

MARKETING

ILMIY, AMALIY VA OMMABOP JURNAL



№11-S O N

9710 xalqaro daraja



№240874

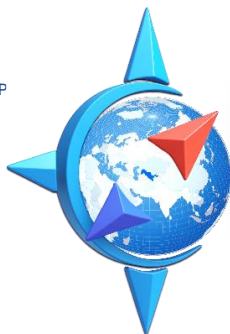


ISSN: 3060-4621

2025-YIL, NOYABR



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 Gulsaraxon Muhammadyoqub qizi, i.f.d., TDIU, "Marketing" kafedrasini professori;

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

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

Sobirov Azizbek Avazbekovich, PhD., TDIU, "Marketing" kafedrasini dotsenti;

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

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

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

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

Karimova Shirin Xozid 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 Sobirjanovich, TDIU, "Biznes boshqaruvi va logistika" kafedrasini professori

Tuychiyev Alisher Jurayevich, Alfraganus University "Iqtisodiyot" fakulteti dekani, professor;

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

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

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

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

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

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

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

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

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

Elektron nashr 725 sahifa. E'lon qilishga 2025-yil 29- noyabrda ruxsat etildi

MUNDARIJA

BANGLADESH VA O'ZBEKISTONDA TO'QIMACHILIK MAHSULOTLARI BOZORINING RIVOJLANISHI....7	Soliyev Axmadjon
ИНТЕГРАЦИЯ НЕЙРОМАРКЕТИНГОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ЭКОСИСТЕМУ E-COMMERCE: АНАЛИЗ ПОВЫШЕНИЯ КОНВЕРСИИ И ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКОГО ОПЫТА НА ПРИМЕРЕ КРУПНЕЙШИХ ОНЛАЙН-ПЛАТФОРМ22	Икрамов Мурат Акрамович, Юлдашев Жамшид Аббарович
МОДЕЛИ МАШИННОГО ОБУЧЕНИЯ ДЛЯ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ КОДА ТН ВЭД: ПЕРСПЕКТИВЫ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ37	Муратова Шохиста Ниматуллаевна
GLOBALLASHUV SHAROITIDA HUDUDLARNI RIVOJLANTIRISH JARAYONLARINING O'ZIGA HOS JIHATLARI (RIVOJLANGAN MAMLAKATLAR TAJRIBASI MISOLIDA).....45	Tuychiev Alisher Jurayevich
ОСОБЕННОСТИ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА В МАЛОМ БИЗНЕСЕ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ56	Касимова Фатима Тулкуновна, Джалилов Шерзод Кахрамонович
FACTORS OF EFFECTIVE DEVELOPMENT OF PRODUCTION POTENTIAL OF INDUSTRIAL ENTERPRISES62	Allaeva Gulchekhra Jalgasovna
HUDUDLARDA IQTISODIY XAVFSIZLIK KO'RSATKICHLARI TENDENSIYASINI BAHOLASH70	Bayxonov Baxodirjon Tursunbayevich
MINTAQALAR RIVOJLANISHINING IMIJ YARATISHGA ASOSLAGAN NAZARIYALARI78	Duschanov Alisher Sherzod o'g'li
MAJBURIY SUG'URTA ZAXIRALARINI BUXGALTERIYA HISOBIDA AKS ETTIRISHNING AMALDAGI HOLATI85	Kodirkulov Oybek Turdiboyevich
KICHIK BIZNES SUBYEKTLAR FAOLIYATINI BARQARORLIGINI TA'MINLASHDA MOLIYAVIY MUNOSABATLARNI SAMARALI TASHKIL ETISH YO'LLARI.....98	Jo'raxonov Muzaffar Eskandarovich
SANOAT KORXONASI BOZORINING RIVOJLANISHI VA UNDA KICHIK BIZNESNING O'RNI107	Usmonova Dilfuza Ilhomovna
TIBBIYOT MUASSASALARIDA DAROMAD VA XARAJATLARNI TAN OLISH, HISOBGA OLISH VA MOLIYAVIY HISOBOTDA AKS ETTIRISHNING NORMATIV-HUQUQIY ASOSLARI.....116	Ruziyeva Umida Muzaffarovna
INNOVATSION STRATEGIYANI ISHLAB CHIQISH VA AMALGA OSHIRISH SAMARADORLIGINI BAHOLASHNING MEZON VA KO'RSATKICHLARI126	Yusupov Saidvali Shukrullayevich
SOHALAR KESIMIDA SOLIQ YUKINI ANIQLASHNING AHAMIYATI137	Mamatkulov Salimjon Raxmonkulovich, Aminboyev Javohir Ravshanbek o'g'li, Abdiyev Mansur Musurmonovich, Choriyev Og'abek Alisher o'g'li, Usmonov Doniyor Maxamadjon o'g'li
АНАЛИЗ ДЕТЕРМИНАНТ МИГРАЦИОННОГО ОТТОКА ВЫСОКОКВАЛИФИЦИРОВАННЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ ИЗ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН И РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИЙ ИХ РЕТЕНЦИИ В НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ144	Сайфутдинова Нигина Фуркатовна, Хусаннов Равшан Рахимович
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДОЛОГИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ ОЦЕНКИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ХЛОПКОВО-ТЕКСТИЛЬНЫХ КЛАСТЕРОВ УЗБЕКИСТАНА.....157	Холикова Рухсора Санджаровна
O'ZBEKISTON ELEKTRON PULGA O'TISH SHAROITIDA ELEKTRON TO'LOV TIZIMINI TAKOMILLASHTIRISH, KORRUPSIYA VA YASHIRIN IQTISODIYOTNI BARTARAF ETISHDAN KUTILAYOTGAN SAMARADORLIK.....169	Abdiyev Mansur Musurmonovich, Xujamuradov Abror Ro'zimurat o'g'li, Mamatkulov Salimjon Raxmonkulovich
O'ZBEKISTONDA MAQBUL QISHLOQ XO'JALIGI MAHSULOTLARI BOZORINI RIVOJLANISH XUSUSIYATLARI185	Akbarov Boburjon Sobirjon o'g'li
MINTAQANI BARQAROR RIVOJLANTIRISHDA INNOVATSION EKOTIZIMLARNI SHAKLLANTIRISH KO'RSATKICHLARINI BAHOLASH.....193	Ramazanov Suhrobjon Sherzod o'g'li

