

IJTIMOYIY-IQTISODIY O‘ZGARISHLAR SHAROITIDA CHAKANA SAVDO XIZMATLARINI RIVOJLANTIRISHNING XUSUSIYATLARI

Muxamedova Aziza Ravshanovna

Kadrlar malakasini oshirish
va statistik tadqiqotlar instituti
tadqiqotchisi

Annotatsiya

Maqolada ijtimoiy-iqtisodiy o‘zgarishlar sharoitida savdo xizmatlarini rivojlantirish tizimini baholashning nazariy va uslubiy jihatlarini shakllantirish va rivojlantirishning umumiy masalalari ko‘rib chiqilgan. Ishni taqdim etish jarayonida savdo xizmatlarini rivojlantirish tizimini baholashning asosiy elementlari umumlashtirilgan va uning funksiyalari tizimlashtirilgan, rivojlanish omillari o‘rganilgan, shuningdek, savdo xizmatlarini rivojlantirish tizimini baholashning roli o‘rganilib, savdo va milliy iqtisodiyotni barqaror rivojlantirish platformasini shakllantirishda savdo xizmatlarini rivojlantirishga e‘tibor berilgan.

Kalitli so‘zlar: iqtisodiyot, savdo savdo xizmatlari, tizimini baholash, savdo korxonalari, tijorat faoliyati, samaradorlik, savdo tizimi, texnologik tizim, samaradorlik ko‘rsatkichlari.

Аннотация

В статье рассмотрено общие вопросы формирования и развития теоретико-методологических аспектов оценки системы развития торговых услуг в условиях социально-экономических трансформаций. В ходе изложения работы обобщены и структурированы основные элементы оценки системы развития торговых услуг, систематизированы ее функции, изучены факторы ее развития, а также роль оценки системы развития торговых услуг в формировании платформы устойчивого развития торговли и образующих её национальных экономик.

Ключевые слова: экономика, торговля торговые услуги, системная оценка, торговые предприятия, коммерческая деятельность, эффективность, торговая система, технологическая система, показатели эффективности.

Abstract

The article considers general issues of formation and development of theoretical and methodological aspects of assessment of the trade services development system in the context of socio-economic transformations. In the course of the presentation of the work, the main elements of assessment of the trade services development system are summarized and structured, its functions are systematized, the factors of its development are studied, as well as the role of assessment of the trade services development system in the formation of a platform for sustainable trade development and the national economies that form it.

Keywords: economy, trade trade services, system evaluation, trade enterprises, commercial activity, efficiency, trade system, technological system, efficiency indicators.

KIRISH

Yangi O‘zbekiston iqtisodiyotini shakllantirishda uning yetakchi tarmoq va sohalarini modernizatsiyalash va raqobatbardoshligini oshirish chora-tadbirlari qatorida savdo xizmatlarini rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarini takomillashtirish masalalariga alohida e‘tibor qaratilmoqda. 2022-2026-yillarga mo‘ljallangan Yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasida “hududlarda xizmat ko‘rsatish va servis sohalarini rivojlantirish orqali keyingi 5 yilda xizmat ko‘rsatish hajmini 3 barobarga oshirish hamda ushbu yo‘nalishda jami 3,5 million yangi ish o‘rinlari yaratish”[1] vazifasi belgilangan. Shuningdek, respublikada xizmat ko‘rsatishning asosiy turi hisoblangan savdo xizmatlarini kompleks rivojlantirishda, ayniqsa, sohada tarkibiy o‘zgarishlar va diversifikatsiyani amalga oshirishda, iste‘molchilarning o‘sib borayotgan ehtiyojini sifatli qondirishni ta‘minlovchi “raqamli savdo”ni tashkil etish va mintaqa talablari asosida savdo klasterini shakllantirish kabi masalalar ustuvor vazifalardan hisoblanadi. Bularning barchasi respublika iqtisodiyoti asosiy tarmog‘i hisoblangan savdo xizmatlarini rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlari, “raqamli savdo” xizmatlarini rivojlantirishning o‘rta muddatli prognoz parametrlari prognoz ko‘rsatkichlari ishlab chiqish masalalari bo‘yicha chuqur ilmiy-tadqiqotlar olib borishni taqozo etadi.

