

## KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIK SOHASINI BARQAROR RIVOJLANTIRISHNING INNOVATSION YONDASHUVLARI

**Yadgarova Nigora Rixsulla qizi**

Kadrlar malakasini oshirish  
va statistik tadqiqotlar instituti  
tayanch doktoranti

### Annotatsiya

Ushbu maqolada kichik biznes va xususiy tadbirkorlik sohasini milliy iqtisodiyotda tutgan oʻrni, oʻziga xos xususiyatlari, soha rivojlanishiga taʼsir etuvchi omillar, mamlakatimizda tadbirkorlik sohasini rivojlantirishdagi asosiy innovatsion yondashuvlar yoritib berilgan.

**Kalit soʻzlar:** kichik biznes, tadbirkorlik, innovatsiya, innovatsion yondashuv, texnologik ishlanmalar, biznes muhiti, iqtisodiy va ijtimoiy, texnologik omillar, kichik korxonalar, mikrofirmalar.

### Аннотация

В статье описывается роль малого бизнеса и частного предпринимательства в национальной экономике, его особенности, факторы, влияющие на развитие сектора, основные инновационные подходы к развитию сектора предпринимательства в нашей стране.

**Ключевые слова:** малый бизнес, предпринимательство, инновации, инновационный подход, технологические разработки, бизнес-среда, экономические и социальные, технологические факторы, малое предприятие, микрофирма.

### Abstract

this article describes the role of small business and private entrepreneurship in the national economy, its characteristics, factors affecting the development of the sector, the main innovative approaches to the development of the entrepreneurship sector in our country.

**Keywords:** small business, entrepreneurship, innovation, innovative approach, technological developments, business environment, economic and social, technological factors, small enterprise, micro-firm.

### KIRISH

Bugungi kunda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatida strategik boshqarishning ahamiyati tobora ortib bormoqda. Shu bois kichik biznes sohasiga zamonaviy texnika va texnologiyalarni jalb etish bugungi kundagi ustuvor vazifalardan biri sanaladi.

Har qanday kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatining uzoq muddatli yutuqlari ishlab chiqilgan strategiyaga bogʻliq boʻladi. Agar kichik biznes korxonalarining rivojlanish strategiyasi boʻlmasa, yoxud bu strategiya u yoki bu

xatoliklar bilan ishlab chiqilgan bo'lsa, bu hol kichik biznes korxonalariga bozorda barqaror va mustahkam o'rin egallash uchun imkon bermaydi. Zamonaviy ilm-fan va amaliyot strategik rejalashtirish hamda boshqarishning katta tajribasiga ega, ammo ko'pgina strategiyalar haligacha tashqi va ichki muhitning o'zgaruvchan shart-sharoitlariga moslasha olmayapti. Bu hali hanuzgacha strategik boshqarishning barcha muammolari to'liq o'z yechimini topmaganligini ko'rsatadiki, bunday hol, birinchi navbatda, korxonaning rivojlanishi strategik barqarorligining mexanizmlarini ishlab chiqish bilan bog'liq.

Strategik boshqaruv tizimida kichik korxonaning kelajak faoliyatining retrospektiv ko'rsatkichlarini o'rganish va ular ekstropolyasiya usulini qo'llash asosida belgilanishi nazarda tutiladi. Ekstrapolyasiya –bu o'tgan zamonda o'rnatilgan tendensiyalarning kelgusi davr uchun ham joriy etilishidir. Boshqacha aytganda, prognoz ishlab chiqishda kelgusida kichik korxonaning faoliyatining shart-sharoitlari yomonlashmaydi, demak, bunda o'tgan davrlardagiga nisbatan korxonaning faoliyatining yakuni yaxshi bo'lishdan kelib chiqiladi. Korxonaning taraqqiyotini oshiruvchi tendensiyasining namoyon bo'lishi shundan iborat.

Kichik biznes sohasining kelajakdagi barqarorligini statistik baholash uchun rivojlanish tendensiyasini ifodalovchi kompleks integral ko'rsatkich ishlatiladi, chuqurroq statistik tahlil qilish va zaxiralarni aniqlash uchun ko'rsatkichlarning kengaytirilgan tizimidan foydalaniladi. Shunday qilib, kichik biznes sohasining kelajakdagi barqarorligini baholash korxonaning faoliyatining turli tomonlarini statistik baholashni nazarda tutadi. Bunday baholash rivojlanishda va makonda amalga oshiriladi.

