

MARKETING

ILMIY, AMALIY VA OMMABOP JURNAL



№1 - SON

9710 xalqaro daraja



№240874



ISSN: 3060-4621

2026-YIL, YANVAR





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 ishbiarmon” 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;

Boltaev Umidjon Talant o'g'li, i.f.f.d., PhD., Toshkent arxitektura qurilish instituti “Iqtisodiyot va ko'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.

Abduvaxidov Behzod xxx, PhD., Denov tadbirkorlik va pedagogika instituti “Raqamli iqtisodiyot” kafedrasini o'qituvchisi;

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

Elektron nashr 597 sahifa. E'lon qilishga 2026-yil 31-yanvarda ruxsat etildi

MUNDARIJA

YAKKA TARTIBDAGI TADBIRKORLAR VA O'ZINI-O'ZI BAND QILGAN SHAXSLAR SEGMENTI UCHUN SHAFFOF RAQAMLI TO'LOV TEXNOLOGIYALARINI JORIY ETISH	8
Isamuxamedov Anvar Sadiqovich	
OLIY TA'LIM MUASSASALARIDA BARQAROR RAQOBAT USTUNLIKLARINI SHAKLLANTIRISH ASOSIDA STRATEGIK BOSHQARUVNI TAKOMILLASHTIRISH	15
Ismailova Nilufar Sabitdjanovna	
TO'QIMACHILIK KORXONALARIDA ISHLAB CHIQARISH RESURSLARINI STRATEGIK BOSHQARISH	27
Kazakov Olim Sabirovich	
ЭТИЧЕСКИЕ СТАНДАРТЫ СБОРА ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ДАННЫХ В МЕЖДУНАРОДНЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЯХ.....	35
Адылова Зульфия Джавдатовна, Юлчиева Мадинабону Отабек кизи	
XIZMAT KO'RSATISH KORXONALARIDA SIRKULYAR IQTISOD TAMOYILLARIDAN FOYDALANISHNING XORIJIY DAVLATLARNING ILG'OR TAJRIBALARI.....	48
Nuritdinov Ramziddin	
МЕЖДУНАРОДНЫЙ ОПЫТ ПОВЫШЕНИЯ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ЭФФЕКТИВНОСТИ НЕФТЕГАЗОВЫХ ПРЕДПРИЯТИЙ	60
Бекмухамедова Малика Искандарбековна	
СОЦИАЛЬНО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ НЕРАВЕНСТВО: ПРИЧИНЫ И МЕРЫ ПРЕОДОЛЕНИЯ	74
Мажидова Фарангиз Фуркатзода	
IJTIMOY-IQTISODIY O'ZGARISHLAR SHAROITIDA CHAKANA SAVDO XIZMATLARINI RIVOJLANTIRISHNING XUSUSIYATLARI	83
Muxamedova Aziza Ravshanovna	
INTELLIGENT INTRUSION DETECTION: LEVERAGING REINFORCEMENT LEARNING FOR ECONOMIC SECURITY AGAINST DDOS THREATS.....	90
Bekov Sanjar Nigmandjanovich	
RAQAMLI MARKETINGNING YOSHLAR SEGMENTIDA RIVOJLANISHI	101
Normurodova Zebo Eshmaxmatovna, Ergashov Abdullo Ramazon o'g'li	
KICHIK BIZNES SUBYEKTLARIDA BOZOR AXBOROTLARIDAN FOYDALANISH VA AVTOMATIK TAHLIL QILISH TIZIMLARINI JORIY ETISH.....	106
Yo'ldoshev Nodirbek Ne'matjon o'g'li	
XORAZM VILOYATIDA KAMBAG'ALLIK DARAJASINING O'ZGARISH DINAMIKASI TAHLILI	114
Mayliyeva Sadoqat Safayozovna	

TOWARDS AN INTEGRATIVE MODEL OF THE COUNTRY IMAGE	121
Duschanov Alisher Sherzod ugli	
BUXORO VILOYATIDA MEVA-SABZAVOT MAHSULOTLARI EKSPORTI TAHLILI VA MARKETING MUAMMOLARI	133
Jumayeva Zamira Bo'stonovna	
KORXONALARNING YASHIL MARKETING STRATEGIYASINI ISHLAB CHIQISHGA NAZARIY VA KONSEPTUAL YONDASHUVLARI	140
Sapayev Axmed Durdibayevich	
SANOAT KORXONALARINING UZOQ MUDDATLI RAQOBATBARDOSHLIGINI TA'MINLASHDA MARKETING YONDASHUVLARI	149
Bazarova Mamlakat Supiyevna	
RAQOBAT SIYOSATINING SAMARADORLIGI VA INSTITUTIONAL MUAMMOLAR	159
Akbarov Jasur Ikromjon o'g'li	
THE ECONOMIC AND ENVIRONMENTAL EFFICIENCY OF AGRIVOLTAIC SYSTEMS IN UZBEKISTAN'S AGRICULTURAL SECTOR	167
Amonov Sardor Zamon o'g'li	
EVALUATING RETURN ON MARKETING INVESTMENT IN B2B DISTRIBUTION	175
Jamoliddinov Fakhriyor Shodiyor o'g'li	
THE ROLE OF STRATEGIC MANAGEMENT IN ENHANCING TOURISM DESTINATION COMPETITIVENESS	184
Choriyev Farrux Xamroyevich	
TUROPATORLIK FAOLIYATINI RIVOJLANTIRISHNING ASOSIY XUSUSIYATLARI VA ZAMONAVIY ILMIY YONDASHUVLARI	194
Toshev Akmal Salimovich	
RAQAMLI TRANSFORMATSIYA VA BARQAROR RIVOJLANISH SHAROITIDA AGRAR BOZOR TAHLILI.....	206
Ahmedov Shermuhammad Omonjon o'g'li	
JAHON ZARGARLIK MAHSULOTLARI BOZORIGA KIRISHNING MARKETING STRATEGIYALARI	214
Azizova Roxila Baxodir qizi	
FERMER XO'JALIKLARI FAOLIYATINI OPTIMALLASHTIRISH ASOSIDA IQTISODIY RIVOJLANISHINI TA'MINLASH	223
Qodirov Zohidjon Eralievich	
SOG'LIQNI SAQLASH XIZMATLARI SOHASI BARQARORLIGINING HUDUDIIY VA DINAMIK TAHLILI	229
Ko'charov Xurshid Xurram o'g'li	
TO'QIMACHILIK MAXSULOTLARI SAVDOSIDA ZAMONAVIY MARKETING KONSEPSIYALARIDAN FOYDALANISH.....	236
Nurboyev Jaloliddin Mamadiyevich	
ФАКТОРЫ, ВЛИЯЮЩИЕ НА ФОРМИРОВАНИЕ СТРАТЕГИИ КОММЕРЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЯ	243
Нуруллаева Шахноза Тохтасиновна, Saydullayeva Saodat Abdumajitovna	

