

QURILISH MATERIALLARI SANOATIDA DIVERSIFIKATSIYA DARAJASINI BAHOLASH METODIKASINI TAKOMILLASHTIRISH

Ibragimov Salohiddin Ochilovich

Alfraganus University NOTT
“Menejment va marketing” kafedrası
dotsenti PhD.

Annotatsiya

Maqolada qurilish materiallari sanoatida diversifikatsiya darajasini baholash metodikasini takomillashtirish masalalari tadqiq etilgan. Mavjud baholash indekslarining qiyosiy tahlili amalga oshirilib, ularning asosiy cheklovlari aniqlangan. Mahsulot, texnologik, hududiy va eksport bozorlari diversifikatsiyasini qamrab oluvchi to‘rt komponentli integral diversifikatsiya indeksi taklif etilgan bo‘lib, u vaznli geometrik o‘rtacha usulida hisoblanadi. Metodika O‘zbekiston qurilish materiallari sanoatining 2020-2024 yillardagi ma’lumotlarida aprotatsiyadan o‘tkazilgan va 2030 yilgacha bo‘lgan davr uchun prognoz ishlab chiqilgan.

Kalit so‘zlar: qurilish materiallari sanoati, diversifikatsiya, integral indeks, Herfindal-Hirshman indeksi, Berri indeksi, entropiya indeksi, vaznli geometrik o‘rtacha, iyerarxiyalari tahlili, tarkibiy siljishlar.

Аннотация

В статье исследованы вопросы совершенствования методики оценки уровня диверсификации в промышленности строительных материалов. Проведён сравнительный анализ существующих индексов оценки и выявлены их основные ограничения. Предложен четырёхкомпонентный интегральный индекс диверсификации, охватывающий продуктовую, технологическую, территориальную и экспортно-рыночную составляющие и рассчитываемый методом взвешенного среднего геометрического. Методика апробирована на данных промышленности строительных материалов Узбекистана за 2020-2024 годы, разработан прогноз на период до 2030 года.

Ключевые слова: промышленность строительных материалов, диверсификация, интегральный индекс, индекс Херфиндаля-Хиршмана, индекс Берри, индекс энтропии, взвешенное среднее геометрическое, метод анализа иерархий.

Abstract

The article examines the improvement of the methodology for assessing the level of diversification in the construction materials industry. A comparative analysis of existing measurement indices is carried out and their principal limitations are identified. A four-component integral diversification index is proposed, covering product, technological, territorial and export-market dimensions and computed as a weighted geometric mean. The methodology is tested on data of Uzbekistan’s construction materials industry for 2020-2024, and a forecast up to 2030 is developed.

Keywords: construction materials industry, diversification, integral index, Herfindahl-Hirschman index, Berry index, entropy index, weighted geometric mean, analytic hierarchy process, structural change.

KIRISH

Diversifikatsiya jarayonlarini samarali boshqarish, avvalo, uning darajasini aniq va izchil o'lchashni talab etadi. Baholash metodikasi noto'g'ri tanlangan taqdirda boshqaruv qarorlari noto'liq axborotga asoslanadi: tarmoq tarkibidagi ijobiy siljishlar ko'zga tashlanmay qolishi yoki, aksincha, sun'iy ravishda bo'rttirib ko'rsatilishi mumkin. Shu bois diversifikatsiya darajasini baholash metodikasi boshqaruv metodologiyasining tarkibiy qismi sifatida qaralishi lozim [1].

Qurilish materiallari sanoatida ushbu masala bir qator o'ziga xos jihatlar bilan murakkablashadi. Tarmoq mahsuloti nomenklaturasi nisbatan tor, ishlab chiqarish quvvatlari xomashyo konlari atrofida joylashgani sababli hududiy jihatdan qat'iy bog'langan, eksport esa cheklangan sondagi qo'shni bozorlarga yo'naltirilgan. Bunday sharoitda faqat mahsulot tarkibiga asoslangan bitta indeks tarmoqning haqiqiy diversifikatsiya holatini to'liq aks ettira olmaydi.

Amaldagi statistik va tahliliy amaliyotda, qoida tariqasida, yoki Herfindal-Hirshman indeksi, yoki uning to'ldiruvchisi bo'lgan Berri indeksi qo'llaniladi. Ushbu ko'rsatkichlar mahsulot tarkibining konsentratsiyasini yaxshi o'lchaydi, biroq texnologik, hududiy va bozor jihatlarini qamrab olmaydi. Natijada bir xil Berri indeksiga ega bo'lgan ikki tarmoq haqiqatda diversifikatsiya darajasi bo'yicha sezilarli farq qilishi mumkin.

