

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 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 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 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 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 STRATEGİYALARIDAN 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 MOLİYAVIY BARQARORLIGINI TA‘MINLASHDA RISK-MENEJMENTDAN FOYDALANISHNING USLUBIY JIHATLARI	428
Madaminov Bekzod Allayarovich	
BANK RISK-MENEJMENTI TIZIMIDA SUN‘IY INTELLEKT TEXNOLOGİYALARIDAN FOYDALANISH	442
Madaminov Bekzod Allayarovich	
XIZMAT KO‘RSATISH SOHASINI BARQAROR RIVOJLANTIRISHDA XALQARO MARKETING STRATEGİYALARIDAN 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 CHIQRISH XARAJATLARINI OPTIMALLASHTIRISH ORQALI RAQOBATBARDOSHLIKNI OSHIRISH	498
Xushvaqtoev Shuhrat Abduraufovich	
FRANCHAYZING SUBYEKTLARI O‘RTASIDAGI KOOPERATSIYANI BAHOLASHNING KO‘P MEZONLI METODIKASINI ISHLAB CHIQRISH 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 CHIQRISH TIZIMI ASOSIDA IQTISODIY SAMARADORLIKNI OSHIRISHNING NAZARIY ASOSLARI.....	572
Esheva Sarvinoz Axmatovna	
TO‘QIMACHILIK KORXONALARIDA ISHLAB CHIQRISHNI BOSHQARISH JARAYONIDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALARNI QO‘LLASH.....	583
Shuxratullayev Elmurod Dilmurod o‘g‘li	

XIZMAT KO'RSATISH SOHASINI BARQAROR RIVOJLANTIRISHDA XALQARO MARKETING STRATEGIYALARIDAN FOYDALANISH

Abduvohidov Behzod

Denov tadbirkorlik va pedagogika instituti
“Raqamli iqtisodiyot” kafedrası o'qituvchisi PhD,

ORCID: 0009-0009-5087-8181

E-mail: bekabduvohidov97@gmail.com

Annotatsiya

Mazkur ilmiy maqolada xizmat ko'rsatish sohasini barqaror rivojlantirishda xalqaro marketing strategiyalaridan foydalanishning nazariy, metodologik va amaliy jihatlari chuqur tahlil qilingan. Tadqiqotda xizmatlar sektorining global iqtisodiyotdagi o'sib borayotgan o'rnini, barqaror rivojlanish konsepsiyasining marketing strategiyalari bilan integratsiyalashuv mexanizmlari ochib berilgan. Tadqiqot jarayonida tizimli tahlil, qiyosiy yondashuv, empirik kuzatuv, ikkilamchi statistik ma'lumotlar tahlili hamda strategik marketing modellari qo'llanilgan. Tadqiqot natijalari xizmat ko'rsatish sohasida raqamli, differensiallashgan va ekologik yo'naltirilgan xalqaro marketing strategiyalarini qo'llash barqaror iqtisodiy o'sish, raqobatbardoshlik va iste'molchi qoniqishini ta'minlashda muhim ahamiyat kasb etishini ko'rsatadi.

Kalit so'zlar: xizmat ko'rsatish sohasi, barqaror rivojlanish, xalqaro marketing strategiyalari, xizmatlar marketingi, global bozor, raqamli marketing, yashil marketing.

Аннотация

В данной научной статье проведён углублённый анализ теоретических, методологических и практических аспектов использования международных маркетинговых стратегий в обеспечении устойчивого развития сферы услуг. В исследовании раскрыта возрастающая роль сектора услуг в глобальной экономике, а также механизмы интеграции концепции устойчивого развития с маркетинговыми стратегиями. В процессе исследования применялись методы системного анализа, сравнительного подхода, эмпирического наблюдения, анализа вторичных статистических данных, а также модели стратегического маркетинга. Результаты исследования свидетельствуют о том, что применение цифровых, дифференцированных и экологически ориентированных международных маркетинговых стратегий в сфере услуг имеет важное значение для обеспечения устойчивого экономического роста, повышения конкурентоспособности и уровня удовлетворённости потребителей.