ADABIYOTLAR SHARHI

Zamonaviy mahalliy va xorijiy iqtisodiy adabiyotlarda savdo xizmatlarining rivojlanishi, ularning bozor iqtisodiyotida tutgan o‘rniga juda juda ko‘p tadqiqotlar bag‘ishlangan. Bozorga yo‘naltirilgan xizmatning asosi sifatida savdo faoliyatini amalga oshirishning nazariy va amaliy asoslari xorij olimlaridan Merilin i Tom Ross[2] savdo xizmatlarini tashkil etish, Ch. Fatrel [3] savdo faoliyatini yo‘lga qo‘yish asoslarini, Mate E. [4] savdoda va savdodan keyingi xizmatlarni boshqarish jarayonlarini o‘rganishga harakat qilishgan. MDH davlatlari iqtisodchi olimlari A.M.Fridman[5] savdo iqtisodiyoti va uni tashkil qilish, I.V.Aleshina[6] savdo jarayonida iste‘molchilar harakati, B.I.Sineskiy[7], Ye.R.Mingazinova, A.A. Ignatyeva [8] kabi yetakchi olimlar savdoda samaradorlikni oshirish va bunga erishishda turli xil modellarni taklif etishgan. O‘zbekistonlik olimlardan M.R. Rasulev[9], M.M. Muhammedov[10] kabi olimlar savdo xizmatlarining evolyutsiyasi hamda zamonaviy bozor munosabatlarida savdoni rivojlantirish muammolari bo‘yicha chuqur tadqiqotlar olib borishgan.

Korxonaning savdo va texnologik tizimlari jarayonlarida savdoni boshqarish nazariyasi va amaliyoti sohasidagi muhim ilmiy va amaliy yutuqlarga qaramasdan, mavjud savdo turlari va texnologik tizimlar uchun statistik-iqtisodiy tahlil va boshqarishning o‘ziga xos xususiyatlari iqtisodiy adabiyotlarda to‘liq darajada yoritilmaganligi ushbu mavzuda ilmiy maqola tadqiqotini amalga oshirishni taqozo etdi.

METODOLOGIYA

Maqola tadqiqotining nazariy va uslubiy asosini iqtisod fani klassiklarining fundamental ilmiy va amaliy ishlari, o‘rganilayotgan muammo bo‘yicha yetakchi mahalliy va xorijiy olimlarning ishlari, faoliyat ko‘rsatish muammolari bo‘yicha

ixtisoslashtirilgan ilmiy-tadqiqot va savdo tashkilotlarining ishlanmalari tashkil etadi va savdoni rivojlantirishni davlat tomonidan tartibga solish tizimi, xalqaro, milliy va mintaqaviy ilmiy-amaliy konferensiyalar va seminarlar materiallari, davriy ilmiy jurnallarda nashrlar, savdoni rivojlantirishni davlat tomonidan tartibga solish sohasidagi normativ-huquqiy hujjatlar, Respublika va ijro hokimiyati va savdoni boshqarishning hududiy dasturlari tashkil etadi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Savdo xizmatlarining rivojlanishi insoniyat taraqqiyotida muhim ahamiyatga ega bo‘lib, jahon sivilizatsiyasi taraqqiyoti bilan chambarchas bog‘langan. “Buyuk ipak yo‘li” o‘tgan Markaziy Osiyo, xususan, O‘zbekiston ham jahon sivilizatsiyasi markazlaridan biri sifatida xalqaro savdo-sotiq munosabatlari rivojining tarixida salmoqli mavqeni egallagan. Markaziy Osiyo hududlarida savdo-iqtisodiy aloqalar va savdo xizmatlarining rivojlanishiga tarixi o‘zining yuksalish cho‘qqilarini hamda inqirozga yuz tutishi jarayonlarini tavsiflanuvchi, insoniyat taraqqiyoti bilan bog‘langan muayyan bosqichlarga bo‘linishini soha olimlari ilmiy asoslagan. Ayniqsa, uning so‘nggi davrida, ya‘ni 1991-yildan hozirgi kungacha, O‘zbekiston Respublikasining mustaqillikka erishgandan so‘ng, savdo xizmatlari sohasida mutlaq yangi davr boshlanib, mustaqil davlat sifatida o‘ziga xos savdo xizmatlarini shakllantirish zaruriyatidan kelib chiqqan holda erkin savdo tizimini yo‘lga qo‘yish bilan ifodalanadi.