Tadqiqotning maqsadi qurilish materiallari sanoatida diversifikatsiya darajasini baholash metodikasini takomillashtirish, ya'ni tarmoq xususiyatlarini hisobga oluvchi ko'p komponentli integral ko'rsatkichni ishlab chiqish va uni amaliy sinovdan o'tkazishdan iborat.

Ilmiy yangilik sifatida mahsulot, texnologik, hududiy va eksport bozorlari diversifikatsiyasini yaxlit o'lchovga birlashtiruvchi integral diversifikatsiya indeksi taklif etilgan. Indeksning vaznli geometrik o'rtacha usulida hisoblanishi komponentlar o'rtasidagi to'liq o'zaro kompensatsiyani istisno etadi: biror yo'nalishdagi keskin orqada qolish boshqa yo'nalishlardagi yutuqlar hisobiga «yashirilib» ketmaydi.

ADABIYOTLAR SHARHI

Diversifikatsiyani miqdoriy o'lchash an'anasi ikki manbadan oziqlanadi. Birinchisi - sanoat tashkil etish nazariyasi doirasidagi konsentratsiya o'lchovlari. Ch. Berri tarmoq ulushlari kvadratlari yig'indisining birga to'ldiruvchisi sifatida aniqlanadigan indeksni taklif etgan bo'lib, u o'zining soddaligi va normallashtirilganligi tufayli keng tarqalgan [1]. Ikkinchisi - K. Shennon tomonidan asoslangan axborot nazariyasining entropiya tushunchasi [4], uni A. Jakmen va Ch. Berri diversifikatsiyani o'lchashga moslashtirib, ko'rsatkichni bog'liq va bog'liq bo'lmagan komponentlarga ajratish imkonini bergan [2].

M. Hakbart va D. Anderson iqtisodiy diversifikatsiyani o'lchash usullarini qiyosiy tahlil qilib, hech bir yakka indeks universal emasligini va tanlov tahlil maqsadiga bog'liq ekanini ko'rsatgan [3]. Ushbu xulosa ko'p komponentli yondashuvga o'tish zarurligini asoslovchi muhim metodologik argument hisoblanadi.

Strategik menejment yo'nalishida I. Ansoff diversifikatsiyani «mahsulot-bozor» matritsasida o'sishning alohida strategiyasi sifatida ajratgan [5], R. Rumelt esa bog'liq

diversifikatsiyaning rentabellik jihatidan ustunligini empirik isbotlagan [6]. L. Palich, L. Kardinal va K. Miller metatahlil asosida diversifikatsiya va samaradorlik o'rtasidagi bog'liqlik teskari U-shaklida ekanini aniqlagan [7], bu esa baholash metodikasidan nafaqat darajani o'lchash, balki uni maqbul oraliq bilan taqqoslash imkonini berishi talab etilishini anglatadi.

Makroiqtisodiy darajada J. Imbs va R. Vasyarg diversifikatsiyaning daromad o'sishi bilan chuqurlashib borishini [8], S. Idalgo va R. Hausmann esa yangi mahsulot turlarini o'zlashtirish mavjud salohiyatga texnologik jihatdan yaqin yo'nalishlarda yuz berishini asoslagan [9]. Mahalliy tadqiqotlarda sanoatni modernizatsiya qilish va klasterlash masalalari keng yoritilgan [13; 14], biroq qurilish materiallari sanoati xususiyatlarini hisobga oluvchi integral baholash metodikasi ishlab chiqilmagan. Mazkur tadqiqot ushbu bo'shliqni to'ldirishga qaratilgan.

METODOLOGIYA

Tadqiqotda bir qator o'zaro to'ldiruvchi usullardan foydalanilgan. Tizimli-strukturaviy tahlil diversifikatsiyani ko'p o'lchovli hodisa sifatida tasavvur qilish va uning tarkibiy komponentlarini ajratish imkonini berdi. Qiyosiy tahlil mavjud indekslarning afzallik va cheklovlarini bir xil mezonlar (hisoblash bazasi, normallashtirish, talqin qulayligi, komponentlarga ajratilishi) bo'yicha baholashga xizmat qildi. Indeksli baholash usuli har bir komponent subindeksini hisoblashda, iyerarxiyalari tahlili usuli (AHP) esa komponentlarning nisbiy ahamiyatini aniqlashda qo'llanildi. Yakuniy bosqichda trend modellari asosida prognozlash amalga oshirildi.

