, ijodiy sohalarga tayanadi.

Kreativ iqtisodiyot o'zini quyidagi yo'nalishlar kesimida namoyon etadi:

- Iqtisodiyot — yalpi ichki mahsulotga qo'shilgan hissasi orqali;
- Innovatsiyalar — an'anaviy faoliyatda o'sish va raqobatni rag'batlantirish orqali;
- Ijtimoiy qadriyat — bilim va iste'dodlarni rivojlantirish orqali;
- Barqarorlik — ijodkorlik va intellektual kapitalning cheksiz salohiyatiga tayanish orqali.

Kreativ iqtisodiyotga misol sifatida dizaynerlik mebellari, ta'limga mo'ljallangan mobil ilovalar, turli ijodiy yo'nalish va janrdagi rassomlarni birlashtiruvchi raqamli platformalar, shuningdek san'at va dizayn texnologiyalarini uyg'unlashtirgan arxitektura, shaharsozlik va festivallarni keltirish mumkin.

Kreativ iqtisodiyot konsepsiyasi ijodiy klasterlarni o'z ichiga oladi. Bunday klasterlarda ijodkorlar o'z ishlarini turli sohalarda erkin namoyish etishlari, fikr-mulohazalar olishlari va fikr almashishlari mumkin. Ijodiy sanoat klasterlari mahalliy ijodkorlar va korxonalarni yagona makonda birlashtiradi, hunarmandlarga o'z mahsulotlarini namoyish qilish, iste'molchilarga esa ijodiy pudratchilarni topish imkonini beradi¹.

Ijodiy biznesni rivojlantirishga qaratilgan loyihalar taraqqiyot agentliklari tomonidan amalga oshiriladi. Ular quyidagi yo'nalishlarni qamrab oladi:

- Akademiya — ijodiy sohalarda o'quv mashg'ulotlari, treninglar va mahorat darslarini tashkil etib, malaka oshirish hamda yangi kichik va o'rta biznesni shakllantirishga ko'maklashadi.
- Biznes va investitsiyalar — jamoa tadbirkorlik tashabbuslarini rivojlantirish uchun sharoit yaratadi, tadbirkorlarga mahsulot turlarini qadoqlashni o'rgatadi, biznes-klublar va franchayzing yarmarkalarini tashkil etadi, investitsiyalarni jalb qiladi.
- Ijodiy klaster — ijodiy tadbirkorlar uyushmasi bo'lib, ijodiy energiyani faol rivojlanayotgan biznesga aylantiradi va hamkorlikni rag'batlantiradi.

Statistik ma'lumotlarga ko'ra, bugungi kunda butun dunyo bo'ylab ish o'rinlarining 6–8 foizdan ortig'i san'at, madaniyat va texnologiya chorrahasida faoliyat yurituvchi sohalarda hissasiga to'g'ri keladi. Tovar va xizmatlar eksportining 3 foizini ijodiy mahsulotlar, 21 foizini esa xizmatlar tashkil etadi.

Hozirgi vaqtda iqtisodiyoti barqaror hamda turmush darajasi yuqori rivojlangan mamlakatlarda (AQSH va G'arbiy Yevropa) kreativ iqtisodiyot to'liq shakllangan. Silikon vodiysi joylashgan AQSH ushbu iqtisodiyotning harakatlantiruvchi kuchi sifatida e'tirof etiladi. Shu bilan birga, Osiyo davlatlari ham bosqichma-bosqich kreativ iqtisodiyot jarayonlariga jalb qilinmoqda. Ular sezilarli raqobat ustunligiga ega, xususan iste'molchilarning katta auditoriyasi bunga misol bo'ladi. Bugungi kunda

¹ Анна Федорова. Что такое креативная экономика и зачем ее развивать?
<https://snob.ru/profile/412219/blog/3060499/> (15- декабря 2023 г.)

ijodiy kontent yaratuvchilar uchun eng yirik raqamli platforma hisoblangan TikTok Xitoyning ByteDance kompaniyasiga tegishli.

Kreativ iqtisodiyot mohiyatini chuqurroq anglash uchun uning asosiy kategoriyalarini tahlil qilish zarur¹.

Kreativ biznes — innovatsion gʻoyalari va intellektual kapitaldan daromad keltiruvchi asosiy manba sifatida foydalanishga asoslangan sohadir. Koʻplab startaplar faoliyati kreativ biznes toifasiga kiradi.