Kichik biznes sohasining rivojlantirilishi faqat innovatsiyalarni uzluksiz joriy etish orqali ta'minlanadi. M.Porter kompaniyalarning raqobatli ustunlikka erishishlarida innovatsiyaning rolini quyidagicha aniqlagan: "...kompaniya raqobatdagi ustunlikni innovatsiyalar vositasida qo'lga kiritadi. Ular yangi kiritilgan tartib-qoidalarga ham yangi texnologiyalardan, ham yangi ish usullaridan keng ma'noda foydalangan holda yondashadilar. Kompaniya yangiliklar tufayli raqobatdagi ustunliklarga erishganidan keyin, bu ustunliklarni faqat muntazam yaxshilashlar yordamida saqlab qoladi. Raqobatchilar innovatsiyalarni takomillashtirish va joriy etishdan to'xtagan har qanday kompaniyani darhol va albatta chetlab o'tib ketadilar".

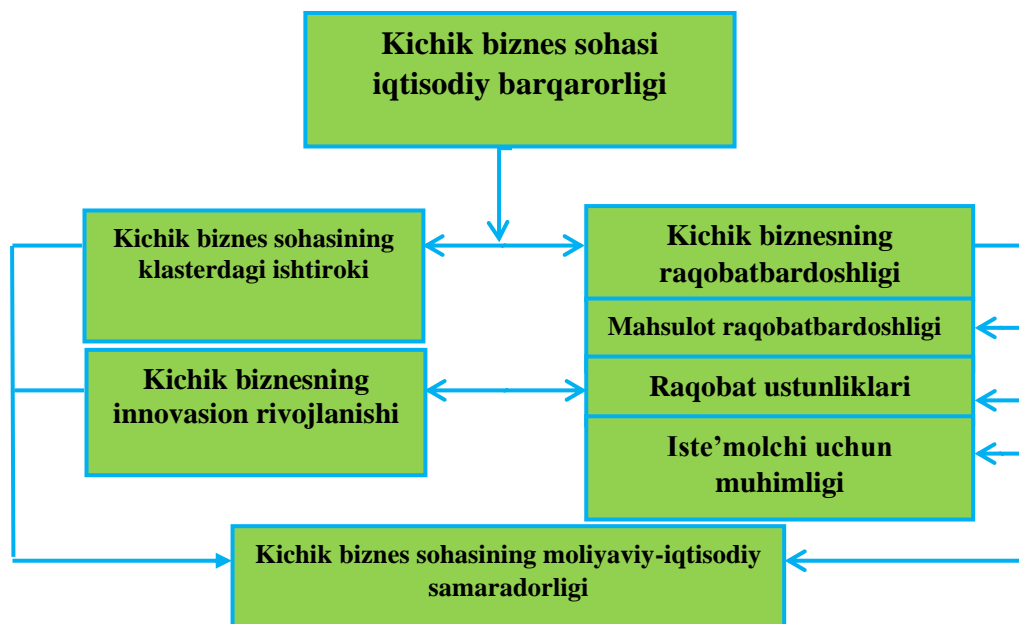
Kichik biznes raqobatbardoshligi deganda, uning iste'molchilar uchun raqobatchilarning tovarlariga nisbatan ko'proq o'ziga tortuvchan bo'lgan tovarlar ishlab chiqarishi va sotishi tushuniladi. Raqobat muhitini uzluksiz nazorat qilib turish –ishlab chiqarish ehtiyojlarini eng samarali usulda qondirish uchun oriyentatsiya qilishning zaruriy shartidir. Raqobat muhitining holati haqidagi xulosalar, kichik korxonaning innovatsion siyosatini ishlab chiqish uchun asos bo'ladi.

Mohiyatan, raqobatchilar ustidan erishilgan ustunlik innovatsiyalar hisobidan bo'ladi. Shu bois kichik biznes faoliyatida raqobatchilar ustidan erishiladigan har qanday ustunlikni ta'minlovchi yangi elementlarni joriy etishga bo'lgan layoqat shu kichik korxonaning va mikrofirmalar raqobatbardoshligining zaruriy tashkil etuvchisidir.