Axborot bazasini uchta manba guruhi tashkil etadi. Birinchisi - O'zbekiston Respublikasi Statistika agentligining 2020-2024 yillar uchun sanoat mahsuloti ishlab chiqarish, uning mahsulot guruhlari va hududlar kesimidagi tarkibi hamda tashqi savdo bo'yicha rasmiy ma'lumotlari. Ikkinchisi - tarmoq vazirliklari va idoralarining yillik hisobotlari, jumladan korxonalarning texnologik yo'nalishlari bo'yicha ma'lumotlari. Uchinchisi - UNIDO, Jahon banki va OECD ning sanoat rivojlanishi va tarkibiy o'zgarishlar bo'yicha xalqaro tahliliy materiallari. Hisob-kitoblarda tarmoq mahsuloti to'qqizta yiriklashtirilgan guruhga ajratilgan; guruhlash mahsulotlarning texnologik yaqinligi va statistik hisobotning amaldagi tasnifi asosida amalga oshirilgan.

Dastlabki bosqichda mavjud baholash indekslarining qiyosiy tahlili amalga oshirildi (1-jadval).

Tahlilda sanab o'tilgan ko'rsatkichlarning barchasi diversifikatsiyaning bitta - mahsulot yoki hududiy - o'lchovini qamrab oladi. Ularni alohida qo'llash tarmoq holatini bir tomonlama aks ettiradi, bir vaqtda qo'llash esa natijalarni yaxlit talqin qilish muammosini keltirib chiqaradi. Shu sababli metodikani takomillashtirishning asosiy yo'nalishi sifatida komponentlarni yagona integral o'lchovga birlashtirish tanlandi.

1-jadval

Diversifikatsiya darajasini baholashda qo'llaniladigan indekslarning qiyosiy tahlili¹

№	Indeks (muallif, yil)	Hisoblash formulasi	Afzalliklari	Cheklovlari
1	Herfindal-Hirshman indeksi (HHI)	$HHI = \sum_{i=1}^n s_i^2$	Hisoblash soddaligi, xalqaro taqqoslanuvchanlik, antimonopol amaliyotda sinalganlik	Faqat konsentratsiyani o'ldhaydi; guruhlar sonining ortishiga kam sezgir
2	Berri indeksi (Ch. Berry, 1971)	$BI = 1 - \sum_{i=1}^n s_i^2$	0-1 oralig'ida normallashtirilgan, talqini sodda, dinamikada qulay	Yirik guruhlar ustunligini yetarli darajada jazolamaydi
3	Entropiya indeksi (A. Jacquemin, Ch. Berry, 1979)	$E = - \sum_{i=1}^n s_i \ln(s_i)$	Guruhlar soni va taqsimot tekisligini bir vaqtda hisobga oladi; komponentlarga ajratiladi	Yuqori chegarasi guruhlar soniga bog'liq, turli obyektlarni bevosita taqqoslab bo'lmaydi
4	Nisbiy entropiya	$NE = \frac{E}{\ln n}$	Turli sondagi mahsulot guruhlariga ega obyektlarni taqqoslash imkonini beradi	Diversifikatsiya yo'nalishlari va sifat jihatlari hisobga olinmaydi
5	Mutaxassislashuv koeffitsiyenti (LQ)	$LQ = \frac{s_i^r}{s_i^n}$	Hududiy kesimda ixtisoslashuv darajasini aniqlaydi	Tarmoqning umumiy diversifikatsiya darajasini yaxlit baholamaydi

Taklif etilgan metodika. Takomillashtirilgan metodika to'rt komponentdan iborat bo'lib, ularning har biri tarmoq diversifikatsiyasining mustaqil o'lchovini aks ettiradi (2-jadval). Komponentlarning og'irlik koeffitsiyentlari iyerarxiyalari tahlili usuli orqali, 12 nafar mutaxassis ishtirokidagi ekspertlar so'rovi natijalari asosida aniqlangan; juft taqqoslash matritsasining moslik nisbati $CR = 0,061$ bo'lib, maqbul chegara (0,10) dan past [10].

Har bir komponentning subindeksi dastlab 0-1 oralig'iga normallashtiriladi. Normallashtirish quyidagi formula asosida amalga oshiriladi:

$$I_j = \frac{x_j - x_j^{\min}}{x_j^{\max} - x_j^{\min}}$$

¹ Manba: [1]; [2]; [3]; [4] manbalari asosida muallif tomonidan tuzilgan.

bu yerda x_j - j -komponentning joriy qiymati, $x_j^{\min}$ va $x_j^{\max}$ esa mos ravishda uning nazariy yoki etalon minimal va maksimal chegaralarini ifodalaydi. Shundan so'ng integral diversifikatsiya indeksi (IDI) vaznli geometrik o'rtacha asosida quyidagi ko'rinishda hisoblanadi:

$$IDI = \prod_{j=1}^4 (I_j)^{w_j} \sum_{j=1}^4 w_j = 1,$$

2-jadval.