Ключевые слова: сфера услуг, устойчивое развитие, международные маркетинговые стратегии, маркетинг услуг, глобальный рынок, цифровой маркетинг, зелёный маркетинг.

Abstract

This scientific article provides an in-depth analysis of the theoretical, methodological, and practical aspects of applying international marketing strategies in ensuring the sustainable development of the service sector. The study reveals the growing role of the service sector in the global economy and examines the mechanisms for integrating the concept of sustainable development with marketing strategies. The

research employs systematic analysis, a comparative approach, empirical observation, analysis of secondary statistical data, and strategic marketing models. The findings demonstrate that the implementation of digital, differentiated, and environmentally oriented international marketing strategies in the service sector plays a significant role in ensuring sustainable economic growth, enhancing competitiveness, and increasing consumer satisfaction.

Keywords: service sector, sustainable development, international marketing strategies, services marketing, global market, digital marketing, green marketing.

KIRISH

XXI asrda xizmat ko'rsatish sohasi jahon iqtisodiyotining eng jadal rivojlanayotgan tarmoqlaridan biriga aylandi. Jahon banki va OECD ma'lumotlariga ko'ra, rivojlangan mamlakatlarda xizmatlar sektorining yalpi ichki mahsulotdagi ulushi 70 foizdan ortiqni tashkil etmoqda. Rivojlanayotgan mamlakatlarda ham ushbu ko'rsatkich yil sayin oshib bormoqda.[1]

Globalashuv jarayonlari, transmilliy kompaniyalar faoliyatining kengayishi, raqamli texnologiyalarning joriy etilishi va iste'molchilar xulq-atvoridagi o'zgarishlar xizmatlar bozorida raqobat muhitini keskinlashtirmoqda. Mazkur sharoitda xizmat ko'rsatish sohasini faqat iqtisodiy samaradorlik nuqtai nazaridan emas, balki ekologik va ijtimoiy barqarorlik asosida rivojlantirish dolzarb vazifaga aylandi.

Barqaror rivojlanish tamoyillari xizmatlar marketingida yangi strategik yondashuvlarni talab etadi. Ayniqsa, xalqaro marketing strategiyalarini mahalliy bozor sharoitlariga moslashtirish orqali xizmatlar sifatini oshirish va uzoq muddatli raqobatbardoshlikni ta'minlash muhim ilmiy-amaliy ahamiyatga ega.

Mazkur maqolani asosiy maqsadi – xizmat ko'rsatish sohasini barqaror rivojlantirishda xalqaro marketing strategiyalarining rolini chuqur ilmiy tahlil qilish va ularni qo'llash bo'yicha amaliy takliflar ishlab chiqishdan iborat.

ADABIYOTLAR SHARHI

Xizmatlar marketingi nazariyasi P. Kotler, K. Lovelock, C. Grönroos, Zeithaml va Bitnerlarning ilmiy ishlari asosida shakllangan. Ularning tadqiqotlarida xizmatlarning nomoddiyligi, iste'molchi bilan bevosita aloqadorligi va sifatni subyektiv baholanishi asosiy xususiyatlar sifatida ko'rsatib o'tilgan.[2]

Barqaror rivojlanish konsepsiyasi ilk bor Birlashgan Millatlar Tashkiloti huzuridagi Atrof-muhit va rivojlanish bo'yicha Jahon komissiyasi (Brundtland komissiyasi) tomonidan 1987-yilda e'lon qilingan *Our Common Future* hisobotida ilmiy jihatdan asoslab berilgan. Mazkur hisobotda barqaror rivojlanish "kelajak avlodlarning o'z ehtiyojlarini qondirish imkoniyatlariga putur yetkazmagan holda bugungi avlod ehtiyojlarini qondirish" jarayoni sifatida talqin etiladi. Ushbu yondashuv iqtisodiy o'sish, ekologik muhofaza va ijtimoiy adolat o'rtasidagi muvozanatni ta'minlash zarurligini ilgari suradi.[3]

Keyingi ilmiy tadqiqotlarda barqaror rivojlanish konsepsiyasi "uch ustun" (triple bottom line) modeli asosida rivojlantirilib, unda iqtisodiy samaradorlik, ekologik barqarorlik va ijtimoiy farovonlik o'zaro uzviy bog'liq tizim sifatida qaraladi.