O'ZBEKISTON OZIQ-OVQAT BOZORIDA AN'ANAVIY VA ZAMONAVIY CHAKANA SAVDO TRANSFORMATSIYALARI	250
Ahmedov Shermuhammad Omonjon o'g'li	
O'ZBEKISTON OLIY TA'LIM TIZIMIDA OLIB BORILAYOTGAN ISLOHOTLARNING AHAMIYATI	257
Gafurov Anvar Bazarbayevich	
MINTAQA IQTISODIYOTINI BARQAROR RIVOJLANTIRISHGA XIZMATLAR SOHASINI TA'SIRINI OSHIRISH	264
Achilova Firuza Kurbanovna	
IQLIM O'ZGARISHI SHAROITIDA EKOLOGIK XAVFSIZLIK BILAN BOG'LIQ XAVF-XATARLARNI BARTARAF ETISH YO'LLARI.....	274
Shamurotov Nodirbek Bakbergan o'g'li	
OZIQ-OVQAT SANOATI RAQOBATBARDOSHLIGINI INNOVATSION MARKETING STRATEGIYALARI ASOSIDA OSHIRISH	280
Hamroyev Bobir Shoyimovich	
BUXORO VILOYATIDA YASHIL TURIZMNI XORIJIY TAJRIBALAR ASOSIDA RIVOJLANTIRISH	289
Hafizov Abdulla Olimjonovich	
ЭКОНОМИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ МЕХАНИЗМОВ УПРАВЛЕНИЯ ИНВЕСТИЦИОННЫМИ ПРОЦЕССАМИ В «ЗЕЛЁНОЙ» ЭКОНОМИКЕ.....	299
Ниязметова Ёқутхон Ботир қизи	
QURILISHDA LOYIHA BOSHQARUVI STRATEGIYASINING ILMIY-USLUBIY MUAMMOLARI.....	308
Pulatov Shaxron Axmedovich	
QURILISH KORXONALARINING TASHKILY TUZILMALARINING OMILLAR TA'SIRIDA SHAKILLANISHI.....	315
Raximova Nilufar Abduazizovna	
O'ZBEKISTON EKSPORTGA YO'NALTIRILGAN KORXONALARINING MARKETING KOMPLEKSINI MINTAQALAR BOZORLARIGA MOSLASHTIRISH.....	323
Axmedov Ikrom Akramovich	
MARKETING TAMOYILLARI ASOSIDA MIJOZ VA BANK MUNOSABATLARINI TARTIBGA SOLISH MEXANIZMINI TAKOMILLASHTIRISH	338
Temirova Sevara Baxodirovna	
TIJORAT BANKLARINING INNOVATSION MARKETING STRATEGIYALARIDAN FOYDALANISH BO'YICHA XALQARO TAJRIBALAR.....	345
Muminova Durdona Saydikadirovna	
TIJORAT BANKLARI BRENDING STRATEGIYASINING BANK IMIJIGA TA'SIRI.....	355
Mirzajonova Maftunaxon Jaxongir qizi	

УПРАВЛЕНИЕ ЭКОНОМИЧЕСКИМИ ВЗАИМОДЕЙСТВИЯМИ НА РЫНКЕ ТРУДА В РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАН НА ОСНОВЕ ГРАВИТАЦИОННОЙ МОДЕЛИ.....	364
Назаров Дмитрий Михайлович, Джурабаев Отабек Джурабаевич	
QURILISH MATERIALLARI ISHLAB CHIQUARUVCHI KORXONALARNING MARKETING FAOLIYATINI BOSHQARISHDA MARKETING KOMMUNIKATSIYALARI.....	380
Uzakova Umida Ruziyevna	
ВЛИЯНИЕ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ И ИНСТИТУЦИОНАЛЬНЫХ ФАКТОРОВ НА МАЛЫЙ БИЗНЕС	388
Зокирова Фарангиз	
KIMYO SANOATI KORXONALARI FAOLIYATIDA IQTISODIY SALOHİYAT TUSHUNCHASINING AHAMIYATI.....	395
Vaxobov Shohjahan Valiyevich	
ERKIN IQTISODIY ZONALARNING LOGISTIKA XIZMATLARINI RIVOJLANTIRISHDA MARKETING STRATEGIYALARIDAN FOYDALANISH YO‘LLARI	402
Muxiddinov Mo‘minjon Shavqiddin o‘g‘li	
KLASTER YONDASHUVI ASOSIDA TO‘QIMACHILIK SANOATIDA INVESTITSION LOYIHALARNI BOSHQARISH METODOLOGIYASINI TAKOMILLASHTIRISH	412
Qurbonov Jasurbek Pozilovich	
QURILISH SANOATIDA INNOVATSION FAOLIYATNI STRATEGIK BOSHQARISH MEKANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISH.....	420
Ortiqxo‘jayeva Yulduz Azatovna	
TIJORAT BANKLARI MOLIYAVIY BARQARORLIGINI TA‘MINLASHDA RISK-MENEJMENTDAN FOYDALANISHNING USLUBIY JIHATLARI	428
Madaminov Bekzod Allayarovich	
BANK RISK-MENEJMENTI TIZIMIDA SUN‘IY INTELLEKT TEXNOLOGIYALARIDAN FOYDALANISH	442
Madaminov Bekzod Allayarovich	
XIZMAT KO‘RSATISH SOHASINI BARQAROR RIVOJLANTIRISHDA XALQARO MARKETING STRATEGIYALARIDAN FOYDALANISH	453
Abduvoxidov Behzod	
TIKUV – TRIKOTAJ KORXONALARI MARKETING FAOLIYATINI BOSHQARISHDA MOTIVATSIYA USULLARIDAN FOYDALANISH	460
Jalilov Jamshid G‘anijonovich	
UY-JOY KOMMUNAL XO‘JALIGINI INNOVATSION RIVOJLANISHINI BOSHQARISHNING ILG‘OR XORIJIY TAJRIBALARI	472
Kaxramonov Xurshidjon Shuhrat o‘g‘li	
ADVANCING UZBEKISTAN’S ENERGY SECTOR THROUGH PUBLIC-PRIVATE PARTNERSHIPS: KEY REFORMS, IMPLEMENTED PROJECTS, AND SUSTAINABILITY PROSPECTS	481
Juraev Javohir Tulagan ugli	