TASHQI SAVDO KO'RSATKICHLARINING KO'P OMILLI KLASSTER TAHLILI (O'ZBEKISTON MISOLIDA).....	202
Abdujalilova Bibisora Baxodir qizi	
O'ZBEKISTON OZIQ-OVQAT MAHSULOTLARI BOZORINING HOLATI VA RIVOJLANISH YO'NALISHLARI.....	209
Soliyev Axmadjon, Ibroximov Avazbek	
DAVLAT ISHTIROKIDAGI KORXONALARNI XUSUSIYLASHTIRISH JARAYONIDA KADRLAR SALOHİYATINI SAQLAB QOLISH VA RIVOJLANTIRISH STRATEGİYALARI	217
Bekchanov Ruslan Ambiyatovich	
MINTAQADA IQTISODIY-EKOLOGIK MEXANIZMLARDAN SAMARALI FOYDALANISH XUSUSIYATLARI	222
Sapayev Maxsudbek Karimovich	
MINTAQ SANOATINI INNOVATSION RIVOJLANTIRISH USULLARI.....	227
Raxmatullayev Doston Asad o'g'li	
MODERN APPROACHES TO INDUSTRIAL COOPERATION AND THEIR APPLICATION IN UZBEKISTAN'S ECONOMY	233
Boyturayev Olimjon Urayimovich	
NAVOIY VILOYATIDA “YASHIL BELBOG’”LAR BARPO ETISHDA INFRATUZILMA BILAN TA'MINLASH MINTAQAVIY MUAMMOLARI VA ULARNING YECHIMLARI	244
Sayfulina Alfira Feratovna	
MINTAQ SAVDO KORXONALARINING JOZIBADORLIGINI OSHIRISHDA MARKETING STRATEGIYASIDAN FOYDALANISH KO'RSATKICHLARINI BAHOLASH	259
Otaxonova Dinora Musaboy qizi	
TO'QIMACHILIK SANOATIDA SUN'IY VA KIMYOVIY TOLALARNING IQTISODIY AFZALLIKLARI.....	266
Raximov Furqat Jalolovich	
MARKAZIY BANKNING PUL TAKLIFI VA BANK REZERV LARI SIYOSATI: DUNYO VA O'ZBEKISTONDA TAHLIL.....	276
Safarova Zarina	
TIBBIY XIZMATLAR KO'RSATUVCHI KICHIK BIZNES SUBYEKTLARI RAQOBATBARDOSHLIGINI BAHOLASHNI TAKOMILLASHTIRISH.....	286
Vaisov Dilshod Ibodullayevich	
INTEGRATED E-COMMERCE MANAGEMENT SYSTEM BASED ON THE ERPI INDEX: CONCEPT, METHODOLOGY, AND MANAGEMENT MECHANISMS FOR THE DEVELOPMENT OF E-COMMERCE IN UZBEKISTAN	295
Isokhujaeva Munira Yashnarovna	
РАЗВИТИЕ ВНУТРЕННЕЙ ТОРГОВЛИ И ПОВЫШЕНИЕ ЕЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ	301
Рауандина Гулдарай Калкеновна, Сайфуллаева Мадина Исмаевна	
MAHSULOTLARNING RAQAMLI MAHSULOT PASPORTINI YARATISH JARAYONIDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALARNI QO'LLASHNING NAZARIY ASOSLARI	315
Avloqulova Sadoqat Sobirjon qizi	
DUNYODAGI MINTAQAVIY TAFOVUTLAR: ASOSIY RIVOJLANISH KO'RSATKICHLARI TAHLILI VA ULARNI KAMAYTIRISH BO'YICHA YECHIMLAR.....	327
Matyoqubova Dilfuza Olimboyevna	
INTELLEKTUAL BOSHQARUV TIZIMLARINING SANOAT KORXONALARIDA RAQOBATBARDOSHLIKNI OSHIRISHDAGI ROLI	334
Xidirova Barchinoy Ilxomovna	
TEMIR YO'L TRANSPORTI TIZIMINI INNOVATSION RIVOJLANTIRISH VA BOSHQARUV MEXANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISHDA MARKETING STRATEGIYALARINING ROLI	341
Mauzerov Jaxongir Ulug'bek o'g'li	
YASHIL TEXNOLOGIYALAR ASOSIDA ISHLAB CHIQARISHNI RIVOJLANTIRISHDA EKOLOGIK MARKETINGNING AHAMIYATI	348
Ergashev Sanjarbek Sobirjon o'g'li	
MINTAQADA RAQAMLI IQTISODIY SALOHİYATNI OSHIRISH YO'NALISHLARI.....	355
Yusubov In'omjon Ikram o'g'li	
ЭВОЛЮЦИЯ МАРКЕТИНГА И ТЕХНОЛОГИЙ КАК ФАКТОРОВ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТИ	362
Туйчиев Комилжон Лазизович	