Elkington (1997) ushbu yondashuvni ilmiy jihatdan tizimlashtirib, korxonalar va davlatlar strategiyasida barqarorlikni baholashning muhim metodologik asosini yaratdi.

Xalqaro marketing strategiyalari masalasida Porter (1980) tomonidan ishlab chiqilgan raqobat strategiyalari (xarajatlar yetakchiligi, differensiallashuv va fokuslash) kompaniyalarning global bozorlardagi ustunliklarini ta'minlashda muhim nazariy asos bo'lib xizmat qiladi. Bartlett va Ghoshal (1989) esa transmilliy kompaniyalar faoliyatini tahlil qilish orqali global, multidomestik va transmilliy strategiyalar modelini taklif etib, xalqaro marketing strategiyalarini tizimlashtirdi.[4]

So'nggi yillarda barqaror rivojlanish g'oyalari marketing nazariyasiga chuqur integratsiyalashib, barqarorlikka yo'naltirilgan marketing, ya'ni *sustainable marketing*, *green marketing* va *ethical marketing* tushunchalari mustaqil ilmiy yo'nalish sifatida shakllanmoqda.[5] Bu yondashuvlar kompaniyalarning nafaqat iqtisodiy foyda olishiga, balki ekologik mas'uliyat va ijtimoiy manfaatlarni hisobga olgan holda uzoq muddatli raqobatbardoshlikni ta'minlashiga qaratilgan.[6]

Shu bilan birga, mavjud ilmiy adabiyotlarda xizmatlar sohasida xalqaro marketing strategiyalarini barqaror rivojlanish bilan integratsiyalash masalasi yetarlicha tizimli o'rganilmagan. Bu esa mazkur yo'nalishdagi maqolani ilmiy ahamiyatini belgilaydi.

METODOLOGIYA

Ushbu ilmiy maqolada quyidagi metodologik yondashuvlarga asoslandi:

- deduktiv va induktiv tahlil;
- qiyosiy-statistik usul;
- tizimli va institutsional yondashuv;
- strategik marketing modellarini tahlil qilish.

Tadqiqotda Jahon banki, UNWTO, OECD, Statista ma'lumotlari hamda Google Scholar bazasidagi ilmiy maqolalar ikkilamchi ma'lumotlar manbai sifatida foydalanildi. Tadqiqot natijalarining ishonchliligi va aniqligi xalqaro tan olingan ilmiy manbalar asosida ta'minlandi.