ОСОБЕННОСТИ РАЗВИТИЯ МЕДИЦИНСКОГО ТУРИЗМА В РЕГИОНЕ СО СПОСОБОМ КЛАСТЕРИЗАЦИИ МЕДИЦИНСКИХ УЧРЕЖДЕНИЙ	489
Юсупова Мехрибон Уктамовна	
TO‘QIMACHILIK SANOATIDA ISHLAB CHIQARISH XARAJATLARINI OPTIMALLASHTIRISH ORQALI RAQOBATBARDOSHLIKNI OSHIRISH	498
Xushvaqtoev Shuhrat Abduraufovich	
FRANCHAYZING SUBYEKTLARI O‘RTASIDAGI KOOPERATSIYANI BAHOLASHNING KO‘P MEZONLI METODIKASINI ISHLAB CHIQISH VA SAMARADORLIKNI ANIQLASH	509
Xodjayev Anvar Rasulovich	
ISTE‘MOLCHILARNING BRENDGA SODIQLIGI VA UNING KORXONA DAROMADIGA TA‘SIRINI BAHOLASH.....	523
Xudayberganov Dilshod Tuxtabayevich, Yuldasheva Zuhrajon Urazboy qizi	
STRATEGIK USULLAR ORQALI MENEJMENT SIFATINI UZLUKSIZ TAKOMILLASHTIRISH	529
Djabriyev Akbarali Normurodovich, Muxammadiyev O‘tkir Axmedovich, Ravshanbekova Madinabonu	
MAMLAKATIMIZ IQTISODIYOTIDA YALPI ICHKI MAHSULOTNING MAKROIQTISODIY BARQARORLIKNI TA‘MINLASHDAGI ROLI VA AHAMIYATI.....	541
Xusanov Murodjon Sunnatullayevich	
TIJORAT BANKLARI FAOLIYATIDA XODIMLAR BOSHQARUVI SAMARADORLIGINI OSHIRISHDA KPI TIZIMINING AHAMIYATI.....	552
Maksudov Zuxriddin Ziyovitdinovich	
MINTAQAVIY IQTISODIYOTNING OPTIMAL TUZILMASINI SHAKLLANTIRISH VA MODELLASHTIRISHNING ZAMONAVIY YONDASHUVLARI	561
G‘aymatova Dilafrō‘z G‘ofurjonovna	
SANOAT KORXONALARIDA TEJAMKOR ISHLAB CHIQARISH TIZIMI ASOSIDA IQTISODIY SAMARADORLIKNI OSHIRISHNING NAZARIY ASOSLARI.....	572
Esheva Sarvinoz Axmatovna	
TO‘QIMACHILIK KORXONALARIDA ISHLAB CHIQARISHNI BOSHQARISH JARAYONIDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALARNI QO‘LLASH.....	583
Shuxratullayev Elmurod Dilmurod o‘g‘li	

ERKIN IQTISODIY ZONALARNING LOGISTIKA XIZMATLARINI RIVOJLANTIRISHDA MARKETING STRATEGIYALARIDAN FOYDALANISH YO‘LLARI

Muxiddinov Mo‘minjon Shavqiddin o‘g‘li

Samarqand iqtisodiyot va servis instituti
mustaqil izlanuvchisi

Annotatsiya

Mazkur ilmiy maqolada erkin iqtisodiy zonalarining logistika xizmatlarini rivojlantirishda marketing strategiyalaridan foydalanishning nazariy va amaliy jihatlari, jumladan, tadqiqot jarayonida erkin iqtisodiy zonalarda logistika xizmatlari samaradorligiga ta'sir etuvchi asosiy omillar, jumladan, moddiy, axborot va moliyaviy oqimlarning o'zaro muvofiqlashtirilgan boshqaruvi masalalari yoritilgan. Bundan tashqari, erkin iqtisodiy zonalarda logistika xizmatlarini rivojlantirishda qo'llaniladigan hududiy marketing strategiyasi, xizmatlarni differentsiallash strategiyasi, raqamli marketing strategiyasi va ko-marketing strategiyalari mazmuni va ulardan foydalanish yo'llari yoritilgan.

Kalit so'zlar: erkin iqtisodiy zonalar, logistika xizmatlarini rivojlantirish, hududiy marketing strategiyasi, xizmatlarni differentsiallash strategiyasi, raqamli marketing strategiyasi, ko-marketing, transport-logistika salohiyati, investitsion jozibadorlik.

Аннотация

В данной научной статье рассматриваются теоретические и практические аспекты использования маркетинговых стратегий в развитии логистических услуг свободных экономических зон. В частности, в ходе исследования освещаются основные факторы, влияющие на эффективность логистических услуг в свободных экономических зонах, включая вопросы скоординированного управления материальными, информационными и финансовыми потоками. Кроме того, раскрываются содержание и направления применения территориальной маркетинговой стратегии, стратегии дифференциации услуг, цифровой маркетинговой стратегии и ко-маркетинговой стратегии, используемых при развитии логистических услуг в свободных экономических зонах.

Ключевые слова: свободные экономические зоны, развитие логистических услуг, территориальная маркетинговая стратегия, стратегия дифференциации услуг, цифровая маркетинговая стратегия, ко-маркетинг, транспортно-логистический потенциал, инвестиционная привлекательность.

Abstract

This scientific article examines the theoretical and practical aspects of using marketing strategies in the development of logistics services in free economic zones. In particular, the study highlights the main factors influencing the efficiency of logistics services in free economic zones, including issues related to the coordinated management of material, information, and financial flows. In addition, the article reveals the content of territorial marketing strategy, service differentiation strategy,

digital marketing strategy, and co-marketing strategy applied in the development of logistics services in free economic zones, as well as the ways of their implementation.

Keywords: free economic zones, development of logistics services, territorial marketing strategy, service differentiation strategy, digital marketing strategy, co-marketing, transport and logistics potential, investment attractiveness.

KIRISH

Hozirgi globallashuv va mintaqaviy integratsiya jarayonlari sharoitida xalqaro savdo hajmining ortishi, ishlab chiqarish zanjirlarining murakkablashuvi hamda investitsiya oqimlarining jadallashuvi transport-logistika tizimlarining samaradorligini iqtisodiy rivojlanishning hal qiluvchi omillaridan biriga aylantirmoqda. Ayniqsa, logistika infratuzilmasi rivojlangan davlatlar va hududlar jahon bozorida yuqori raqobatbardoshlikka erishib, global qiymat zanjirlarida faol ishtirok etish imkoniyatiga ega bo'lmoqda. Shu nuqtai nazardan, erkin iqtisodiy zonalar (EIZ) transport-logistika salohiyatini jamlagan, eksportni rag'batlantiruvchi va xorijiy investitsiyalarni jalb etuvchi muhim institutsional mexanizm sifatida namoyon bo'lmoqda.

O'zbekiston Respublikasi iqtisodiy taraqqiyotining strategik yo'nalishlari "O'zbekiston – 2030" strategiyasida aniq belgilab berilgan bo'lib, unda transport-logistika tizimini rivojlantirish va mamlakatning global logistika tarmoqlariga integratsiyasini chuqurlashtirish ustuvor vazifalar qatoriga kiritilgan. Xususan, Strategiyaning 53-maqsadi – "O'zbekiston Respublikasining global transport-logistika tarmoqlariga integratsiyasini chuqurlashtirish va milliy transport tizimining salohiyatini oshirish" mamlakat hududidan o'tuvchi xalqaro transport yo'laklaridan samarali foydalanish, logistika xizmatlari sifatini oshirish va zamonaviy logistika markazlarini shakllantirishni nazarda tutadi¹. Mazkur maqsad erkin iqtisodiy zonalar faoliyatini transport-logistika tizimi bilan uzviy bog'liq holda rivojlantirishni taqozo etadi.