OZIQ-OVQAT MAHSULOTLARI BOZORIDA MARKETING TADQIQOTLARINI O'TKAZISH METODOLOGIYASINI TAKOMILLASHTIRISH.....	369
Murtozayeva Dilnoza Boboniyoz qizi	
ИННОВАЦИИ КАК КЛЮЧЕВОЙ ФАКТОР РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ.....	378
X.T. Буриев, Тошимов Улугбек Хакимович	
PAXTA-TO'QIMACHILIK KLASSTERLARINI RIVOJLANTIRISH MODELLARI	384
Atajanova Guli Maxsudbekovna	
THE EVOLUTION OF MANAGEMENT APPROACHES IN THE 21ST CENTURY – ADAPTIVE MODELS OF TRANSFORMATION OF ORGANIZATIONAL STRUCTURES	391
Tukhtaboev Abdurashid Tursunovich	
XIZMAT KO'RSATISH KORXONALARIDA RAQAMLI TRANSFORMATSIYA, ELEKTRON XIZMATLAR VA AI TEXNOLOGIYALARINING BOSHQARUV SAMARADORLIGIGA TA'SIRI	398
Zayavitdinova Nafisa Muxammadovna	
MARKETING TADQIQOTLARDA BOG'LIQLIK KOEFFITSENTLARDAN FOYDALANISHNING NAZARIY ASOSLARI.....	409
Muradov Rustamjon Sobitxonovich	
GLOBALASHUV DAVRIDA MAMLAKATDA FRILANSERLIK FAOLIYATI TASHKIL ETISH VA RIVOJLANTIRISH YO'LLARINI TAKOMILLASHTIRISH	417
Lutpidinov Shuxrat Zakirdjanovich	
AHOLI TURMUSH DARAJASINING KO'P OMILLI INDIKATORLARINI SHAKLLANTIRISHNING NEYRO-RAVSHAN KLASSIFIKATSIYA MODELI	428
Mirzayev Shoxrux Normurod o'g'li	
AVTOMOBIL SAVDOSIDA RAQAMLI TRANSFORMATSIYA VA MARKETING TEXNOLOGIYALARINING ROLI.....	435
Adamboyev Abror Akrom o'g'li	
СТРАТЕГИЧЕСКАЯ РОЛЬ СЕМЕНОВОДЧЕСКОГО СЕКТОРА В СИСТЕМЕ ГЛОБАЛЬНОЙ АГРАРНОЙ И ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ ЭКОНОМИКИ.....	443
Aхмедова Мадина Шухрат кизи	
RAQAMLI IQTISODIYOTNI RIVOJLANISHIDA ZAMONAVIY AXBOROTLARNI O'RNI	458
Samatov Azizbek Abdulaxatovich	
SI BILAN JIHOZLANGAN INNOVATSIYALARINING CHAKANA SAVDODAGI ROLI: ISTE'MOLCHI JALB ETILISHI, XARID ODATLARI VA MARKETING STRATEGIYASI.....	464
Safarov Baxtiyor Djurakulovich	
KICHIK BIZNES SOHASIDA MOLYAVIY MUNOSABATLARNI SAMARALI TASHKIL ETILISHI SUBYEKTLAR FAOLIYATI BARQARORLIGINI TA'MINLASHNING BOSH OMILI	482
Jo'raxonov Muzaffar Eskandarovich	
O'ZBEKISTONDA INVESTITSIYALARNI MOLYAVIY BOSHQARISHNING JORIY HOLATI VA TA'SIR QILUVCHI OMILLARNING EKONOMETRIK TAHLILLARI	491
Ismailov Dilshod Anvarjonovich	
TURIZMNI RIVOJLANTIRISHDA ZAMONAVIY MARKETING STRATEGIYALARINING O'RNI	504
Xamidbayev Asadbek Nodir o'g'li	
MODA INDUSTRIYASI MARKETING STRATEGIYALARI ORQALI XALQARO BOZORLARGA CHIQISH IMKONIYATLARI.....	511
Alimxodjayeva Nargiza Elshodovna	
TO'QIMACHILIK KORXONALARI B2B BOZORIDA MARKETING STRATEGIYALARINING SAMARADORLIK OMILLARI.....	519
Sapayeva Nilufar Kadambayevna	
TIJORAT BANKLARINING RAQOBATBARDOSHLIGINI TAVSIFLOVCHI MOLYAVIY KO'RSATKICHLARNI YAXSHILASH IMKONIYATLARI.....	526
Ibodullayev Shohboz To'liqin o'g'li	
DAVLAT SEKTORIDAGI TASHKILOTLARDA QURILISH-TA'MIRLASH XARAJATLARI HISOBINING XORIJ TAJRIBASI.....	534
Azizova Zilola Lochinovna	
RAQAMLI TEXNOLOGIYALAR ASOSIDA YASHIL KREDITLASH MEXANIZMLARINI OPTIMALLASHTIRISH: EKOLOGIK LOYIHALARNI QO'LLAB-QUVVATLASH TAHLILI.....	544
Allayarov Suxrob Rustamovich	