Kichik biznes sohasi barqarorligi uning davomiylik jihatdan uzoq muddatga mo'ljallangan samarali faoliyat ko'rsatishini xarakterlovchi murakkab iqtisodiy kategoriyadir (1-rasm). U kichik korxonaning raqobatbardoshligi, iqtisodiy xavfsizligi hamda iqtisodiy samaradorlik kabi uchta elementga asoslangan. Shuni ta'kidlash kerakki, ushbu elementlar o'zaro chambarchas bog'liq va birgalikda faoliyat ko'rsatadi, biroq, turlicha funksional vazifalarga ega.

Raqobatbardoshlik – kichik biznes sohasi rivojlanishining salohiyatini, barqarorlik esa, – kichik biznes sohasining uzoq muddatli istiqbolini belgilaydi.

Bizning fikrimizcha, kichik biznes sohasining barqarorligi vaqtlarga taqsimlangan raqobatbardoshlik sifatida ifodalanadi. Vaqtning uncha katta bo'lmagan oraliq (interval)larida bu ikkala tushuncha teng kuchga ega bo'ladi.



**1-rasm. Kichik korxonalar barqarorligini ta'minlovchi elementlarning tuzilmasi<sup>1</sup>**

Kichik biznes sohasida ishlab chiqarishni, mehnat va boshqarishni tashkil etishda, uning texnik hamda texnologik imkoniyatlarida ifodalangan ishlab chiqarish salohiyati – innovatsiyalarni o'z vaqtida ta'minlab beradigan elementdir.

Kichik biznes sohasining ishlab chiqarish salohiyati qancha yuqori bo'lsa, mahsulot ishlab chiqarishga va uning sifatiga qilinadigan xarajatlar ulushining darajasi shuncha past bo'ladi. Ishlab chiqarilayotgan mahsulotning, raqobatchilar tovarlarining sifatidan yuqori turuvchi sifati, innovatsion salohiyatning moddiy ifodalovchisidir.

Quyida xalqaro tajribalardan kelib chiqib, kichik biznes sohasi barqarorligiga ta'sir ko'rsatuvchi omillarga baho beramiz. Unda kichik biznes korxonalaridagi asosiy innovatsion yo'nalishlar hamda sohada innovatsiyalarni joriy qilishga salbiy ta'sir qiluvchi omillar, shu bilan birga innovatsiyalarni ishlab chiqish hamda qo'llab-quvvatlashni ta'minlovchi omillarni tahlil etamiz (1-jadval).

<sup>1</sup> Muallif ishlanmasi

**1-jadval**
**Kichik biznes faoliyatining barqarorligiga ta'sir qiluvchi omillarning kompleks tahlili<sup>1</sup>**

<b>№</b>	<b>Omillar</b>	<b>Omillar ta'siri natijalari</b>
1	Bilim va ko'nikma	Kichik biznes sohasida aynan boshqaruv bo'yicha bilim va ko'nikmalarni etishmasligi innovatsion boshqaruvni joriy etishga to'sqinlik qiladi
2	Kommunikatsiya tizimi	Kichik biznes sohasida kommunikatsiya tizimi yaxshi tashkil qilinmaganligi yoki boshqaruvchi ulardan samarali foydalana olmasligi axborot va yangiliklarni ayrim hollarda o'z vaqtida etkazish muammosini keltirib chiqarmoqda.
3	Markazlashish darajasi	Quyi pog'ona boshqaruvchilarining ijodiy fikrlash va boshqaruvda ijodiy yondashish imkoniyatlarining pastligi
4	Innovatsiyalarga bo'lgan qiziqish	Kichik biznes sohasi rahbarlarida innovatsiyalarga bo'lgan qiziqishning pastligi, ya'ni boshqaruvdagi egiluvchanlik qobiliyatining kamligi.
5	Shartnoma munosabatlari	Kichik biznes sohasida boshqaruvchi va xodim belgilangan vazifalarni aniq bilmasligi va ularga amal qilinmasligi boshqaruv jarayonini rivojlantirishga to'sqinlik qilmoqda.
6	Rag'batlantirish	Kichik biznes sohasida rag'batlantirish tizimi mukammal ishlab chiqilmaganligi innovatsion boshqaruvni joriy qilishga qiziqishni pasaytiradi.