Strategiyada, shuningdek, dunyoning 50 ta nufuzli brendlari ishtirokida maxsus iqtisodiy zonalarini tashkil etish, yuqori qo'shimcha qiymatga ega mahsulotlar ishlab chiqarish va eksportni kengaytirish muhim vazifalardan biri sifatida belgilangan. Bunday yirik xalqaro kompaniyalar faoliyatini jalb etishda logistika xizmatlarining tezkorligi, ishonchliligi va kompleksligi hal qiluvchi omil hisoblanadi. Shu sababli EIZlarda logistika xizmatlarini faqat infratuzilma nuqtai nazaridan emas, balki bozor talablariga moslashtirilgan marketing strategiyalari asosida rivojlantirish zarurati yuzaga kelmoqda.

Amaliyot shuni ko'rsatadiki, erkin iqtisodiy zonalarda logistika xizmatlari ko'pincha yetarlicha integratsiyalashmagan, turli institutsional, bojxona, infratuzilmaviy va axborot cheklovlari bilan bog'liq muammolarga duch kelmoqda. Bu holat logistika xarajatlarining oshishiga, yetkazib berish muddatlarining uzayishiga hamda EIZlarning investitsion jozibadorligining pasayishiga olib kelishi mumkin.

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

Mazkur muammolarni bartaraf etish uchun logistika xizmatlarini rivojlantirishda marketing yondashuvlarini tizimli ravishda qo'llash muhim ahamiyat kasb etadi.

Marketing strategiyalari EIZlarda logistika xizmatlarini iste'molchi ehtiyojlariga moslashtirish, xizmatlar portfelini diversifikatsiya qilish, zonalarining logistika imijini shakllantirish va xalqaro investorlar uchun jozibadorligini oshirish imkonini beradi. Ayniqsa, raqamli marketing, hududiy brending, logistika xizmatlarini differensiallash va hamkorlik marketingi kabi zamonaviy yondashuvlar EIZlarning global transport-logistika tarmoqlaridagi o'rnini mustahkamlashga xizmat qiladi.

Shu munosabat bilan ushbu maqolada erkin iqtisodiy zonalarining logistika xizmatlarini rivojlantirishda marketing strategiyalaridan foydalanish yo'llari, ularning iqtisodiy samaradorlikni oshirishdagi roli hamda "O'zbekiston – 2030" strategiyasida belgilangan maqsadlarni amalga oshirishdagi ahamiyati ilmiy jihatdan tahlil qilinadi.

ADABIYOTLAR SHARHI

So'nggi yillarda erkin iqtisodiy zonalar (EIZ) va ularning logistika xizmatlarini rivojlantirish mavzusida ilmiy tadqiqotlar jadal rivojlanmoqda. A.N.Bryntsev o'z ishida EIZlarda logistika tizimining fragmentatsiyasi va mavjud to'siqlarini tahlil qilib, hududlararo transport, ombor va bojxona xizmatlaridagi muammolarni aniqlaydi. Muallifning ta'kidlashicha, EIZlarning samarali ishlashi uchun logistik jarayonlarning kompleks va integratsiyalashgan boshqaruvi muhim ahamiyatga ega, bu esa marketing strategiyalarini rejalashtirishda ham hisobga olinishi lozim [2].

V.M.Arshinov Xitoyning EIZ tajribasini o'rganib, moliyaviy, ilmiy-texnik va inson resurslarini integratsiyalash orqali hududlarning raqobatbardoshligini oshirish imkoniyatlarini ko'rsatadi. Ushbu yondashuv, ayniqsa hududiy marketing va ko-marketing strategiyalarini ishlab chiqishda, EIZning butun ekotizimini targ'ib qilishda qo'llanilishi mumkin [1].

S.Wang tomonidan o'tkazilgan tadqiqotlar, xususan, megarajonal savdo kelishuvlarining global iqtisodiyotga ta'siri va "Bir kamar – bir yo'l" tashabbusi doirasida erkin savdo zonalarini yaratish imkoniyatlarini tahlil qiladi. Bu ishlar raqamli marketing va xizmatlarni differensiallash strategiyalarini xalqaro hamkorlik va transchegaraviy logistika tizimlariga moslashtirishda asos bo'la oladi [4,5].

S.A.Ivanov va U.D.Kokina esa Xitoyning xorijdagi EIZlari va davlatning ularni rivojlantirishdagi rolini o'rganib, davlat ishtiroki va qo'llab-quvvatlashi hududiy marketing va ko-marketing strategiyalarining samaradorligini oshirishda hal qiluvchi omil ekanligini ta'kidlaydi. Mualliflar EIZlarda logistika xizmatlarini rivojlantirishda investitsion jozibadorlikni oshirish uchun xizmatlarning sifatini, shaffoflikni va hudud imijini yaxshilash zarurligini ko'rsatadi [6].

Ushbu tadqiqotlar umumiy tahlil shuni ko'rsatadiki, EIZlarda logistika xizmatlarini rivojlantirishda hududiy marketing strategiyasi, xizmatlarni differensiallash, raqamli marketing va ko-marketing kabi zamonaviy yondashuvlar bir-birini to'ldiradi va integratsiyalashgan marketing tizimi orqali hududning raqobatbardoshligini oshirish imkonini beradi. Shu bilan birga, moddiy, axborot va moliyaviy oqimlarning muvofiqlashtirilgan boshqaruvi samarali marketing strategiyalarini amalga oshirishda asosiy shart hisoblanadi.

METODOLOGIYA

Mazkur tadqiqot erkin iqtisodiy zonalarning logistika xizmatlarini rivojlantirishda marketing strategiyalaridan foydalanish yo'llarini ilmiy asoslashga qaratilgan bo'lib, tadqiqot jarayonida tizimli va kompleks yondashuv tamoyillariga amal qilindi. Tadqiqot obyekti sifatida erkin iqtisodiy zonalarda faoliyat yurituvchi logistika xizmatlari tizimi tanlab olindi, tadqiqot predmeti esa logistika xizmatlarini rivojlantirishda qo'llaniladigan marketing strategiyalari va ularning samaradorlikka ta'siri hisoblanadi.