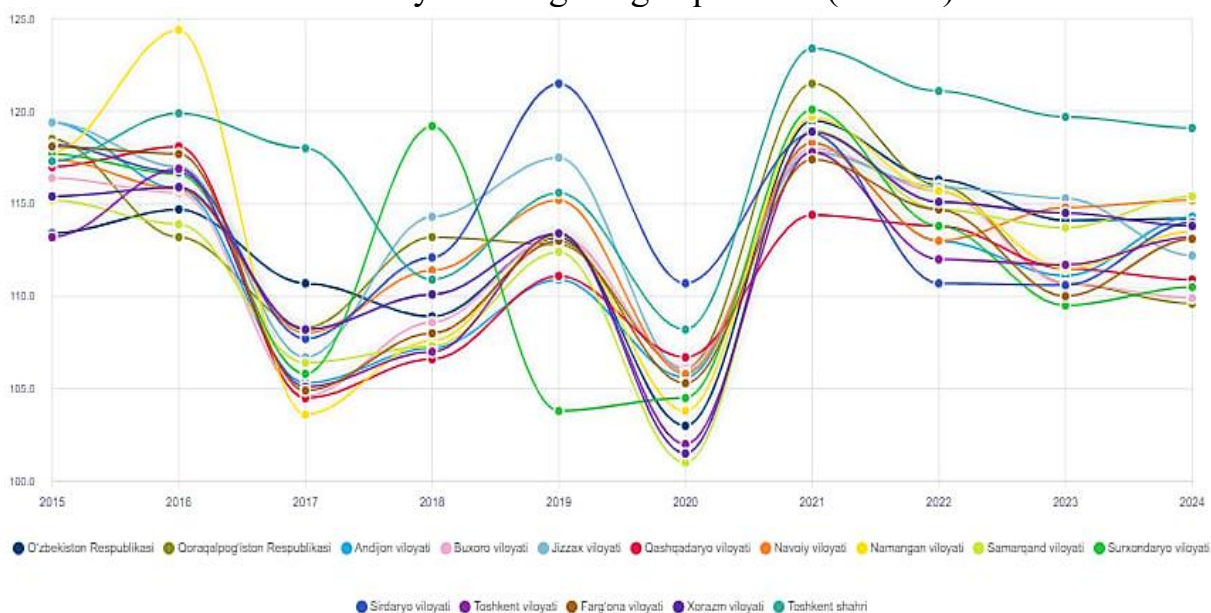
TAHLIL VA NATIJALAR

2010–2024 yillar davomida O'zbekiston Respublikasida bozor xizmatlari o'sish sur'atlari hududlar kesimida nomutanosib, biroq barqaror rivojlanish tendensiyasiga ega ekanini ko'rsatmoqda. Ushbu davrda aksariyat viloyatlarda yillik o'sish sur'atlari 105–125 foiz oralig'ida shakllangan bo'lib, bu xizmatlar sektorining hududiy iqtisodiy rivojlanishda muhim omil ekanini tasdiqlaydi. Mazkur tarixiy dinamikani inobatga olgan holda, yaqin istiqbolda xizmatlar bozorining hududlar bo'yicha rivojlanishi differensial va ixtisoslashgan shaklda davom etishi kutilmoqda (1-rasm).

Prognozlarga ko'ra, kelgusida:

- yirik shaharlar va iqtisodiy markazlarda xizmatlar sektorining o'sish sur'atlari respublika o'rtacha ko'rsatkichidan yuqori bo'lib qoladi;
- nisbatan kam rivojlangan hududlarda o'sish sur'atlari sekinroq, biroq barqaror bo'lishi kutiladi;

– hududlar oʻrtasidagi tafovutlar saqlanib qolgan holda, ularni qisqartirish institutsional va infratuzilmaviy omillarga bogʻliq boʻladi (1-rasm).



1-rasm. Koʻrsatilgan bozor xizmatlarining oʻsish surʼatlari (hududlar kesimida)¹

Umuman olganda, kelgusi yillarda Oʻzbekiston hududlarida bozor xizmatlari barqaror, ammo notekis rivojlanish bosqichiga kiradi. Yirik iqtisodiy markazlar yetakchi oʻrinni saqlab qoladi, qolgan hududlarda esa xizmatlar sektori ichki talab va davlat siyosati taʼsirida bosqichma-bosqich kengayib boradi. Mazkur prognoz hududiy rivojlanish siyosatini shakllantirishda muhim ilmiy-amaliy asos boʻlib xizmat qiladi.