Kreativ sinf — asosiy faoliyati gʻoyalarni yaratish va targʻib qilishdan iborat boʻlgan ijtimoiy qatlamdir. Ushbu qatlamga turli ijodiy kasb egalari — yozuvchilar, bastakorlar, rassomlar, shuningdek, olimlar, kontent ishlab chiqaruvchilar va “fikir yetakchilari” kiradi. Natijada turli sohalarni qamrab olgan, ammo yagona ijodiy yoʻnalishga ega boʻlgan jamoa shakllanadi. Ushbu insonlarni birlashtiruvchi jihat — ularning kreativ iqtisodiyotda yetakchi kuch sifatidagi oʻrnidir.

Kreativ vositalar — kontentni yaratish, tarqatish va monetizatsiya qilishga yordam beruvchi xizmatlar majmui. Bular quyidagilarni oʻz ichiga oladi:

- kontent yaratish xizmatlari — tasvirni qayta ishlash, ovoz yozish, videoni tahrirlash uchun dasturlar (*Canva, Ableton, FL Studio, Supa* va boshqalar);
- kontentni joylashtirish uchun mediaplatformalar (*YouTube, Spotify, Instagram* va boshqalar);
- kontentni monetizatsiya qilish xizmatlari (*Patreon, Kickstarter* va boshqalar).

Kreatorlar (ijodkorlar) — noyob gʻoya yoki kontent yaratuvchi shaxslar boʻlib, ular kreativ iqtisodiyotda asosiy oʻrinni egallaydi. Shu bilan birga, bu sohada ulardan tashqari boshqa ishtirokchilar ham faoliyat yuritadi:

- kontentni targʻib qilish va bozordagi faoliyatni yuritish bilan shugʻullanuvchi maxsus agentliklar, TikTok xauslar va vositachilar;
- gʻoyalarni monetizatsiya qilishda yordam beradigan investorlar yoki homiylarni topishda koʻmaklashuvchi tashkilotlar.

Kreativ iqtisodiyotning markazida aynan ijodkorlar — noyob gʻoya va kontent yaratuvchilar turadi. Ular atrofida esa qoʻllab-quvvatlovchi infratuzilma shakllanadi:

- kontent va gʻoyalari bilan ishlovchi xizmatlar;
- gʻoyadan amalga oshirishgacha qoʻllab-quvvatlovchi jamoalar;
- gʻoyalarni ishlab chiqishga yordam beradigan yoki kontent yaratishni oʻrgatuvchi tashkilotlar (akseleratorlar, inkubatorlar va boshqalar);
- professional jamoalar;
- kontentni tarqatish va gʻoyalarni ilgari surishda yordam beruvchi tashkilotlar (marketing agentliklari, targetologlar, SMM mutaxassislari va boshqalar);
- investorlar (baʼzan kuzatuvchi investorlar ham faol ishtirok etadi, masalan, kraudfunding platformalarida yoki *Patreon* tizimida).

Bir necha yil avval onlayn kontent yaratish asosan sevimli mashgʻulot sifatida qaralgan. Dastlab faqat professional — dizaynerlar, moda fotosuratchilari, musiqachilar va rassomlarga vizual kontent orqali daromad topish imkoniga ega

¹ Елена Цоколова. Креативная экономика: что это такое и откуда она взялась?

<https://startupjedi.vc/ru/content/kreativnaya-ekonomika-chto-eto-takoe-i-otkuda-ona-vzylas> (February 11, 2022)

edilar. Biroq bugungi kunda san'at sohasiga kirish ancha qulaylashdi, sanoatga kirish to'siqlari esa sezilarli darajada kamaydi.

Bunga texnologik taraqqiyot sezilarli darajada yordam berdi. So'nggi yillarda ijodiy sohalar reklama yoki san'at bilan cheklanmay, mustaqil iqtisodiy kuchga aylandi. Endi deyarli har bir inson raqamli sohada kuchlar muvozanatini o'zgartirib, mustaqil kontent yarata oladi. Bu yo'nalishga kirish uchun asosan gadjetlar, ijodiy yondashuv va tashabbus kifoya.

Tasavvur qiling: siz professional studiyada suratga olingan reklama darajasidagi videoni bepul muharrir yordamida yaratib, millionlab tomoshabinlar e'tiborini qozonishingiz mumkin.