Savdo sohasining rivojlanishi xalqaro tajribaga ko‘ra, savdo xususiy, jamoaviy tadbirkorlik, yakka tadbirkorlik, davlat va aralash shakllarda olib borilmoqda. Savdo bu bozor iqtisodiyotining tarkibiy ajralmas qismi hisoblanadi va bunda u “Bozor”ning muhim sohasi sifatida iste‘mol tovarlarini ishlab chiqarishdan iste‘molchilarga oldi-sotdi jarayoni orqali yetkazishdek mukammal funksiyani bajaradi. Savdo jarayonida bozorning barcha elementlari ya‘ni talab va taklif, baho ishtirok etib, raqobat orqali bu elementlar faoliyati muvofiqlashtiriladi.

Shuni qayd qilish lozimki, jahonda amalga oshirilayotgan globallashtirish sharoitida xalqaro savdo va kapitallar harakati, savdoga xos investitsiyalar, axborot texnologiyalarining rivojlanishi mamlakatlarning iqtisodiy o‘sish sur‘atlariga ta‘sir etadi. Natijada savdo tarmoqlarini modernizatsiya qilish, texnik va texnologik jihatdan qayta jihozlash imkoniyatlarini yuzaga keladi. Bu borada Respublikamizda ham iqtisodiyot taraqqiyoti bilan bevosita bog‘langan savdo xizmatlarini tizimini shakllantirish zaruriyati mavjud. Ushbu zaruriyat quyidagilarda o‘z aksini topadi:

- sifatli savdo xizmatlari orqali aholini ijtimoiy himoyalaydi.
- insonlarni yuqori daromad olishga undaydi ya‘ni “yuqori daromad – yuqori savdo kafolati” tamoyili asosida ishlaydi.
- sifatli mahsulotni savdoga chiqarish insonni uzoq umr ko‘rishning garovi ekanligini ta‘kidlaydi;
- yuqori sifatli savdo xizmatlarni davlat byudjeti to‘ldirilishi muhim asosi ekanligini ifodalaydi;

• savdo xizmatlari oqilona tashkil etish respublika aholisini ish bilan ta'minlanishi muhim asos ekanligini belgilashdan iborat.

O'zbekiston Respublikasining innovatsion rivojlanishi sharoitida amalga oshirilayotgan yangi ustuvor iqtisodiy islohotlar savdo xizmatlari samaradorligini oshirishda yangi iqtisodiy munosabatlar va uning yangi zamonaviy shakllari va usullarining, ya'ni "internet savdosi", "onlayn savdo" vujudga kelishiga keng imkoniyatlar ochib beradi. Ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyot, texnika va texnologiyalarning rivoji, xususan, xalqimiz turmush farovonligini yuksaltirishi bilan birga aholining moddiy va ma'naviy ehtiyojlarini ham yuksalib borishiga xizmat qilishi ham savdo xizmatlari bilan bevosita bog'langan. Ma'lumki, O'zbekistonda amalga oshirilayotgan iqtisodiy islohotlar milliy iqtisodiyot samaradorligini oshirishga qaratilgan. Respublikamiz iqtisodiyotining tarkibiy qismi bo'lib hisoblangan savdo xizmatlari sohasi tizimli shakllantirish yangi iqtisodiy imkoniyatlarni vujudga keltiradi.