Kichik biznes sohasida iqtisodiy-innovatsion rivojlanishga omillarning ko'pligi, ular muayyan belgilar bo'yicha tasniflanishni amalga oshirishga imkon beradi.

Kichik biznes sohasining tashqi omillariga quyidagilar kiradi: iqtisodiyot sohasida davlatning inqirozga qarshi qaratilgan siyosati; mamlakatdagi demografik vaziyat; siyosiy barqarorlik; fan va texnika taraqqiyoti; transport infratuzilmasining rivojlanganligi.

Ichki omillar kichik biznes sohasining ichki muhitida, uning kichik tizimlarida (ishlovchilar, ishlab chiqarish, marketing, sotish, moliya, tashkiliy tuzilma) shakllanadi. Ichki omillarni boshqarish kichik biznes korxonalariga barqarorlikni mustahkamlash zaxira(rezerv)larini aniqlash va tashqi omillar o'zgargan taqdirda, ishlab chiqarishni tezkor ravishda boshqarish imkonini beradi.

Kichik biznes sohasining tizimli rivojlanishi markazlashtirishdan nomarkazlashtirishgacha bo'lgan bosqichlarni birin-ketinlik bilan bosib o'tish orqali amalga oshiriladi. Bu shuni anglatadiki, korxonaning har bir elementi rejalashtirilganlik, tashkillashtirilganlik xususiyatiga ega bo'lib boradi. Mohiyatiga ko'ra, kichik biznes sohasi tomonidan boshqarishning nomarkazlashtirilgan sxemasiga o'tish obyektga, uni boshqa holatga o'tkazish uchun maqsadga yo'naltirilgan tashqi ta'sir sifatidagi boshqaruv paradigmasining o'zini ham o'zgartiradi. Noma'lum bo'lgan tashqi muhit sharoitida kichik korxonalar elementlarini mustaqil ravishda qarorlar qabul qilish darajasigacha rivojlantirish – kichik korxonalar raqobatbardoshligini ta'minlash zarurati. Boshqa tomondan, kichik korxonalar tashqi muhitdagi yaxlitlik

<sup>1</sup> Muallif ishlanmasi

sifatida, maqsadga yo'naltirilgan rivojlanish sifatida muayyan belgilarga ega bo'lishi kerak. Ularning asosiysi – boshqaruvchanlikdir. Shu munosabat bilan bunga o'xshash nomarkazlashtirish xususiyatiga ega bo'lgan korxonani boshqarish, an'anaviy shakldan farq qiluvchi boshqa shaklga ega bo'lib boradi.

Kichik biznes sohasini rivojlantirish tizimli boshqarilishi, shakllantirilayotgan xususiyatlarning quyidagicha ketma-ketligida amalga oshiriladi:

- Egiluvchanlik.
- Moslashuvchanlik..
- Raqobatbardoshlik.

Kichik biznes sohasi faoliyatiga innovatsion texnologiyalarni tatbiq etish, strategik boshqaruv usullaridan foydalanish samaradorlik ko'rsatkichlari hamda ishlab chiqarish hajmini oshirishga xizmat qiladi.

Tahlillarimiz ko'ra, kichik biznes sohasi innovatsion faoliyati strategik boshqaruvini joriy qilish uchun eng avvalo boshqaruvdagi kadrlarning bilim, ko'nikma malakalarini, oshirish, markazlashuv darajasini kamaytirish va bosqichlar orasidagi ma'lumot almashish tizimiga yangi axborot texnologiyalarini joriy qilish, innovatsiyaga bo'lgan qiziqishni rag'batlantirish tizimini ishlab chiqish, har bir boshqaruvchining o'ziga yuklatilgan vazifalarni aniq va to'liq tushunishi hamda ularni o'z vaqtida bajarishini ta'minlash, norasmiy muloqotlar darajasini kamaytirish xizmat qiladi.