Raqamli texnologiyalar hech qachon hozirgidek ommaviy va qulay bo'lmagan. Bu tendensiya ta'lim sohasida ham yaqqol namoyon bo'lmoqda: o'quvchilar va yosh mutaxassislar an'anaviy kurslar o'rniga bloggerlardan o'rganishni afzal ko'rishmoqda. Influyenserlar tomonidan yaratilgan qisqa, ammo mazmunli kurslar yangi ijodiy kasblar uchun muhim o'quv manbai sifatida qadrlanmoqda. Doimiy amaliyot bu sohada eng asosiy mezon hisoblanadi.

Natijada, raqamli ijodkorlar tezkor o'rganish qobiliyati orqali o'z kasbini mukammal egallashmoqda. Masalan, agar kompaniya zudlik bilan vizual kontent bo'yicha mutaxassisga muhtoj bo'lsa, yangi xodim izlash o'rniga mavjud xodimni o'qitish ko'proq samara beradi. Chunki bu sohada texnik mahoratdan ko'ra o'ziga xoslik va ijodkorlik ustuvor ahamiyatga ega.

Kreativ iqtisodiyotdagi tarmoqlar¹. Kreativ iqtisodiyot yosh va jadal rivojlanayotgan iqtisodiy sektor sifatida ijodiy mahsulotlardan foyda oladigan tarmoqlarni qamrab oladi. Boshqacha qilib aytganda, bu soha ijodiy yondashuv orqali yaratilgan va so'z erkinligi, qiziqish hamda motivatsiyaga asoslangan iqtisodiy qiymatga ega bo'lgan tovar va xizmatlarni o'z ichiga oladi.

Kreativ sohalarning yagona ro'yxati mavjud emas, chunki bugungi texnologiyalar rivojlangan zamonda bu model ijodning istalgan sohasi va har qanday ko'rinishida amalga oshirilishi mumkin. Bunga tasviriy san'at, musiqa, dizayn va moda, foto va video ishlab chiqarish, marketing, reklama va boshqa sohalar misol bo'la oladi.

Avlodlarni o'rganish markazi ma'lumotlariga ko'ra, Z avlod vakillarining 91 foizi kreativ sohalarda o'z biznesini ochishni rejalashtirgan.

Ijodiy iqtisodiyotning o'sish mexanizmi. Ijodiy iqtisodiyot bir necha asosiy omillar tufayli mashhurlikka erishmoqda. Mobil qurilmalar sonining ortib borishi va internetning ikkinchi avlodining rivojlanishi foydalanuvchilarga uzluksiz kontent yaratish va uni almashish imkonini bermoqda. Ijtimoiy tarmoqlarning tez sur'atlar bilan kengayib borishi natijasida kontent yaratuvchilar va iste'molchilar soni ham ortmoqda. Bugungi avlodning katta qismi ijtimoiy tarmoqlarga bog'langan va hayotining yarmi internetda o'tmoqda.

¹ Kreativnaya ekonomika: chto eto takoye i kak ona vliyayet na avtorov?. <https://fanzoone.medium.com/creative-economy-what-it-means-and-how-it-affects-to-creators-6a21164675f4>. (14-iyunya 2023 g.)

Kontent yaratuvchilar va bloggerlar tobora professionallashib, o'z mahsulotlari va xizmatlarini ishga tushirmoqda. Ularning orqasida prodyuserlar, rejissyorlar, muharrirlar, ssenariy mualliflari va boshqa professionallar jamoasi faoliyat yuritadi.

Kreativ iqtisodiyot iqtisodiyotning boshqa tarmoqlariga qaraganda tezroq rivojlanmoqda va innovatsion taraqqiyotning harakatlantiruvchi kuchi sifatida namoyon bo'lmoqda. Iste'dod, texnologiya va bag'rikenglik — kontent yaratuvchilar hamda ijodiy iqtisodiyot uchun asosiy tayanchlardir.

Ijodiy iqtisodiyotning muhim harakatlantiruvchisi erkin raqobatdir. Korrupsiyadan xoli muhit zamonaviy ijodkorning o'z iste'dodidan to'liq foydalanish imkoniyatini ta'minlaydi. Agar insonda iste'dod bo'lsa, butun dunyo u haqida bilib oladi va tan olinishi avvalgiga nisbatan ancha tezroq kechadi.

So'nggi yillarda mashhurlik nisbatan sekin o'sib bordi: dastlab inson o'zi uchun nom yaratadi, keyinchalik esa uning atrofida shaxsiy brend shakllanadi. Qisqa vaqt ichida dunyoga tanilish, o'z iste'dodi asosida brend yaratish va ijodkorlik bilan ta'sir doiralari o'rtasida osongina almashinish imkoniyati paydo bo'lgan.