Savdo xizmatlari rivojlanishini baholashda birinchi navbatda eng keng tarqalgan savdo turi bu chakana savdoning rivojlanish tendensiyasi va unga ta'sir etuvchi omillarni statistik baholash muhim ahamiyatga ega. O'zbekistonda chakana savdo xizmatlarini aks ettiruvchi ko'rsatkich sifatida jon boshiga chakana savdo aylanmasi ko'rsatkichini qabul qilish maqsadga muvofiq. Chakana savdo xizmatlariga ta'sir ko'rsatuvchi omillar sifatida qishloq xo'jaligi mahsuloti, iste'mol narxlari indeksi o'tgan yilning dekabr oyiga nisbatan foizda, jon boshiga real yalpi ichki mahsulot va iste'mol mahsulotlarini ishlab chiqarish hajmi kabi omillar tanlab olindi.

Bunda quyidagi nazariy matematik model kelib chiqadi.

$$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \epsilon$$

Bu yerda:

Y –jon boshiga chakana savdo aylanmasi

X_1 – qishloq xo'jaligi mahsuloti, mlrd. so'm;

X_2 – iste'mol narxlari indeksi o'tgan yilning dekabr oyiga nisbatan foizda;

X_3 –jon boshiga real yalpi ichki mahsulot, so'm;

X_4 – iste'mol mahsulotlarini ishlab chiqarish hajmi,mlrd. so'm;

$\beta_1, \beta_2, \beta_3, \beta_4$ –tegishli koeffitsiyentlar;

α – ozod had;

ϵ –o'lchov xatoligi;

Bunda tadqiqotda quyidagi gipotezani tekshirish maqsad qilingan:

$H_0: \beta_1 \neq 0 \parallel \beta_2 \neq 0 \parallel \beta_3 \neq 0 \parallel \beta_4 \neq 0$, ya'ni modeldagi kamida bitta omillarning Y ga ta'siri 95% ishonchlilik darajasida statistik ahamiyatga ega.

Bunga qarshi gipotezani esa quyidagicha yozish mumkin:

$H_1: \beta_1 = 0 \ \&\& \ \beta_2 = 0 \ \&\& \ \beta_3 = 0 \ \&\& \ \beta_4 = 0$, ya'ni hech bir omilning Y ga ta'siri 95% ishonchlilik darajasida statistik ahamiyatga ega emas.

Tadqiqotning asosiy maqsadi sifatida yuqorida keltirib o'tilgan omillarning jon boshiga chakana savdo aylanmasiga ta'sirini baholash hisoblanadi. Xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirishda savdo xizmatlarining alohida o'rni va ahamiyati mavjud bo'lib ushbu sohani respublikamizda kelgusi taraqqiyoti davlat tomonidan tartibga solish va shu sohani qo'llab-quvvatlashga bog'liq hisoblanadi.

Demak, yuqoridagilardan kelib chiqib iqtisodiy o'zgarishlarning hozirgi bosqichidan asosiy maqsad savdo korxonalarining samarali faoliyat ko'rsatishi uchun qulay shart-sharoitlarni yaratish hisoblanadi. Belgilangan maqsadlarning murakkabligi mustaqil xo'jalik yurituvchi subyekt sifatida tarmoqning bozor mexanizmida asosiy bo'g'inga aylanib borayotgan savdo xizmatlari tushunchaning mohiyati va mazmunini har tomonlama chuqur o'rganish zaruratini keltirib chiqaradi. Ma'lumki, savdoning kelib chiqishi ijtimoiy mehnat taqsimoti natijasida tovar ishlab chiqarishni va tovar muomalasi, ayriboshlashni vujudga kelishi bilan bog'liq. Savdo xizmatlari – iste'mol tovarlari bozorining asosiy segmenti hisoblanadi. U jismoniy va yuridik shaxslarga xizmat ko'rsatadi. Uning vositasida aholi hamda korxonalar, tashkilot va muassasalar u yoki bu tovarlarga bo'lgan talab-ehtiyojlarini qondiradi. Bu yerda sotuvchilar bilan iste'molchilar o'rtasida oldi-sotdi munosabatlari yuz beradi: pul egasi tovar olsa, tovar egasi pul oladi.