Kichik biznes sohasiga jalb etilgan investitsiyalarning iqtisodiy samaradorligi milliy iqtisodiyot samaradorligining tarkibiy qismidir. Turli darajadagi xo'jalik faoliyatida investitsiyalarning iloji boricha ko'proq foyda, samara keltirishi asosiy vazifa qilib belgilanadi. Bu qoidadan chetga chiqish resurslarni yo'qotish, jamiyatning ilgari va hozirgi mehnatini yo'qqa chiqarishga olib keladi. Investitsiyalarning iqtisodiy samaradorligini baholash zarurati, qo'shimcha kapital qo'yilmalar kiritilishini talab qiluvchi yangi qurilish, mavjud ishlab chiqarishni kengaytirish, qayta tiklash va texnik jihatdan qayta qurollantirish, ishlab chiqarishni zamonaviylashtirish va tashkiliy-texnik chora-tadbirlarni ishlab chiqish kabi hollarda yuzaga keladi. Ba'zan mahsulotlarning yangi turini ishlab chiqarish ham investitsiya va boshqa mablag'lar kiritilishini, demak, xarajat va natijalar nisbatini oldindan baholashni talab qiladi.

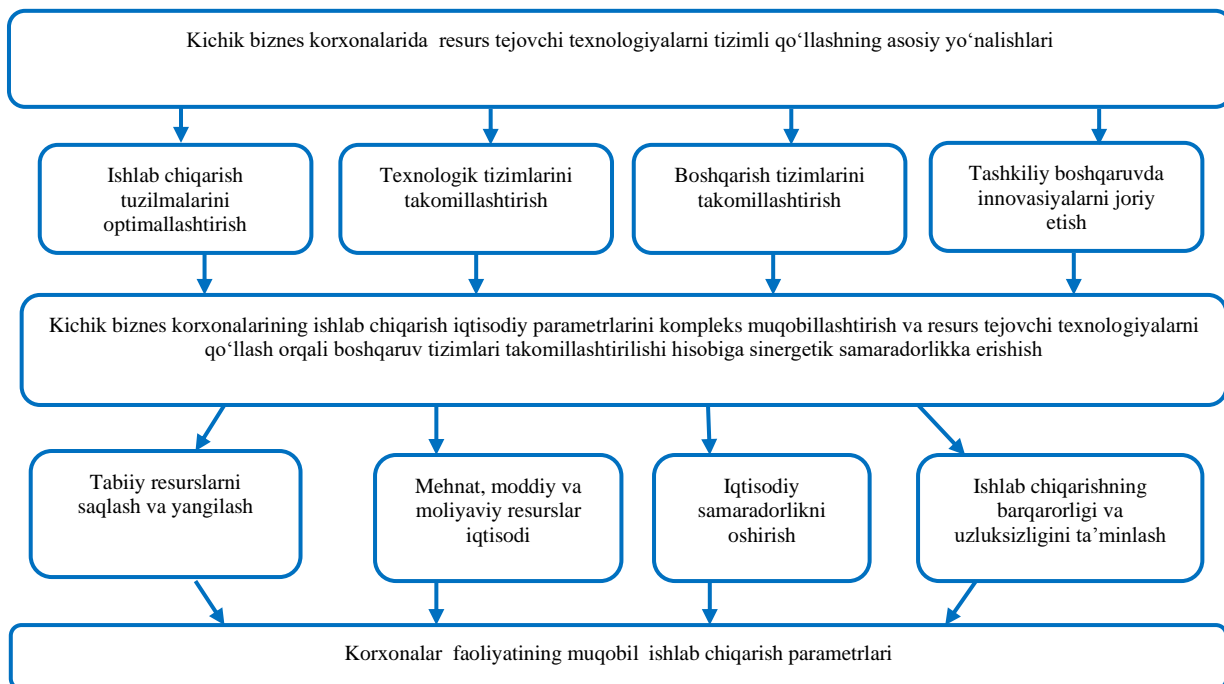
Investitsiyalarning iqtisodiy samaradorligini baholashda kichik biznes korxonalarini ikkita muhim vazifani hal qilishlari lozim: birinchisi – kapital qo'yilmalarning qoplanish muddati va daromadlilik nuqtai nazaridan, eng maqbul variantni tanlash imkoniyatini yaratuvchi investitsion loyiha samaradorligini baholash; ikkinchisi – mavjud ishlab chiqarishga iqtisodiy ko'rsatkichlarni yaxshilash maqsadida kiritiluvchi investitsiyalar samaradorligini baholash (qo'shimcha mahsulot ishlab chiqarish, mahsulot tannarxini kamaytirish, foyda miqdorini oshirish va hokazo).