Global marketing strategiyasi xizmatlarni xalqaro miqyosda standartlashtirish va yagona marketing konsepsiyasi asosida ilgari surishni nazarda tutadi. Ushbu strategiya xizmatlar sifatining barqarorligini taʼminlash, brendni global darajada tanitish hamda miqyos iqtisodiyoti (economies of scale) orqali xarajatlarni kamaytirishga xizmat qiladi. Xizmatlar sohasida global marketing strategiyasi asosan bank-moliya, transport-logistika, mehmonxona tarmoqlari va axborot-kommunikatsiya xizmatlarida keng qoʻllaniladi. Ilmiy nuqtai nazardan, global marketing strategiyasi barqaror rivojlanishning iqtisodiy komponenti bilan chambarchas bogʻliq boʻlib, xizmatlar tannarxini pasaytirish va resurslardan samarali foydalanish imkonini beradi.[7]

Differensiallashgan marketing strategiyasi xizmatlarni mahalliy bozor xususiyatlari, madaniy omillar, isteʼmolchilarning ehtiyoj va afzalliklariga moslashtirishga qaratilgan. Ushbu strategiya xizmatlar sohasida isteʼmolchi bilan yaqin aloqani taʼminlash, xizmat sifati va qoniqish darajasini oshirish orqali uzoq muddatli raqobat ustunligini shakllantiradi. Ilmiy tadqiqotlar shuni koʻrsatadiki, differensiallashgan marketing xizmatlar sektorida ijtimoiy barqarorlikni kuchaytiradi, chunki u mahalliy bandlikni oshiradi, hududiy rivojlanishni qoʻllab-quvvatlaydi va madaniy xilma-xillikni saqlashga xizmat qiladi.

¹ Muallif ishlanmasi

Raqamli marketing strategiyasi xizmatlar sohasida onlayn platformalar, mobil ilovalar, sun'iy intellekt va katta ma'lumotlar (Big Data) asosida xizmatlarni ilgari surishni nazarda tutadi. Mazkur strategiya xizmatlar ko'rsatish jarayonlarini tezlashtirish, tranzaksiya xarajatlarini kamaytirish va mijozlar bilan interaktiv aloqani kuchaytirishga xizmat qiladi. Ilmiy jihatdan raqamli marketing strategiyasi barqaror rivojlanishning resurs tejamkorlik komponenti bilan bog'liq bo'lib, qog'oz hujjatlar, vaqt va energiya sarfini qisqartirish orqali ekologik va iqtisodiy samaradorlikni oshiradi.

Yashil marketing strategiyasi ekologik mas'uliyatli xizmatlarni rivojlantirish, atrof-muhitga salbiy ta'sirni minimallashtirish va iste'molchilarda ekologik ongni shakllantirishga qaratilgan. Xizmatlar sohasida yashil marketing energiya tejamkor infratuzilma, ekologik toza texnologiyalar va barqaror servis modellarini joriy etishni nazarda tutadi.[8] Ilmiy tadqiqotlar yashil marketing strategiyasi barqaror rivojlanishning ekologik komponentini mustahkamlashini, shuningdek, korxonalarning uzoq muddatli obro'-e'tiborini oshirishini isbotlamoqda.

Xizmatlar sohasida yuqorida keltirilgan strategiyalarni alohida emas, balki integratsiyalashgan holda qo'llash eng yuqori samaradorlikni ta'minlaydi. Masalan, global marketing standartlari differensiallashgan yondashuv bilan uyg'unlashtirilsa, raqamli va yashil marketing elementlari qo'shilgan holda xizmatlar sektorida iqtisodiy, ijtimoiy va ekologik barqarorlik bir vaqtda ta'minlanadi.

Xizmat ko'rsatish sohasida xalqaro marketing strategiyalarining qo'llanilishi quyidagi asosiy yo'nalishlarda namoyon bo'ladi (1-jadval):

1-jadval

Xizmatlar sohasida xalqaro marketing strategiyalarining barqaror rivojlanishga ta'siri¹

Strategiya turi	Asosiy mazmuni	Barqarorlik komponenti
Global marketing	Standartlashtirilgan xizmatlar	Xarajatlarni kamaytirish
Differensiallashgan marketing	Mahalliy ehtiyojlarga moslashuv	Ijtimoiy barqarorlik
Raqamli marketing	Onlayn xizmatlar va platformalar	Resurs tejamkorlik
Yashil marketing	Ekologik mas'uliyatli xizmatlar	Ekologik barqarorlik