Tadqiqot jarayonida umum-ilmiy va maxsus ilmiy metodlardan keng foydalanildi. Xususan, tizimli tahlil metodi orqali erkin iqtisodiy zonalarda logistika xizmatlari moddiy, axborot va moliyaviy oqimlar majmui sifatida o'rganildi hamda ularning o'zaro bog'liqligi tahlil qilindi. Strukturaviy-funksional tahlil yordamida logistika xizmatlarining asosiy tarkibiy elementlari, ularning vazifalari va o'zaro ta'siri aniqlab berildi. Shuningdek, tadqiqotda iqtisodiy tahlil va taqqoslash metodlari qo'llanilib, erkin iqtisodiy zonalarda logistika xizmatlari rivojlanish darajasi va marketing yondashuvlari boshqa hududlar va xalqaro amaliyot bilan solishtirildi. Induksiya va deduksiya metodlari asosida alohida kuzatuvlar va faktlardan umumiy ilmiy xulosalar chiqarildi hamda nazariy gipotezalar shakllantirildi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Erkin iqtisodiy zonalar faoliyati, odatda, soddalashtirilgan bojxona tartib-taomillari, soliq va moliyaviy imtiyozlar hamda qulay infratuzilma bilan ajralib turadi. Bunday sharoit logistika xizmatlarini rivojlantirish uchun keng imkoniyatlar yaratadi. Shu bilan birga, EIZlarda logistika xizmatlari ishlab chiqarish, saqlash, qayta ishlash va qayta eksport qilish jarayonlarini yagona zanjirga birlashtirishi bilan ajralib turadi.

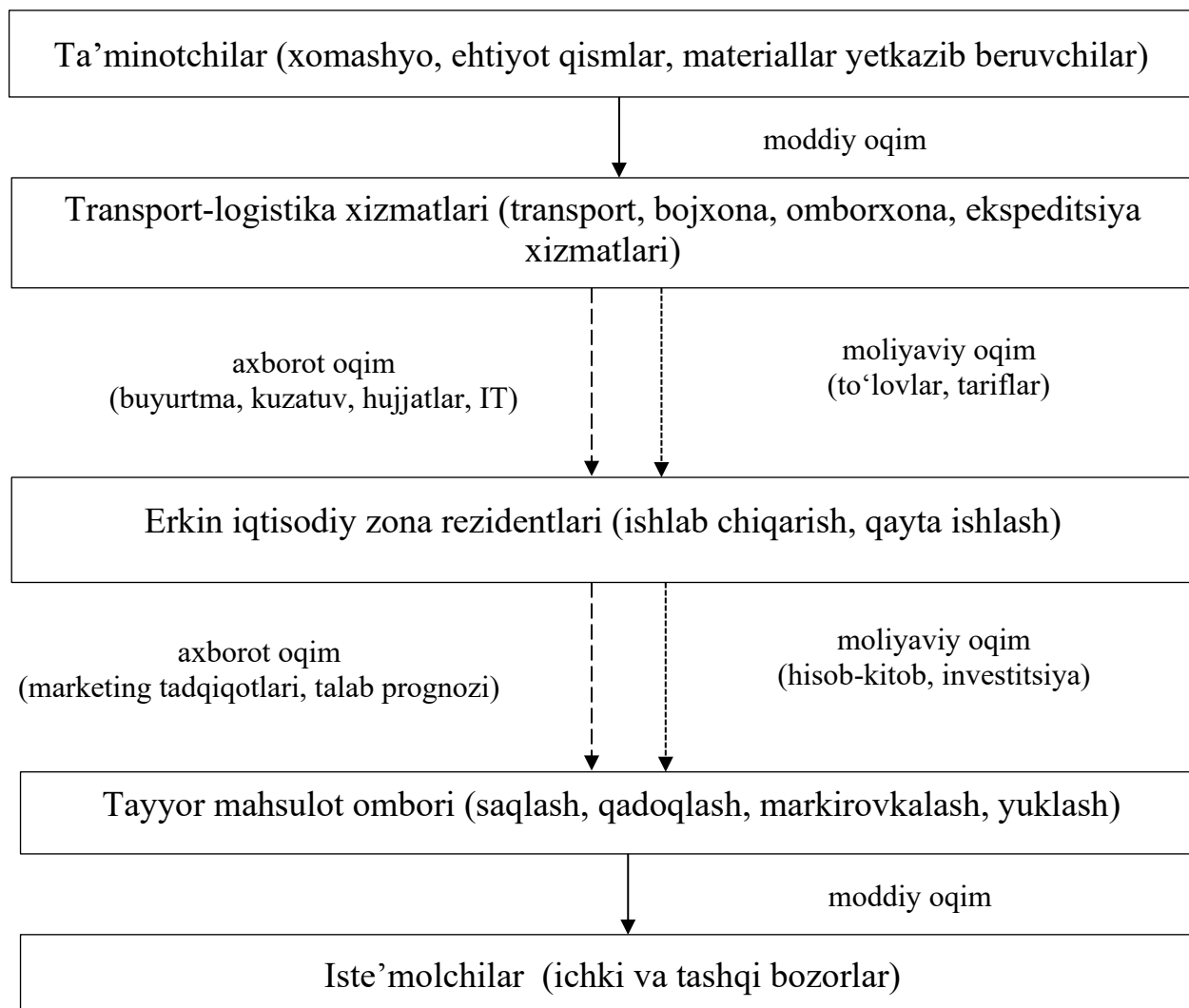
Biroq amaliyotda logistika xizmatlarining tizimlashtirilmaganligi, ya'ni transport, omborxona, bojxona va axborot xizmatlarining yetarlicha integratsiyalanmaganligi kuzatiladi. Bu holat logistika samaradorligiga salbiy ta'sir ko'rsatib, zonalarning investitsion jozibadorligini pasaytiradi.

Erkin iqtisodiy zonalar faoliyatini tahlil qilish shuni ko'rsatadiki, ularni yagona, uzluksiz tizim sifatida emas, balki makon va vaqt jihatidan ajralgan, o'zaro bog'liq bo'lgan alohida iqtisodiy jarayonlar majmui sifatida ko'rib chiqish maqsadga muvofiqdir. Bunday sharoitda EIZlar barqaror faoliyat yuritishi uchun moddiy, axborot va moliyaviy oqimlarning uzluksiz va muvofiqlashtirilgan harakati muhim ahamiyat kasb etadi. Ushbu oqimlardan birortasining uzilishi yoki yetarli darajada samarali ishlamasligi butun logistika tizimining izdan chiqishiga olib kelishi mumkin.

Tahlillar shuni ko'rsatadiki, EIZlarda logistika xizmatlari ko'pincha transport, omborxona, bojxona rasmiylashtiruv, ekspeditsiya va hujjatlashtirish jarayonlari bo'yicha yetarli darajada integratsiyalashmagan holda faoliyat yuritadi. Natijada, moddiy oqimlar harakatida uzilishlar yuzaga kelib, ular qo'shimcha vaqt yo'qotishlari va ortiqcha xarajatlarni keltirib chiqaradi. Aynan shu jarayonlar logistika tizimida turli to'siqlarni shakllantirib, mahsulotning yakuniy tannarxiga sezilarli ta'sir ko'rsatadi.