Savdo xizmati insonlar hayotini yaxshilashga, aholining bandligini ta'minlashga, daromadlarini oshirish orqali ularning farovonligini yuksaltirishga qaratilganligi bilan izohlanadi. Shu sababli aholining turmush sharoiti sifatini oshirishda iqtisodiyotning muhim tarmog'i hisoblangan savdo sohasining ahamiyati beqiyosdir. Eng muhimi uning taraqqiyoti iste'molchilarning ham talab va ehtiyojlariga bevosita ta'sir ko'rsatadi. Bunday sharoit savdo korxonalarining xizmatlari sifatini tobora oshirib borishda muhim ahamiyat kasb etadi. Savdo xizmatlari sifati, uning moddiy texnika bazasining holati va infratuzilmasi tarkibiga bog'liq. Respublikada savdo moddiy texnika bazasining holati va infratuzilmasini yanada takomillashtirish uchun yetarlicha salohiyat mavjud. Har bir savdo korxonasi xizmatlarning iqtisodiy holatini, u bilan ta'minlanganlikni va ularning samaradorligini tahlil qilish muhim ijtimoiy iqtisodiy ahamiyatga ega. Zero, har bir savdo korxonasi boyligi jamiyat boyligining bir qismi sifatida unga hech kimning befarq bo'lishiga haqqi yo'q. Shu tufayli, mulk shaklidan qat'iy nazar, savdo korxonasi iqtisodiy salohiyatini ifodalovchi ko'rsatkichlarning tahlili savdoning asosiy qismini tashkil qilmog'i lozim.

Savdo xizmatlarining eng muhim vazifalari sifatida ishlab chiqarish korxonalarini xaridorlar bilan aloqa qilishini ta'minlash, buyurtmalar tizimi asosida ishlab chiqarish jarayonini moliyalashtirish va rejalashtirishni yengillashtirish, optimal tovar zaxirasini shakllantirish, iste'molchilar ehtiyojlari to'g'risida ishlab chiqaruvchiga ma'lumot berish va ishlab chiqarish korxonasi bir maromda o'sishini ta'minlash imkoniyati yaraladi va yuqori iqtisodiy natijadorlikni ta'minlaydi.

O'zbekistonda xizmatlar sohasini jadal rivojlantirish, yalpi ichki mahsulotni shakllantirishda xizmatlarning o'rni va ulushini oshirish, ko'rsatilayotgan xizmatlar tarkibini, eng avvalo, ularning zamonaviy yuqori texnologik turlari hisobiga tubdan o'zgartirish bo'yicha tegishli vazifalar 2022-yil 28-yanvar PF-60 sonli O'zbekiston Respublikasi Prezidentining farmoni bilan tasdiqlangan Yangi O'zbekiston taraqqiyot strategiyasida alohida maqsad sifatida ko'rsatib qo'yilgan. Mazkur "Taraqqiyot strategiya"da "Xizmat ko'rsatish va servis sohasini rivojlantirish"[1] natijasida "keyingi 5 yilda xizmat ko'rsatish hajmini 3 baravarga oshirish" va eng

muhim vazifa sifatida “servis sohasida yashirin iqtisodiyot ulushini 3 baravarga qisqartirish” zarurligi qayd etilgan.

Ta’kidlash zarurki ilmiy, ijtimoiy – iqtisodiy nuqtai nazardan ilmiy asarlarda, o’quv va ommabop adabiyotlarda savdo jarayoni, savdo xizmatlari va bozor va savdo to’g’risida har xil ilmiy qarashlar mavjud. Bu borada jahonning yirik marketologi F.Kotler[3] savdo amalga oshiradigan maskan — bozorni “Mavjud va potensial tovar sotib oluvchilar majmuasi”, deb ta’riflaydi. Shuningdek dunyodagi yirik iqtisodchilaridan yana bir guruhi K.R.Makkonell va S.L.Bryular “bozor va savdoni, bir-biriga bog’langan komponent sifatida mahsulot va xizmatni, sotuvchi va sotib oluvchilarni qo’shuvchi mexanizm”[9] deb atashadi. Bu borada AQSH lik olim P.Samuelsinning «Ekonomika» asarida bozorni – “... bozorlar jamiyatni va savdo ishlab chiqarish faoliyatini bog’lovchi mexanizm sifatida namoyon bo’ladi”[2], deb ta’riflaydi.