Kreativ iqtisodiyotning mohiyatini chuqur anglash zarur. Uning marketingga ta'siri allaqachon sezilarli darajaga yetgan va bu jarayon har yili zamonaviy texnologiyalarning rivojlanishi hamda sun'iy intellektning paydo bo'lishi bilan birga o'sib, o'zgarib bormoqda.

Kreativ sohalar, ayniqsa, yoshlar uchun katta miqdordagi ish o'rinlarini yaratadi va dunyodagi eng yirik iqtisodiyotlarda o'sishning asosiy omili hisoblanadi. Bir paytlar bolalar kosmonavt bo'lishni orzu qilgan bo'lsa, hozirgi kunda ko'pchilik bolalikdan blogger bo'lishga intilmoqda. Kreativ iqtisodiyot esa tadbirkorlarning blogger, bloggerlarning esa tadbirkor bo'lishiga zamin yaratmoqda.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Xulosa qilib aytganda, bunyodkorlik iqtisodiyoti noyob mahsulotlar yaratish va ilgari surish, kichik hamda o'rta biznesni rivojlantirish, yangi ish o'rinlarini tashkil etish orqali aholining chetga chiqib ketishini kamaytiradi, ishlab chiqarish salohiyatini mustahkamlaydi hamda shahar va viloyatlarning jozibadorligini oshirishga xizmat qiladi.

“Ijodkorlar” uchun har doim qiyin bo'lgan: adabiyot va kinodagi klassik mavzulardan biri — iqtisodiy jihatdan foydasiz, ammo samimiy ijodkorlik bilan foydali, biroq ruhsiz hunarmandchilik o'rtasidagi ziddiyatdir. Bu ziddiyatda g'alabaga erishgan mashhur insonlar ko'p, biroq qanchadan-qancha noyob g'oyalar amalga oshmay barbod bo'lganini ham tan olish lozim. Shon-shuhrat va moddiy farovonlik ba'zan ijodkorlarga faqat o'limidan so'ng nasib etgan. Masalan, tirikligida atigi bitta rasmini sotgan Vincent van Gog bunga yorqin misoldir.

Aftidan, kreativ iqtisodiyot bu ziddiyatni bartaraf etishga qodir. U dunyoga misli ko'rilmagan g'oyalar xilma-xilligini taqdim etish imkonini beradi. Agar sizda g'alati, ammo qiziqarli g'oya bo'lsa — vaqti keldi, uni amalga oshirishga urining.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Ўзбекистон Республикасининг Қонуни “Креатив иқтисодиёт тўғрисида” 2024 йил 3 октябрь, ЎРҚ-970-сон <https://lex.uz/uz/docs/-7129258?otherlang=1>
2. Анна Федорова. Что такое креативная экономика и зачем ее развивать? <https://snob.ru/profile/412219/blog/3060499/> (15 декабря 2023 г.)
3. Elena Sokolova. Креативная экономика: что это такое и откуда она взялась? <https://startupjedi.vc/ru/content/kreativnaya-ekonomika-cto-eto-takoe-i-otkuda-ona-vzyalas> (February 11, 2022)
4. Креативная экономика: что это такое и как она влияет на авторов?. <https://fanzoone.medium.com/creative-economy-what-it-means-and-how-it-affects-to-creators-6a21164675f4>. (14 июня 2023 г.)
5. Горда О.С. Креативная экономика: теоретические основы и особенности функционирования в условиях становления новой экономики // Ученые записки Крымского федерального университета имени В. И. Вернадского. Экономика и управление. 2023. №2. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/kreativnaya-ekonomika-teoreticheskie-osnovy-i-osobennosti-funksionirovaniya-v-usloviyah-stanovleniya-novoy-ekonomiki> (дата обращения: 08.10.2025).
6. The Creative Economy. <https://www.thepolicycircle.org/minibrief/the-creative-economy/>
7. Handbook of the Economics of Art and Culture. Volume 2pp. 1 — 678 • 2014
8. Zarko Doric. Creative economy — exploring the concept and european perspective. school of business, 2/2020, 142-172
9. Creative Economy. Outlook. 2024. Technical and statistical report. United Nations Publications. Geneva, 2024. <https://shop.un.org/>



Marketing

ilmiy, amaliy va ommabop jurnali

Muharrir:

Ingliz tili muharriri:

Rus tili muharriri:

Musahhah:

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, 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:

[@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**. GOCT 7.56-2002 " Seriyali nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlataro standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**