Moddiy oqimlarning harakati ishlab chiqarishning barcha bosqichlarini – xomashyoni yetkazib berishdan tortib, tayyor mahsulotni iste'molchiga yetkazib

berishgacha bo‘lgan jarayonlarni qamrab oladi. Ushbu jarayonlarda transportirovka, saqlash, yuklash-tushirish, qayta ishlash va vaqtinchalik omborlashtirish kabi yordamchi operatsiyalar muhim o‘rin egallaydi. Mazkur operatsiyalar ishlab chiqarish jarayoniga bevosita qo‘shimcha qiymat yaratmasa-da, ularning samarasiz tashkil etilishi mahsulot tannarxining oshishiga olib keladi. Shu bois logistika xizmatlarini optimallashtirish orqali aynan ushbu “yashirin xarajatlar”ni qisqartirish imkoniyati mavjud.



1-rasm. Erkin iqtisodiy zonalarda moddiy, axborot va moliyaviy oqimlarni integratsiyalashgan boshqarish¹

Ushbu sxema erkin iqtisodiy zonalarda logistika xizmatlarining samaradorligini oshirish uchun moddiy, axborot va moliyaviy oqimlarni yagona integratsiyalashgan tizim sifatida boshqarish zarurligini aks ettiradi. Moddiy oqimlar xomashyo va materiallarning ta'minotchilardan EIZ rezidentlariga, so'ngra tayyor mahsulot ko'rinishida iste'molchilarga yetkazilishini ifodalaydi. Axborot oqimlari buyurtmalarni boshqarish, logistika jarayonlarini monitoring qilish va marketing qarorlarini qabul qilishda muhim rol o'ynaydi. Moliyaviy oqimlar esa to'lovlar, hisob-

¹ Muallif ishlanmasi

kitoblar va investitsiya jarayonlarini ta'minlab, logistika tizimining barqaror faoliyat yuritishiga xizmat qiladi. Ushbu oqimlarning o'zaro muvofiqlashtirilgan holda boshqarilishi EIZlarda logistika xarajatlarini kamaytirish, yetkazib berish tezligini oshirish va xizmatlar raqobatbardoshligini ta'minlash imkonini beradi.

Tahlil natijalari shuni ko'rsatadiki, EIZlarda logistika xizmatlarini rivojlantirishda marketing strategiyalaridan foydalanish moddiy, axborot va moliyaviy oqimlar o'rtasidagi muvofiqlikni ta'minlashga xizmat qiladi. Xususan, logistika xizmatlarini bozor talablariga mos ravishda segmentatsiya qilish, iste'molchi ehtiyojlariga yo'naltirilgan kompleks logistika paketlarini taklif etish moddiy oqimlarning uzluksizligini ta'minlash imkonini beradi. Bu esa mahsulot yetkazib berish muddatlarini qisqartirish va xizmatlar sifati oshirishga olib keladi.

Axborot oqimlari logistika tizimining ajralmas qismi sifatida moddiy oqimlarni boshqarishda muhim rol o'ynaydi.

Raqamli marketing va axborot texnologiyalaridan foydalanish orqali yuk harakatini real vaqt rejimida monitoring qilish, hujjat aylanishini soddalashtirish va shaffoflikni oshirish mumkin. Bu holat investorlar va rezidentlar uchun EIZlarning ishonchliligini kuchaytirib, ularning logistika imkoniyatlariga bo'lgan qiziqishini oshiradi.

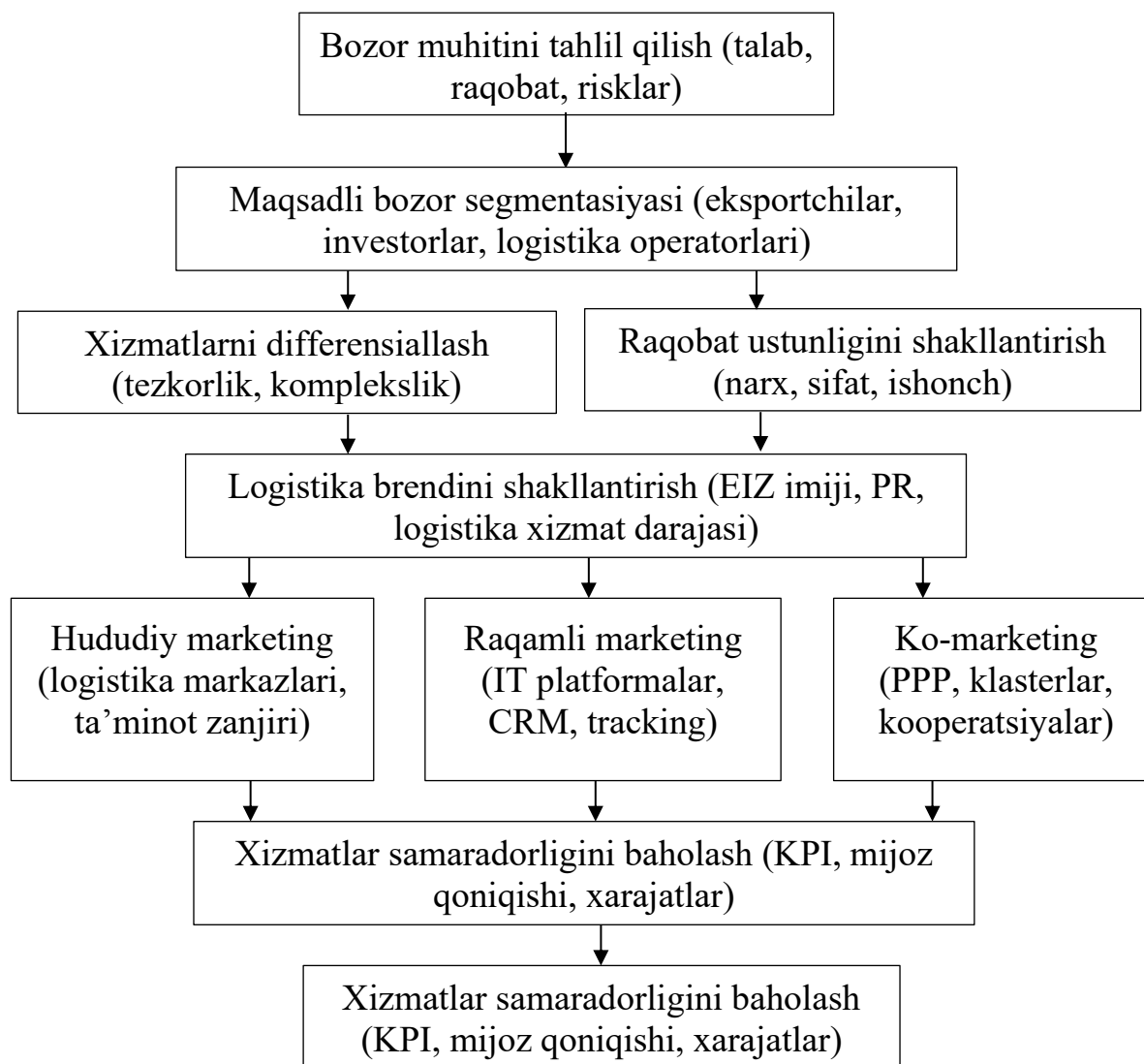
Moliyaviy oqimlar esa logistika jarayonlarining barqarorligini ta'minlovchi muhim omil hisoblanadi. Marketing strategiyalari doirasida qulay to'lov shartlari, moslashuvchan tarif siyosati va moliyaviy xizmatlar paketlarini shakllantirish EIZlarda logistika xizmatlarining raqobatbardoshligini oshiradi. Natijada, logistika jarayonlaridagi uzilishlar kamayib, kapital aylanish tezlashadi.