Insonning ilmiy-texnik faoliyati natijasida yangi mahsulotlar ishlab chiqarish yoki ularning ilgari mavjud bo'lgan turlarini takomillashtirish bilan bog'liq bo'lgan jarayon innovatsion faoliyat hisoblanadi. Innovatsiyani joriy etish natijalari kichik

korxonalariga raqobatda muhim ustunlikka ega bo'lish imkonini beradiki, bu korxonalar uchun jiddiy rag'batlantiruvchi omil bo'ladi.

Jahon tajribalari ko'rsatishicha, kichik biznes korxonalarini ilmiy-fandagi ilg'or resurs tejamkor ishlanmalarini joriy qilishidan manfaatdor, ikkinchidan, bu global tadbir natijasida respublikamiz korxonalarini salohiyatini yanada rivojlantirish orqali ularning investitsion jozibadorligini oshirish, uchinchidan, korxonalarda chuqur diversifikatsiyalash tadbirlarini amalga oshirish orqali barqaror va sifatli tovar mahsuloti ishlab chiqish hamda sohada samaradorlikni tubdan oshirish imkoniyatlarini yanada kengaytiradi. Strategik boshqaruv faoliyatining o'ziga xosliklari tufayli korxonalarini barqaror rivojlantirishning moslashuvchan tizimini yaratish uchun resurslarni boshqarishda yangicha kompleksli yondashuv ishlab chiqamiz (2-rasm).

Kichik biznes sohasida resursni tejavchi texnologiyalarni muvaffaqiyatli o'zlashtirishning asosiy shartlaridan biri – resursni tejavchi texnologiyalarni joriy etish jarayonidir. Shunday ekan boshqarishga nisbatan qo'llash sharoitlariga hamda kichik biznes rahbarlari va mutaxassislari tomonidan qabul qilinishining o'ziga xos xususiyatlariga moslash-tirish yo'li bilan ushbu texnologiyalarni ishlab chiqarishga joriy etishga doir xorijiy tavsiyalar asosida ishlab chiqilgan kompleks yondashuv zarur.



**2-rasm. Kichik biznes korxonalarida resurs tejavchi texnologiyalarni qo'llash jarayonlarini tizimli boshqarish modeli<sup>1</sup>**

Kichik biznes korxonalarida mazkur kompleks yondashuv to'rtta asosiy yo'nalish bo'yicha tizimli ishlarni nazarda tutadi: ishlab chiqarish tuzilmasini maqbullashtirish, kichik korxonaning texnologik tizimini takomillashtirish, ishlab chiqarishning moddiy-texnika bazasini modernizatsiya qilish va zamonaviy tashkiliy-

<sup>1</sup> Muallif ishlanmasi

boshqaruv innovatsiyalarini qo'llash. Kompleks yondashuv resurs tejoyvchi texnologiyalarni joriy etishning barcha yo'nalishlari bo'yicha tizimli ishni nazarda tutadi. Faqat shundagina kichik korxonada tabiiy resurslarning saqlanishi va tiklanishi, mehnat, moddiy va moliyaviy resurslarning tejalishi, ishlab chiqarish barqarorligi va samaradorligining oshishida o'z ifodasini topadigan sinergetik samaraga erishadi.

SWOT-tahlil strategik rejalashtirish usuli hisoblanib, korxonaning ichki va tashqi muhitlardagi mavjud omillarini aniqlashga yo'naltirilgan. Ular to'rtta kategoriyaga ajratiladi, ya'ni Strengths (kuchli tomonlari), Weaknesses (bo'sh tomonlari), Opportunities (imkoniyatlari) va Threats (xavf-xatarlari).

Shu jihatlarni inobatga olib, respublikamizda faoliyat olib borayotgan kichik biznes korxonalarini barqaror rivojlanishi va boshqarilishining o'ziga xos jihatlarni amaliyotda keng foydalanib kelinayotgan SWOT-tahlil asosida baholaymiz (2-jadval).