OILAVIY TADBIRKORLIK OMILLARI VA KAMBAG‘ALLIK DARAJASINI QISQARTIRISHNING PROGNOZ KO‘RSATKICHLARI	553
Zaxidova Umida Farxodovna	
МЕТОДИКА ПРЕПОДАВАНИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ В ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЯХ УЗБЕКИСТАНА	567
Аминова Азиза Батырбаевна	
AVTOMOBIL SANOATIDA MARKETING TADQIQOTLARI ASOSIDA INVESTITSION LOYIHALARNING SAMARADORLIGINI OSHIRISH YO‘LLARI	575
Nasritdinova Gulchexra Abdurashitovna	
HUDUDLARDA SANOAT KORXONALARI FAOLIYATINI BOSHQARISHNING TEXNOLOGIK MODERNIZATSIYALASH JARAYONLARINI TAKOMILLASHTIRISH	583
Qalandarova Gulshoda Nazirjon qizi, Goziyeva Shaxina Djahongirovna	
SANOAT KLASSTERLARIDA MARKETING EKOTIZIMI ISHTIROKCHILARI O‘RTASIDAGI O‘ZARO ALOQALAR TAHLILI	591
Sobirov Azizbek Avazbekovich	
AUTSORSING VA AMALIYOT	601
Shodmonov Shokir Dustmurodovich	
ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ БАРЬЕРЫ В ПРОЦЕССЕ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЯ О ПОКУПКЕ.....	610
Усмонова Диёра Маҳмуд кизи, Нухритдинхаджаев Улугбек, Атаханов Асадбек	
AGROSANOAT KORXONALARIDA RAQAMLI MARKETING STRATEGIYALARINING SAMARADORLIGINI OPTIMALLASHTIRISH	620
Fayzullayev Shuhrat Sherali o‘g‘li	
MODA INDUSTRIYASI MARKETING STRATEGIYALARI ASOSIDA AUDITORIYANI SEGMENTATSIYALASH	628
Ahmedova Rayhona Jasurbek qizi	
QURILISH TARMOG‘IDA OLIB BORILAYOTGAN ISLOHOTLAR VA ULARNING RIVOJLANISH TENDENTSIYALARI	636
Arifdjanova Zilola Dilshodovna	
HUDUDLAR BO‘YICHA MOLIVAVIY INKLYUZIYA DARAJASINI BAHOLASHGA ILMIY-USLUBIY YONDASHUVLAR	645
Adashaliyev Baxtiyorjon Valisher o‘g‘li	
ЭФФЕКТИВНОСТЬ ОМНИКАНАЛЬНЫХ СТРАТЕГИЙ В ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ.....	660
Эргашходжаева Шахноза Джасуровна, Хасанов Ганишер, Сафаров Азизбек	
QURILISH MATERIALLARI SANOATIDA ISHLAB CHIQARISH SAMARADORLIGINI OSHIRISHNING ZAMONAVIY USULLARI VA TAKOMILLASHTIRISH YO‘LLARI	676
Ibragimov Salohiddin Ochilovich	
TEMIR YO‘L TRANSPORTI KORXONALARIDA ASOSIY FONDlardan FOYDALANISH SAMARADORLIGINI BAHOLASHNING NAZARIY ASOSLARI VA METODIK YONDASHUVLARI	685
Turdiyeva Irodaxon Ismoil qizi	
INVESTITSION RESURSLARDAN SAMARALI FOYDALANISHNI RAG‘BATLANTIRISH MEXANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISHDA XORIJIY MAMLAKATLAR TAJRIBASIDAN FOYDALANISH YO‘LLARI	694
Isakov Axmadali Esanbaevich	
CRM-УПРАВЛЕНИЕ В СЕТЕВЫХ СУПЕРМАРКЕТАХ РАЗВИВАЮЩИХСЯ СТРАН: КАК ДАННЫЕ О КЛИЕНТАХ, ЛОЯЛЬНОСТЬ И ОМНИКАНАЛЬНОСТЬ ПОВЫШАЮТ ЭФФЕКТИВНОСТЬ РОЗНИЦЫ (ФОКУС НА ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ).....	704
Юсупов Улугбек Шукруллаевич	
MINTAQAVIY IQTISODIY RIVOJLANISHDA OZIQ-OVQAT SANOATI KORXONALARI INNOVATSION SALOHİYATINI BOSHQARISH MEXANIZMLARI	715
Dadamirzayev Muzaffar Xabibullayevich	

YASHIL TEXNOLOGIYALAR ASOSIDA ISHLAB CHIQRISHNI RIVOJLANTIRISHDA EKOLOGIK MARKETINGNING AHAMIYATI

Ergashev Sanjarbek Sobirjon o'g'li

TDIU tadqiqotchisi, PhD.