Olingan natijalar xalqaro marketing strategiyalarini xizmat ko'rsatish sohasida qo'llash nafaqat iqtisodiy samaradorlikni oshirishi, balki ijtimoiy va ekologik muvozanatni ta'minlashini ko'rsatdi. Bu esa barqaror rivojlanish konsepsiyasining marketing strategiyalariga chuqur integratsiyasini talab qiladi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Ilmiy tahlil natijalari shuni ko'rsatadiki, xizmatlar sohasida xalqaro marketing strategiyalarining samarali qo'llanilishi iqtisodiy tizimning barqaror rivojlanishini ta'minlashda muhim strategik omil hisoblanadi. Xizmatlar sektorining o'ziga xos

¹ Muallif ishlanmasi

xususiyatlari — nomoddiylik, xizmat sifati barqarorligining murakkabligi hamda iste'molchi ehtiyojlarining tezkor o'zgaruvchanligi — marketing strategiyalarini tanlashda ilmiy asoslangan va moslashuvchan yondashuvni talab etadi. Tadqiqot natijalariga ko'ra quyidagi xulosalar chiqarildi:

- xalqaro marketing strategiyalari xizmat ko'rsatish sohasida barqaror rivojlanishning muhim omili hisoblanadi;
- raqamli va ekologik yo'naltirilgan marketing strategiyalari ustuvor ahamiyatga ega;
- marketing strategiyalarini ishlab chiqishda mahalliy bozor xususiyatlarini inobatga olish zarur.
- xizmat ko'rsatish korxonalarida raqamli marketing platformalarini keng joriy etish;
- ekologik mas'uliyatga asoslangan xizmatlar paketlarini ishlab chiqish;
- xalqaro marketing tajribalarini milliy sharoitga moslashtirish.

Yakuniy xulosa sifatida ta'kidlash joizki, xizmatlar sohasida xalqaro marketing strategiyalarining ilmiy asoslangan joriy etilishi milliy iqtisodiyotning tarkibiy modernizatsiyasini jadallashtiradi, inson kapitali va servis madaniyatini rivojlantiradi hamda barqaror rivojlanishga yo'naltirilgan iqtisodiy siyosatni shakllantirish uchun mustahkam nazariy-amaliy asos bo'lib xizmat qiladi. Ushbu xulosalar kelgusida xizmatlar sektorini rivojlantirish bo'yicha strategik qarorlar qabul qilishda va ilmiy tadqiqotlarni chuqurlashtirishda muhim ahamiyat kasb etadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. OECD, & World Bank. (2020). The service economy: Structural transformation and economic growth in developed and developing countries. World Bank Policy Research Working Paper, No. 9142, 1–28.
2. Zeithaml, V. A. (1985). Problems and strategies in services marketing. Journal of Marketing, 49(2), 33–46.
3. World Commission on Environment and Development. Our common future. – Oxford : Oxford University Press, 1987. – 400 p.
4. Porter M. E. Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors. – New York : Free Press, 1980. – 396 p
5. Peattie K., Crane A. Green marketing: Legend, myth, farce or prophesy? // Qualitative Market Research: An International Journal. – 2005. – Vol. 8, No. 4. – P. 357–370.
6. Belz F. M., Peattie K. Sustainability marketing: A global perspective. – Chichester : John Wiley & Sons, 2012. – 368 p.
7. Levitt T. The Globalization of Markets // Harvard Business Review. – 1983. – Vol. 61, No. 3. – P. 92–102.
8. Abduvohidov B. Mechanisms and business environment for the development of small business and private entrepreneurship in Uzbekistan // MUHANDISLIK VA IQTISODIYOT. – 2025. – T. 3. – №. 1.
9. Kotler P., Keller K. Marketing Management. Pearson, 2020.

10. Lovelock C., Wirtz J. Services Marketing. World Scientific, 2019.
11. Gronroos C. Service Management and Marketing. Wiley, 2018.



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 " Seriyali nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlataro standartlari talablari. Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621