**2-jadval**

**Kichik biznes korxonalarini rivojlanishining SWOT tahlili<sup>1</sup>**

<b>Kuchli tomonlari</b>	<b>Kuchsiz tomonlari</b>
Kichik biznes korxonalarini rivojlantirish bo'yicha davlat dasturlari ishlab chiqilganligi	Mahsulotlar raqobatbardoshligining pastligi. Kooperatsion aloqalarning uzilib qolishi
Kichik korxonalarda samarali infratuzilmalar yaratilganligi	Mahsulot va xizmatlarni eksport qilishda murakkabliklar va qiyinchiliklar mavjudligi
Kichik korxonalarda eksport qilish imkoniyatlarining yuqoriligi. Arzon ishchi kuchining mavjudligi. Yangi texnika va texnologiyalar bilan ta'minlanganligi. Boy xom ashyo bazasining mavjudligi. Qulay investitsion muhit yaratilganligi.	Mahsulotlarni sotish va saqlashda muammolar mavjudligi. Yuqori malakaga ega ishchi kuchining boshqa tarmoqlarga ketib qolishi. Kichik korxonada investitsion loyihalar kamligi Investitsiyalarning sezilarli etishmasligi. Ko'pgina kichik korxonalarining past daromadliligi
<b>Imkoniyatlari</b>	<b>Xavf-xatar yoki tahdidlari</b>
Kichik korxonalarda mahsulot va xizmatlarni diversifikatsiyalash imkoniyatlari. Innovatsion salohiyatni amalga oshirish imkoniyatlarining mavjudligi Davlatning kichik korxonalar faoliyatini yanada qo'llab-quvvatlash bo'yicha iqtisodiy siyosati	Ichki va tashqi bozorlarda narx-navoning keskin o'zgarishi. Mehnatga bo'lgan motivatsiyaning yetarli emasligi Mahsulot va xizmatlarning sotilmay qolishi Globallashuv sharoitida davlatlar o'rtasida tovar oldi –sotdi munosabatlarida iqtisodiy integratsiyani uzilishi
Xorijiy bozorlarga chiqish imkoniyati	Jahon bozorida raqobatning kuchayishi
Kichik korxonalarda integratsion jarayonlarni keng rivojlantirish	Davlatlardagi iqtisodiy-siyosiy vaziyat o'zgarishi

2-jadvaldan ko'rinib turibdiki, kichik kichik biznes sohasini boshqarishda kuchli tomonlar bilan bir qatorda, zaif tomonlarni ham mavjudligini inobatga olish zarur. Shuning uchun kichik biznes sohasini boshqaruvchi rahbarlar zaif tomonlarga alohida e'tibor qaratishlari zarur, aks holda kichik biznes sohasida kutilgan iqtisodiy

<sup>1</sup> Muallif ishlanmasi

samaradorlikka erishib bo‘lmaydi. Oxir-oqibatda kichik biznes korxonalari faoliyati iqtisodiy rivojlanishning omili emas, balki uning teskarisiga aylanishi mumkin.

### **FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI**

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 14-iyun PF-154-son “Tadbirkorlik faoliyatini qo‘llab-quvvatlash va rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi Farmoni.

2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni qo‘llab-quvvatlash bo‘yicha kompleks chora-tadbirlar” haqidagi 2023-yilgi qarori.

3. Schumpeter, J. A. (1934). The theory of economic development. Harvard university press.

4. Porter, M. E. (1990). The competitive advantage of nations. Free press.

5. Drucker, P. (1985). Innovation and entrepreneurship: Practice and principles. Harper & Row.

6. Audretsch, D. B. (2002). Entrepreneurship: A Survey of the literature. european commission.

5. OECD (2020). SME and entrepreneurship outlook 2020. OECD publishing.

6. Tidd, J., Bessant, J., & Pavitt, K. (2005). Managing innovation: integrating technological, market and organizational change. wiley.

7. Chesbrough, H. (2003). Open Innovation: The new imperative for creating and profiting from technology. Harvard business press.

8. <https://stat.uz>

9. <https://mift.uz>

10. <https://www.worldbank.org/en/programs/business-enabling-environment>

11. <https://www.oecd.org/cfe/sme>

12. <https://unctad.org/topic/investment>

13. <https://hbr.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, fevral, 2-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](mailto: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**. ГOCT 7.56-2002 " Seriyali nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlataro standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**