E-mail: sanjarbek01121993@gmail.com

Annotatsiya

Maqolada ekologik marketingning yashil texnologiyalar asosida ishlab chiqarishni tashkil etishdagi o'rni tahlil qilingan. Asosiy e'tibor ekologik qadriyatlar, raqamli kommunikatsiya vositalari va ishlab chiqarish samaradorligi o'rtasidagi bog'liqlikni aniqlashga qaratilgan. Ilmiy manbalar tahlili orqali ekologik marketing brend ishonchini shakllantirish, yashil bandlikni rag'batlantirish va barqaror iqtisodiy modelni rivojlantirishda muhim vosita ekanligi aniqlangan. Tahlil natijalari asosida amaliy tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Kalit so'zlar: ekologik marketing, yashil texnologiyalar, barqaror ishlab chiqarish, raqamli kommunikatsiya, iste'molchi ishonchi

Abstract

This article analyzes the role of ecological marketing in developing production based on green technologies. The focus is on identifying the link between ecological values, digital communication tools, and production efficiency. Based on the literature review, ecological marketing is shown to enhance brand trust, promote green employment, and support sustainable economic models. Practical recommendations are developed through conceptual and comparative analysis.

Keywords: ecological marketing, green technologies, sustainable production, digital communication, consumer trust

Аннотация

В статье рассматривается значение экологического маркетинга в организации производства на основе зелёных технологий. Основное внимание уделено взаимосвязи между экологическими ценностями, цифровыми коммуникациями и эффективностью производства. Анализ научных источников показывает, что экологический маркетинг способствует формированию доверия к бренду, развитию зелёных рабочих мест и устойчивых экономических моделей. На основе результатов представлены практические рекомендации.

Ключевые слова: экологический маркетинг, зелёные технологии, устойчивое производство, цифровые коммуникации, доверие потребителей

KIRISH

Atrof-muhitni muhofaza qilish va resurslardan oqilona foydalanishga asoslangan yondashuvlar ishlab chiqarish sohasida keng tarqalmoqda. Iqlim sharoitining o'zgarishi, tabiiy boyliklarning cheklanganligi va sanoat chiqindilarining ortib borishi barqaror rivojlanishga to'sqinlik qiluvchi asosiy omillar sirasiga kiradi. Shu sababli ishlab chiqarish jarayonlarini ekologik tamoyillarga moslashtirish dolzarb masalaga aylanmoqda.

Ekologik marketing konsepsiyasi bu yo‘nalishda amaliy ahamiyatga ega bo‘lib, u mahsulot yoki xizmatning atrof-muhitga bo‘lgan ta‘sirini kamaytirishga qaratilgan yondashuvni ifodalaydi. Ushbu marketing shakli orqali korxonalar ekologik mas‘uliyatini ko‘rsatadi, mahsulot sifati va ishonchliligini oshiradi hamda iste‘molchi bilan barqaror aloqa o‘rnatadi. Raqamli texnologiyalarning rivojlanishi orqali ekologik afzalliklarni taqdim etish, brend ishonchini shakllantirishda muhim rol o‘ynaydi.

Turli tadqiqotlar natijalari ekologik marketing nafaqat mahsulot targ‘iboti, balki ishlab chiqarish samaradorligi, mehnat bozori ehtiyojlari, qishloq xo‘jaligi tizimlari va xizmat ko‘rsatish sohalariga ham ta‘sir ko‘rsatayotganini ko‘rsatgan. Ushbu maqolada ekologik marketing va yashil texnologiyalar asosida ishlab chiqarishni tashkil etish o‘rtasidagi bog‘liqlik, ilmiy manbalar asosida tahlil qilinadi va ularni birlashtirgan konseptual model asosida asosli xulosalar shakllantiriladi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Tadqiqot doirasida ekologik marketingning yashil texnologiyalar asosida tashkil etilgan ishlab chiqarish tizimlariga ta‘sirini aniqlash maqsadida bir nechta asosiy ilmiy manbalar tahlil qilindi. O‘rganilgan adabiyotlar shuni ko‘rsatadiki, ekologik marketing zamonaviy ishlab chiqarishda texnologik, iqtisodiy va ijtimoiy omillar bilan uzviy bog‘langan. Bu yondashuv mahsulot va xizmatlarni ekologik xususiyatlariga asoslanib ommaga yetkazishda muhim strategik vosita vazifasini bajaradi.

Bochkov [4] o‘z tadqiqotida raqamli kommunikatsiya platformalarining ekologik qadriyatlarni iste‘molchilarga yetkazishdagi imkoniyatlarini o‘rgangan. Raqamli marketing vositalari, xususan ijtimoiy tarmoqlar va interaktiv kontentlar, kompaniyalarning yashil pozitsiyalarini keng auditoriyaga samarali shaklda uzatishda foydalanilmoqda. U ekologik afzalliklarni mahsulot tavsifida aniq ko‘rsatish, raqamli izchillikni ta‘minlash va foydalanuvchi tajribasini yaxshilash orqali brendga nisbatan ishonch kuchayishini asoslab bergan.