Rossiyalik olimlardan N.Ushakova¹ va Yu.A.Avanesovalar quyidagicha savdo xizmatlariga ta’rif beradilar, ularning fikricha “Savdoda xizmat ko’rsatish bu–xaridorlarga chakana savdo orqali tovarlar sotish va xizmatlar ko’rsatishdan iborat savdoning yakuniy funksiyasidir” [10].

Yuqorida bayon qilingan xalqaro savdo nazariyalar asosida O‘zbekistondagi soha olimlari chuqur ilmiy izlanishlar olib borgan va ular o‘zlarining bir qator ilmiy qarashlarni bayon qilgan. Iqtisodchi olimlardan N.Tuxliyevni fikricha, “Bozor tovar ishlab chiqarish qonunlari asosida tashkil qilingan savdo — ayriboshlash, tovar va pul muomalasi munosabatlarning yig’indisi, ishlab chiqarish va iste’mol o’rtasidagi muhim bog’lovchi bo’g’indir”[11]deb hisoblaydi.

Shu sohada qator yillar tadqiqotlar olib borgan B.A.Abdukarimov “Savdo – xizmatining alohida turi bo’lib u bir tomondan ishlab chiqaruvchilarga xizmat qiladi, ikkinchi tomondan iste’molchilarga,uchinchi tomondan davlatga xizmat qiladi va to’rtinchidan u boshqa iqtisodiyot tarmoqlari va sohalariga ham xizmat ko’rsatadi ularning xizmatlaridan iste’molchi sifatida foydalanadi va ular bilan aloqada bo’ladi.”[6] deb hisoblaydi. Professor I.Ivatov fikriga ko’ra “Savdoning mohiyati jamiyatni rivojlantiruvchi iqtisodiy qonunlar ko’rinishi shaklida o’z aksini topadi. Shunday ekan, savdoni boshqarish asosida iqtisodiy qonunlar talablarini obyektiv holda ko’ra bilish va unga asosan qarorlar qabul qilish zarur buladi” [8] deb fikr yuritadi. Shuningdek professor Q.Mirzayev “Savdo faoliyatida shakllanadigan iqtisodiy jarayonlar (real hodisalar), sohada qanday vositalar orqali vujudga kelishini aniqlab olishi zarurligida” deb hisoblaydi.

Shuningdek bir qator respublikamiz iqtisodchilari savdo jarayonini bevosita bozor bilan bog’liq holda ifodalaydi. Ularning ta’kidlashicha bozor-ishlab chiqaruvchilar va iste’molchilar (sotuvchilar va xaridorlar) o’rtasida pul orqali ayriboshlash jarayonida vujudga keladigan munosabatlar majmuasi bo’lib, ayniqsa ushbu jarayonda “sanoat tovarlari do’koni, tijoratchilarning savdo shoxobchalari, turli xil supermarketlar, yirik

savdo markazlari va savdo yarmarkalari, umumiy ovqatlanish shoxobchalari bozorning odatdagi ko‘rinishlar hisoblanadi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Yuqorida bayon qilingan xalqaro savdo nazariyalari soha olimlarining chuqur ilmiy izlanishlar natijalari hamda bu yo‘nalishda bir qator ilmiy qarashlar, ilmiy fikrlardan kelib chiqib, o‘z ilmiy xulosalarimizni bayon etdik. Bizning ilmiy xulosamizga ko‘ra, “savdo xizmatlari”, “savdo xizmatlari samaradorligi” tushunchalar bo‘yicha mualliflik ta’riflari bayon etildi.