O'tkazilgan tahlillar asosida xulosa qilish mumkinki, erkin iqtisodiy zonalarda logistika xizmatlarining samaradorligini oshirish uchun moddiy, axborot va moliyaviy oqimlarni yagona tizim sifatida boshqarish zarur. Marketing strategiyalaridan kompleks foydalanish ushbu oqimlar o'rtasidagi nomuvofiqlikni kamaytirib, logistika jarayonlaridagi to'siqlarni bartaraf etish imkonini beradi. Bu esa EIZlarning investitsion jozibadorligini oshirish, xarajatlarni qisqartirish va yuqori qo'shimcha qiymat yaratishga xizmat qiladi.

Marketing strategiyalari EIZlarda logistika xizmatlarini rivojlantirishda quyidagi yo'nalishlarda muhim ahamiyat kasb etadi:

- logistika xizmatlari bozorini chuqur o'rganish va maqsadli segmentlarni aniqlash;
- rezidentlar va investorlar ehtiyojlariga moslashtirilgan logistika yechimlarini taklif etish;
- xizmatlar sifatini oshirish orqali raqobat ustunligini shakllantirish;
- EIZning logistika salohiyatini milliy va xalqaro miqyosda targ'ib qilish.

Xususan, "yagona darcha" tamoyiliga asoslangan logistika xizmatlarini marketing vositalari orqali ilgari surish zonalarining imijini mustahkamlashga xizmat qiladi.



2-rasm. Erkin iqtisodiy zonalarda logistika xizmatini rivojlantirish bo'yicha marketing strategiyalardan foydalanish yo'nalishlari¹.

Mazkur 2-rasmda erkin iqtisodiy zonalarda logistika xizmatlarini rivojlantirishda qo'llaniladigan marketing strategiyalarining izchil va tizimli modelini aks ettiradi. Dastlab bozor muhiti tahlil qilinib, logistika xizmatlariga bo'lgan talab va raqobat sharoiti aniqlanadi. Keyingi bosqichda maqsadli bozor segmentlari tanlanib, ularga moslashtirilgan logistika xizmatlari shakllantiriladi. Xizmatlarni differensiallash va raqobat ustunligini yaratish orqali EIZlarning logistika salohiyati kuchaytiriladi. Hududiy va raqamli marketing vositalari yordamida logistika brendi shakllantirilib, hamkorlik marketingi orqali transport-logistika subyektlari o'rtasida barqaror aloqalar yo'lga qo'yiladi. Yakunda xizmatlar samaradorligi baholanib, marketing strategiyalari doimiy ravishda takomillashtirib boriladi.

Erkin iqtisodiy zonalarda logistika xizmatlarini rivojlantirishda quyidagi marketing strategiyalarini qo'llash maqsadga muvofiq:

¹ Muallif ishlanmasi.

1) Hududiy marketing strategiyasi – EIZning geografik joylashuvi va tranzit imkoniyatlarini targʻib qilish. Hududiy marketing strategiyasi – bu EIZ joylashgan hududning geografik, infratuzilmaviy, iqtisodiy va institutsional ustunliklarini kompleks tarzda targʻib qilish orqali logistika xizmatlariga boʻlgan talabni oshirishga qaratilgan strategiyadir. Bu yondashuvda nafaqat alohida logistika kompaniyasi, balki butun hudud yagona logistika makoni sifatida ilgari suriladi. Erkin iqtisodiy zonalarda hududiy marketing strategiyasi – bu logistika xizmatlarini rivojlantirishda hududni mustaqil marketing obyekti sifatida koʻrib, uning barcha ustunliklarini yagona brend ostida ilgari surishga qaratilgan kompleks yondashuvdir.

2) Xizmatlarni differensiallash strategiyasi – logistika xizmatlarini tezkorlik, ishonchlilik va komplekslik jihatidan ajratib koʻrsatish. Xizmatlarni differensiallash strategiyasi erkin iqtisodiy zonalarda (EIZ) logistika xizmatlarini rivojlantirishda qoʻllaniladigan asosiy marketing strategiyalaridan biri boʻlib, uning mohiyati – bir xil logistika xizmatlari orasida EIZ hududida koʻrsatilayotgan xizmatlarni noyob, ustun va raqobatchilardan farqli qilib koʻrsatishdan iborat. Xizmatlarni differensiallash strategiyasi – bu logistika xizmatlariga qoʻshimcha qiymat yaratish, xizmat sifati, texnologiya, tezlik yoki servis darajasi orqali ularni boshqalardan ajratib koʻrsatishga qaratilgan yondashuvdir. EIZ sharoitida bu strategiya investor va yuk egalari jalb qilishda ayniqsa muhim hisoblanadi.

3) Raqamli marketing strategiyasi – logistika jarayonlarida raqamli platformalar va axborot tizimlarini joriy etish orqali shaffoflikni taʼminlash. Raqamli marketing strategiyasi erkin iqtisodiy zonalarda (EIZ) logistika xizmatlarini rivojlantirishda qoʻllaniladigan zamonaviy marketing strategiyalaridan biri boʻlib, uning asosiy mazmuni – raqamli texnologiyalar va onlayn platformalar orqali logistika xizmatlarini targʻib qilish, boshqarish va mijozlar bilan samarali aloqani yoʻlga qoʻyishdan iborat.