Soni [9] ekologik marketing va iste‘molchi xatti-harakati o‘rtasidagi bog‘liqlikni empirik ma‘lumotlar asosida o‘rgangan. U iste‘molchilarning qaror qabul qilishida mahsulotning ekologik belgilar bilan jihozlanganligi, tarkibi, va ishlab chiqarish jarayoni haqida ma‘lumotlarning ochiqqligi muhim rol o‘ynashini ta‘kidlaydi. Tadqiqot natijalariga ko‘ra, mahsulotda ekologik yorliq (eco-label) bo‘lishi iste‘molchini tanlovida hal qiluvchi omil sifatida namoyon bo‘lmoqda. Bu esa marketing strategiyalarining faqat reklama vositasi emas, balki iste‘molchiga axborot beruvchi vosita sifatida qaralishi zarurligini ko‘rsatadi.

Ghani va hamkorlari [8] o‘z ishida ekologik marketingning madaniy va ijtimoiy ehtiyojlarga moslashuvchanligini tahlil qilgan. Ular hijobli ayollar uchun ishlab chiqilgan, tabiiy tarkibli kosmetik vositalar orqali mahsulot dizayni va iste‘molchilarning axloqiy qadriyatlari o‘rtasidagi bog‘liqlikni ochib bergan. Bu misolda ekologik marketing faqat ekologik xavfsizlik emas, balki madaniy moslikni ham hisobga olgan bo‘lib, brend sodiqligini oshirishda ijobiy natijalar bergan.

Lustina va Christiayu [1] tomonidan olib borilgan izlanishda ekologik marketing va yashil bandlik (green employment) o‘rtasidagi bog‘liqlik ko‘rib chiqilgan. Ularning tahliliga ko‘ra, yashil texnologiyalar asosida faoliyat yuritayotgan korxonalar mehnat

bozorida ijobiy brend qiyofasiga ega bo‘ladi. Bu korxonalar atrof-muhitni muhofaza qilish bilan birga, yuqori malakali yosh kadrlarga jalb etuvchi muhitni shakllantiradi. Marketing orqali tashkilotning ekologik qadriyatlari ta’kidlanganida, ishga kiruvchilarning motivatsiyasi va sadoqati oshadi.

Deep va hamkorlari [7] tomonidan olib borilgan tahlil qishloq xo‘jaligida ekologik marketing va texnologik yangiliklarning qanday uyg‘unlashishini ko‘rsatadi. Ular "aniq dehqonchilik" (precision farming) texnologiyalarining qo‘llanilishi orqali hosildorlik va resurslardan foydalanish samaradorligini oshirish mumkinligini asoslab bergan. Raqamli monitoring, avtomatlashtirilgan sug‘orish, va pestitsidlarni optimallashtirilgan qo‘llash orqali ishlab chiqarish ekologik jihatdan xavfsiz va iqtisodiy jihatdan foydali bo‘ladi. Ushbu yutuqlar marketing kommunikatsiyalarida ekologik samaradorlik dalillari sifatida ishlatiladi (1-rasm).



1-rasm. Yashil texnologiyalar asosida ishlab chiqarishni rivojlantirishda ekologik marketingning asosiy yo‘nalishlari¹

1-rasmda ekologik marketingning ishlab chiqarish tizimlariga ta’sir qiluvchi asosiy yo‘nalishlari ko‘rsatilgan: raqamli kommunikatsiya, iste’molchi ishonchi, yashil bandlik, qishloq xo‘jaligida samaradorlik va barqaror brend imiji. Bu yo‘nalishlar o‘zaro integratsiyalashgan bo‘lib, ularning har biri ishlab chiqarish va iste’mol tizimlarida ekologik qadriyatlarning singdirilishi orqali umumiy barqarorlik strategiyalarini shakllantiradi.

Padmalatha va hamkorlari [6] ekologik marketingning xizmat sohalarida, xususan turizm qanday ishlashini tahlil qilgan. Tadqiqotda BRICS mamlakatlaridagi yashil turizm siyosatlarini, ekologik infratuzilma va marketing vositalari orqali ekologik tanlovlarni rag‘batlantirish mexanizmlari o‘rganilgan. Ular ekologik marketing orqali nafaqat sayohat xizmatlari, balki mintaqaviy ekologik qadriyatlar ham ommalashtirilishini ta’kidlaydi.

¹ Muallif ishlanmasi

Banurea [10] tomonidan olib borilgan izlanishda ekologik brendlar strategiyasi va ularning iste'molchiga qanday ta'sir ko'rsatishi o'rganilgan. Tadqiqot shuni ko'rsatadiki, kompaniya ekologik qadriyatlarni kommunikatsiya orqali izchil va dalillarga asoslangan tarzda uzatgan taqdirda, iste'molchida barqaror ishonch shakllanadi. Aksincha, ekologik pozitsiyalarning yuzaki yoki noto'g'ri taqdim etilishi (greenwashing) iste'molchilarning salbiy munosabatiga sabab bo'ladi.

Yuqoridagi barcha tahlillar asosida quyidagi umumiy xulosa shakllantirildi: ekologik marketing nafaqat mahsulotlarni targ'ib qilish vositasi, balki u ishlab chiqarish tizimini ekologik innovatsiyalar, raqamli transformatsiya va ijtimoiy qadriyatlar bilan birlashtiruvchi muhim mexanizm sifatida xizmat qilmoqda. U zamonaviy iqtisodiy modelda ekologik muvozanatni saqlash, iste'molchilarning ongli tanlovini rag'batlantirish va kompaniyalarning ijtimoiy mas'uliyatini mustahkamlashda keng qo'llanilmoqda.