Bugungi yangi O‘zbekiston iqtisodiyotida tub tarkibiy o‘zgarishlarni amalga oshirish sharoitida savdo korxonalari faoliyatini o‘rganish, ularda savdo xizmatlari bo‘yicha ilmiy tadqiqotlar o‘tkazish, uning muammolarini aniqlash, ularni yechimini topish kabi ishlar murakkab jarayon bo‘lib, ularni hal qilish uchun quyidagilar zarur deb hisoblaymiz:

- savdoning kelib chiqishi, mohiyatini ilmiy asoslangan holda yoritish va undan respublikamiz savdo iqtisodiyoti taraqqiyotida foydalanish;
- savdoning jamiyatdagi tutgan o‘rni, ahamiyatini aniqlab olish hamda uni yanada samaradorligini oshirish yo‘nalishlarini ishlab chiqish;
- savdoda vujudga keladigan iqtisodiy, tashkiliy va boshqarish muammolarini aniqlab olish va ularning yechimi bo‘yicha ilmiy takliflar berish. Bu esa o‘z vaqtida savdo jarayonidagi iqtisodiy munosabatlarini, uning xo‘jalik mexanizmini chuqur bilishni taqozo etadi hamda savdo xizmatlarida ichki imkoniyatlarni ochib beradi;
- sifatli savdoni tashkil qilish, savdoni raqamlashtirish hamda savdo korxonalari va shoxobchalari faoliyatini rivojlantirish tendensiyalarni tahlil qilish va uni yanada taraqqiyoti bo‘yicha ilmiy takliflar ishlab chiqish;
- savdo xizmatlari tashkil qilishni chet el ilg‘or tajribalarini tahlil qilish, ularni ijobiy va respublikamiz iqtisodiyotiga mos tomonlaridan foydalanish mexanizmlarini ishlab chiqish masalalaridan iborat.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022 yil 28 yanvarda PF-60-son bilan tasdiqlangan “2022-2026 yillarga mo‘ljallangan Yangi O‘zbekistonning Taraqqiyot strategiyasi to‘g‘risida”gi Farmoni <https://lex.uz/ru/docs/-5841063>
2. Мерилин и Том Росс. Большие идеи для малого бизнеса в сфере услуг. /Пер. с англ. — М.: Агентство «Файр», 1996.-304 с.
3. Фатреля Ч. Основы торговли / Пер. с англ. — Тольятти: Издательский дом ДОВГАНЬ, 1995. — 720 с.
4. Мате Э. Послепродажное обслуживание: Пер. с франц. / Обх. ред. В. С. Загашвили. -М.: А/О Издательская группа «Прогресс», 1993. -160 с.
5. Фридман А.М. Экономика предприятий торговли и питания потребителского общества. Учебник. -М. «Дишков и К». 2003 -628с.
6. Алешина И. В. Поведение потребителей.-М.: Файр-Пресс, 2000. -384 с.
7. Синецкий Б.И. Основы коммерческой деятельности. М.: Юристь, 1998г.

8. Мингазинова Е.Р., Игнатъева А.А. Теоретические подходы к определению сущности услуг предприятий розничной торговли и их классификация // Бюллетень науки и практики. 2016. №10(11). С. 237-250.

9. Расулев М.Р. Бозор иқтисодиёти асослари. — Т.: Ўзбекистон, 1998. — 380 б.

10. Мухаммедов М.М. и др. Экономика торговли. Самарқанд. 1998. с.282;

11. WTO (2021), World Trade Report 2021: The Future of Services Trade, Geneva: WTO. Trade in services is defined in the General Agreement on Trade in Services (GATS) as comprising four modes of supply: 1 – cross-border supply; 2 – consumption abroad; 3 – commercial presence; and 4 – movement of natural persons
<https://www.kom-dir.ru/article/1457-pokazateli-effektivnosti-deyatelnosti>



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, dekabr, 12-son

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar mas'ul. Tahririyat fikri har vaqt ham mualliflar fikriga mos kelavermasligi mumkin. Tahririyatga yuborilgan materiallar qaytarilmaydi.

Mazkur jurnalda maqolalar chop etish uchun quyidagi havolalarga murojaat qilish mumkin. Ilmiy maqola, ommabop maqola, reklama, hikoya va boshqa ilmiy-ijodiy materiallar yuborishingiz mumkin.

Materiallar va reklamalar pullik asosda chop etiladi.

Elektron pochta: info@marketingjournal.uz
Bot: [@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" davlatlararo standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**