4) Hamkorlik marketingi – transport kompaniyalari, bojxona organlari va logistika operatorlari oʻrtasida barqaror hamkorlikni rivojlantirish. Ko-marketing strategiyasi erkin iqtisodiy zonalarda (EIZ) logistika xizmatlarini rivojlantirishda qoʻllaniladigan samarali marketing yondashuvlaridan biri boʻlib, uning mazmuni – bir nechta tashkilot va subyektlarning oʻzaro hamkorlikda logistika xizmatlarini birgalikda targʻib qilishi va rivojlantirishidan iborat. Ko-marketing – bu EIZ doirasida faoliyat yurituvchi logistika kompaniyalari, ishlab chiqaruvchilar, transport operatorlari, EIZ maʼmuriyati va davlat tashkilotlarining marketing faoliyatini muvofiqlashtirib, yagona maqsad yoʻlida harakat qilishi demakdir. Bu strategiyada alohida kompaniya emas, balki butun EIZ logistika ekotizimi birgalikda targʻib qilinadi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Erkin iqtisodiy zonalarda logistika xizmatlarini rivojlantirish jarayoni faqat transport va omborxona infratuzilmasini kengaytirish bilan cheklanib qolmasdan, balki ularni zamonaviy marketing strategiyalari asosida boshqarishni ham taqozo etadi. Global iqtisodiyot sharoitida logistika xizmatlari EIZlarning asosiy raqobat ustunligiga aylangan boʻlib, ularning samaradorligi investitsion jozibadorlik, eksport salohiyati va ishlab chiqarish tannarxiga bevosita taʼsir koʻrsatadi. Shu bois, logistika tizimlarini

bozor talablariga mos holda rivojlantirish bugungi kunda dolzarb vazifalardan biri hisoblanadi.

“O‘zbekiston – 2030” strategiyasida belgilangan ustuvor yo‘nalishlar, xususan, mamlakatning global transport-logistika tarmoqlariga integratsiyasini chuqurlashtirish va erkin iqtisodiy zonalar salohiyatini oshirish vazifalari EIZlarda logistika xizmatlarini marketing asosida boshqarish zaruratini yanada kuchaytiradi. Ayniqsa, dunyoning nufuzli brendlari ishtirokida maxsus iqtisodiy zonalarini tashkil etish jarayonida logistika xizmatlarining tezkorligi, ishonchliligi va kompleksligi hal qiluvchi ahamiyat kasb etadi.

Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatadiki, EIZlarda logistika xizmatlarining yetarli darajada integratsiyalashmaganligi, axborot va moliyaviy oqimlar o‘rtasidagi nomuvofiqlik hamda marketing yondashuvlarining sustligi logistika xarajatlarining oshishiga va xizmatlar raqobatbardoshligining pasayishiga olib kelmoqda. Marketing strategiyalaridan kompleks foydalanish ushbu muammolarni bartaraf etish, logistika jarayonlaridagi to‘siqlarni kamaytirish va xizmatlar sifatini oshirish imkonini beradi.

Erkin iqtisodiy zonalarda logistika xizmatlarini rivojlantirish bo‘yicha quyidagilarni amalga oshirish maqsadga muvofiqdir:

- EIZlarda moddiy, axborot va moliyaviy oqimlarni yagona raqamli platforma asosida integratsiyalashgan holda boshqarish tizimini joriy etish;
- logistika xizmatlarini maqsadli bozor segmentlariga moslashtirish orqali differensiallashgan marketing strategiyalarini ishlab chiqish;
- EIZlarning logistika salohiyatini targ‘ib qiluvchi hududiy brending va xalqaro marketing kampaniyalarini kuchaytirish;
- logistika operatorlari, bojxona organlari va rezidentlar o‘rtasida “yagona darcha” tamoyiliga asoslangan hamkorlik mexanizmlarini rivojlantirish;
- logistika xizmatlari samaradorligini baholash uchun KPI tizimini joriy etish va mijozlar qoniqishini muntazam monitoring qilish.

Xulosa qilib aytganda, marketing strategiyalaridan tizimli va uzluksiz foydalanish erkin iqtisodiy zonalarda logistika xizmatlarining fragmentatsiyasini kamaytirish, mavjud institutsional va infratuzilmaviy to‘siqlarni bartaraf etish hamda zonalarining milliy va xalqaro miqyosdagi raqobatbardoshligini oshirishga xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Аршинов В.М. «Свободные экономические зоны Китая: опыт интеграции финансовых, научно-производственных и человеческих ресурсов» Журнал прикладных исследований, по. 1, 2019, pp. 9–12.
2. Брынцев А.Н. Логистика в свободных экономических зонах особенности фрагментации и барьеров логистики в условиях СЭЗ. Российское предпринимательство, № 7 (205) / апрель 2012. 64-69 с.
3. Брынцев А.Н. Фрагментация и барьеры в логистике. – М.: Экономика и жизнь, 2011.

4. Ван Сичжэ. Влияние мегарегиональных торговых соглашений на развитие мировой экономики / С. Ван // Евразийский юридический журнал.— 2019.— № 11(138).— С. 443–445.— EDN JUTIEW.
5. Ван Сичжэ. История создания свободных экономических зон в Китае, их виды и классификация / С. Ван // Инновационная экономика.— 2019.— № 152 1(18).— С. 4.— EDN ZAWSDJ.
6. Иванов С.А., Кокина У.Д. «Особые экономические зоны Китая за рубежом и роль государства в их развитии» Труды института истории, археологии и этнографии ДВО РАН, т. 34, 2021, с. 31–47. doi:10.24412/2658-5960-2021-34-31-47.
7. Корнейко О.В. Критическая оценка действующих подходов к анализу эффективности российских особых экономических зон О.В. Корнейко, А.В. Пестерева, Л.Цян // Вектор науки Тольяттинского государственного университета. Серия: Экономика и управление.- 2016.- № 4 (27).- С. 49 54
8. Кравчук В. И. Свободные экономические зоны: теоретические подходы к формированию и развитию в XXI веке [Электронный ресурс] / В.И. Кравчук // Региональная экономика.- 2015.- №7.- Режим доступа: http://www.uecs.ru/index.php?option=com_flexicontent&view=items&id=36303
9. Kholmammatov Diyor Haqberdievich, Muhiddinov Mumin Shavkiddinovich. Use of International Marketing Strategies in The Development of Free Economic Zones. Journal of marketing, business and management (JMBM), 53-61 pp
10. Kholmammatov Diyor Haqberdievich, Muhiddinov Mumin Shavkiddinovich. SWOT Analysis of Free Economic Zones (fez) in Uzbekistan. Gospodarka i Innowacje, 610-615 pp.
11. Kholmammatov Diyor Haqberdievich, Muhiddinov Mumin Shavkiddinovich. Ways to Expand the Export Geography of the Jizzakh Free Economic Zone. Central Asian Journal of Innovations on Tourism Management and Finance. 55-62 pp, 2022
12. Kholmammatov Diyor Haqberdievich. Modern Methods of Developing Wholesale Trade in Agricultural Products. Commonwealth Journal of Academic Research (CJAR.EU). 2022, Page: 8-15



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

2026-yil, yanvar, 1-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
Tel.: +998977838464, +998939266610
Jurnalning rasmiy sayti: <https://marketingjournal.uz>

Marketing jurnali O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi **Oliy attestatsiya komissiyasi rayosatining 2024-yil 04-oktabrdagi 332/5 sonli qarori** bilan milliy ilmiy nashrlar ro'yxatiga kiritilgan



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali 2024-yil 15-martdan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Administratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan **C-5669517** reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan. **Litsenziya raqami: №240874**



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnalining xalqaro darajasi: **9710. FOCT 7.56-2002** "Seriya nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlataro standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**