ADABIYOTLAR SHARHI

Ekologik marketing va yashil texnologiyalarni birlashtirish yo'nalishida olib borilgan ilmiy izlanishlar turli sohalarida qo'llanilayotgan yondashuvlarni ochib beradi. O'rganilgan ilmiy ishlar ushbu yondashuvning raqamli kommunikatsiya, ekologik brendlash, yashil bandlik, qishloq xo'jaligidagi samaradorlik va xizmat sohalarida qanday natijalar berayotganini ko'rsatgan.

Bochkov [4] ekologik qadriyatlarni ommaga yetkazishda raqamli vositalarning ta'sirini ko'rsatgan. Mahsulotga oid ekologik afzalliklar haqida aniq ma'lumotlarni raqamli platformalar orqali taqdim etish brend ishonchining shakllanishiga sabab bo'ladi. Ma'lumotlar ishonchli, tushunarli va izchil taqdim etilganda, iste'molchilar ushbu brendni ijobiy baholaydi.

Soni [9] ekologik marketing va iste'molchi xatti-harakati o'rtasidagi bog'lanishni o'rgangan. Uning izlanishlari mahsulot yorliqlaridagi ekologik belgilar, tarkibiy ma'lumotlar va ishlab chiqarish jarayoni haqidagi ochiqlik tanlovga sezilarli ta'sir ko'rsatishini tasdiqlaydi. Axborot yetkazish sifati oshgani sayin, mahsulotga bo'lgan ishonch ham ortadi.

Ghani va hamkorlari [8] ekologik marketingning ijtimoiy qadriyatlar bilan qanday uyg'unlashganini ko'rsatgan. Tabiiy tarkibdagi mahsulotlar, ayniqsa an'anaviy ehtiyojlarga moslashtirilgan shaklda taqdim etilganida, iste'molchilar orasida brendga nisbatan sodiqlik kuchayadi. Ushbu yondashuv ekologik marketingni maqsadli auditoriyaga moslashtirish zarurligini ta'kidlaydi.

Lustina va Christiayu [1] yashil ish o'rinlari va ekologik brend imiji o'rtasidagi bog'lanishni o'rganib, tashkilotlarning ekologik qadriyatlarini ochiq ifodalashi mehnat bozori ishtirokchilari uchun ijobiy signal bo'lishini ko'rsatgan. Bu esa kompaniyalarning o'ziga xos brend imijini mustahkamlashiga xizmat qiladi.

Deep va hamkorlari [7] zamonaviy texnologiyalar asosida ishlab chiqilgan "aniq dehqonchilik" yondashuvi orqali ekologik marketingda qanday faktlar asos sifatida ishlatilayotganini aniqlagan. Mahsulot yetishtirish jarayonidagi raqamli nazorat, avtomatlashtirish va resurslar bilan ehtiyotkor muomala qilish ekologik samaradorlikni tasdiqlovchi asos sifatida taqdim etilgan.

Padmalatha va hammualliflari [6] xizmat ko'rsatish sohasida ekologik marketingni o'rgangan. Ular ekologik mahsulotlar va yashil turizm infratuzilmasi marketing orqali qanday taqdim etilayotganini tahlil qilgan. Natijada, ekologik yo'nalishdagi xizmatlarga talab ortgani aniqlangan.

Banurea [10] ekologik qadriyatlar asosida shakllangan brend strategiyalarini tahlil qilgan. Ular dalillarga asoslangan va izchil kommunikatsiya mavjud bo'lsa, ekologik brendlar iste'molchilar orasida ijobiy baholanishini ko'rsatgan. Aks holda, yashil marketing ishonchsizlikka sabab bo'ladi.

O'rganilgan manbalar ekologik marketingning ko'lamli va amaliy salohiyatga ega ekanligini namoyon etdi. Bu konsepsiya texnologiyalar, qadriyatlar, raqamli vositalar va real ehtiyojlar bilan uyg'unlashgan holda ishlab chiqarish va iste'mol tizimlarining tarkibiy qismiga aylanmoqda.

METODOLOGIYA

Tadqiqot nazariy yondashuv asosida olib borilgan. Asosiy e'tibor ekologik marketing va yashil texnologiyalar o'rtasidagi aloqadorlikni yoritgan ilmiy maqolalarni tahlil qilishga qaratilgan. Tanlab olingan manbalar mazmuni, yondashuvlari va asosiy g'oyalari bo'yicha o'zaro solishtirildi. Har bir maqola ekologik qadriyatlarning marketing strategiyalari orqali qanday aks ettirilganiga ko'ra o'rganildi. Tahlil jarayonida ishlab chiqarish jarayonlari, raqamli kommunikatsiya vositalari, iste'molchilar qarorlari va barqaror brend pozitsiyasi kabi yo'nalishlar qamrab olindi. Har bir manba aniqlik, dolzarblik va mavzuviy moslik mezonlari asosida tanlandi. O'rganilgan g'oyalar o'zaro mantiqiy bog'lanib, tahlil va natijalar bosqichida umumlashtirilgan holda yoritildi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

O'rganilgan manbalar asosida shuni aytish mumkinki, ekologik marketing ishlab chiqarish jarayonlariga chuqur singib bormoqda. Bu marketing shakli nafaqat mahsulotni targ'ib qilish, balki brend ishonchini shakllantirish, iste'molchilarning ekologik xulq-atvorini rag'batlantirish va barqaror ishlab chiqarish tamoyillarini mustahkamlashda asosiy vositaga aylangan.

Tahlil shuni ko'rsatadiki, ekologik marketingning eng samarali yo'nalishlari quyidagilardan iborat: mahsulotlarning ekologik afzalliklarini raqamli vositalar orqali yetkazish, iste'molchilarga aniq va ishonchli ma'lumot berish, ijtimoiy va madaniy qadriyatlarga mos ekologik mahsulotlar ishlab chiqish, qishloq xo'jaligida samaradorlikni oshiruvchi texnologiyalarni ommalashtirish, va yashil ish o'rinlari orqali barqaror mehnat bozorini rivojlantirish.

Ushbu asosda quyidagi takliflar ilgari suriladi:

1. Raqamli marketing strategiyalarida ekologik qiymatlarni ochiq va aniq ko'rsatish zarur. Foydalanuvchi ishonchi uchun sertifikatlar, yorliqlar va ekologik ko'rsatkichlar muhim.

2. Mahsulot dizayni va kommunikatsiyasi ijtimoiy guruhlariga moslashtirilgan bo'lishi lozim. Madaniy qadriyatlarga e'tibor berilgan ekologik marketing strategiyalari brendga sodiqlikni kuchaytiradi.

3. Yashil bandlikni targʻib qilish orqali ekologik qadriyatlarni ishchi kuchi bozoriga olib kirish mumkin. Bu yondashuv kompaniyalarni ijtimoiy jihatdan masʼuliyatli tashkilot sifatida shakllantiradi.

4. Qishloq xoʻjaligida ekologik marketing asosida ishlab chiqilgan raqamli texnologiyalarni kengaytirish kerak. Bu ishlab chiqarishda resurslar samaradorligini oshiradi va ekologik xavfsizlikni taʼminlaydi.

5. Xizmat koʻrsatish sohalarida, xususan turizmda, yashil marketing yondashuvlariga eʼtibor kuchaytirilishi lozim. Bu ekoturizm, mahalliy qadriyatlar va barqaror isteʼmolni targʻib qilishga yordam beradi.

Xulosa sifatida, ekologik marketing ishlab chiqarish va isteʼmol oʻrtasidagi koʻprik vazifasini bajaradi. U barqaror iqtisodiy taraqqiyotga erishish yoʻlida muhim konsepsiyalardan biri hisoblanadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR ROʻYXATI

1. Lustina, F. P., & Christiayu, N. (2025). Green Job Characteristics among Indonesian Gen Z: Sustaining Digital Employment for Agricultural Productivity. E3S Web of Conferences. https://www.e3s-conferences.org/articles/e3sconf/pdf/2025/65/e3sconf_iconard2025_01008.pdf

2. Mashfy, M. M., Alvy, T. A., & Hossain, N. (2025). Sodium ion batteries: A sustainable alternative to lithium-ion batteries with an overview of market trends, recycling, and battery chemistry. Energy Storage Reports. <https://doi.org/10.1016/j.esr.2025.1002418>

3. Ruggeri, M., Vinci, G., Prencipe, S. A., Vieri, S., & Maddaloni, L. (2025). Italian Ancient Wheats: Historical, Agronomic, and Market Characteristics: A Comprehensive Review. Agriculture, 15(22), 2375. <https://doi.org/10.3390/agriculture15222375>

4. Bochkov, A. V. (2025). Digital economy and sustainable development: Potential and risks for national economic systems. Lecture Notes in Networks and Systems. <https://cyberleninka.ru/article/n/digital-economy-and-sustainable-development-potential-and-risks-for-national-economic-systems>

5. Padmalatha, N., Sowmya, A., & Nair, A. U. R. (2025). Sustainable tourism policies among BRICS. GRWS International Journal of Applied Commerce and Strategic Management, 1(3), 494–499. <https://grwsacademicjournal.com/academic/index.php/home/article/view/69>

6. Deep, N., Ravi, R., Mangain, B., Singh, R., & Jafri, T. F. (2025). Precision Farming in Vegetable Cultivation. In Vegetable Science: Advances in Cultivation, Breeding and Nutrition (pp. 266–286). Stella International Publication.

7. Ghani, A. N., Muhammed, I. F. A., & Fadzli, L. S. M. (2025). A hijab-friendly green cosmetic blueprint. UiTM Technology Entrepreneurship Blueprint Report. Retrieved from internal student project file 126547.pdf.

8. Soni, R. (2025). Green marketing: A strategy to increase consumer awareness of eco-friendly products. Journal of Business Studies and Management Review, 2(1), 45–53.

9. Banurea, R. (2025). Exploring sustainable branding and consumer behavior in ecological marketing. *Global Journal of Marketing*, 9(3), 123–136.
10. Mwabu, A. M. (2025). *Green Marketing Strategies and Sustainable Production in Manufacturing Firms* (Doctoral dissertation). University of Nairobi.



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, noyabr, 11-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**. ГОСТ 7.56-2002 "Seriya nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlaro standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**