Integral diversifikatsiya indeksi komponentlari va ularning og'irlik koeffitsiyentlari¹

№	Komponent	Mazmuni	Bazaviy ko'rsatkich	Og'irlik (w_j)
1	Mahsulot diversifikatsiyasi (I_1)	Tarmoq mahsuloti tarkibining mahsulot guruhlari bo'yicha taqsimlanishi	Mahsulot guruhlari bo'yicha hisoblangan Berri indeksi	0,35
2	Texnologik diversifikatsiya (I_2)	Korxonalarining bir nechta texnologik yo'nalishni egallash darajasi	Ikki va undan ortiq mahsulot liniyasiga ega korxonalar ulushi	0,25
3	Hududiy diversifikatsiya (I_3)	Ishlab chiqarish quvvatlarining hududlar bo'yicha joylashuvi	Viloyatlar kesimida hisoblangan Berri indeksi	0,20
4	Eksport bozorlari diversifikatsiyasi (I_4)	Eksportning mamlakatlar bo'yicha tarqoqligi	Eksport yo'nalishlari bo'yicha Berri indeksi	0,20
	Jami	-	-	1,00

Geometrik o'rtacha usulining arifmetik o'rtachaga nisbatan ustunligi shundaki, komponentlardan birining qiymati nolga yaqinlashganda integral ko'rsatkich ham sezilarli darajada pasayadi. Mazkur yondashuv tarmoqdagi "tor joy" larni yashirish imkonini bermaydi. Masalan, mahsulot diversifikatsiyasi yuqori bo'lsa-da, texnologik diversifikatsiya past bo'lgan tarmoq yuqori integral bahoga ega bo'la olmaydi.

Hisoblangan IDI qiymatlarini talqin qilish uchun quyidagi baholash shkalasi taklif etiladi: IDI < 0,40 - diversifikatsiyaning juda past darajasi (kuchli konsentratsiya); 0,40-0,55 - past daraja; 0,55-0,70 - o'rtacha daraja; 0,70-0,85 - yuqori daraja; IDI > 0,85 - diversifikatsiyaning juda yuqori darajasi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Taklif etilgan metodika O'zbekiston qurilish materiallari sanoatining 2020-2024 yillardagi ma'lumotlarida aprobatsiyadan o'tkazildi, shuningdek 2020-2024 yillar dinamikasi asosida qurilgan trend modellari yordamida 2030 yilgacha prognoz ishlab chiqildi (3-jadval).

¹ Manba: ekspertlar so'rovi natijalari asosida muallif tomonidan ishlab chiqilgan.

3-jadval.
Qurilish materiallari sanoati diversifikatsiya darajasini integral baholash natijalari¹

№	Ko'rsatkich	2020-yil	2024-yil	2030-yil (prognoz)
1	Mahsulot diversifikatsiyasi (I_1)	0,774	0,821	0,872
2	Texnologik diversifikatsiya (I_2)	0,412	0,528	0,690
3	Hududiy diversifikatsiya (I_3)	0,796	0,834	0,868
4	Eksport bozorlari diversifikatsiyasi (I_4)	0,548	0,637	0,741
5	Integral diversifikatsiya indeksi (IDI)	0,620	0,701	0,795
6	Qiyosan: vaznli arifmetik o'rtacha	0,643	0,714	0,799
7	Ikki usul farqi	0,023	0,013	0,004

Hisob-kitoblar natijasida integral diversifikatsiya indeksi 2020 yilda 0,620 ni, 2024 yilda esa 0,701 ni tashkil etgani aniqlandi. Ko'rsatkichning 0,081 birlikka (13,1 foizga) o'sishi tarmoqda diversifikatsiya jarayonining ijobiy yo'nalishda kechayotganini tasdiqlaydi: 2024 yilga kelib tarmoq «o'rtacha» darajadan «yuqori» darajaning quyi chegarasiga o'tgan.

Komponentlar kesimidagi tahlil muhimroq xulosa beradi. Mahsulot va hududiy diversifikatsiya subindekslari (0,821 va 0,834) nisbatan yuqori bo'lsa-da, texnologik diversifikatsiya subindeksi 0,528 darajasida qolmoqda va aynan u integral ko'rsatkichni tortib turuvchi asosiy omil hisoblanadi. Bu natija tarmoq korxonalarining sezilarli qismi bitta texnologik yo'nalish doirasida faoliyat yuritayotganini ko'rsatadi.

Vaznli geometrik va arifmetik o'rtachalar qiymati o'rtasidagi farqning dinamikasi (2020 yilda 0,023, 2024 yilda 0,013, 2030 yilda 0,004) metodikaning diagnostik imkoniyatini namoyish etadi. Farqning qisqarib borishi komponentlar o'rtasidagi nomutanosiblikning kamayib borayotganini anglatadi. Aksincha, farqning kengayishi tarmoqda biror yo'nalish bo'yicha keskin orqada qolish yuzaga kelganidan ogohlantiruvchi signal bo'lib xizmat qiladi. Arifmetik o'rtacha bunday signalni bermaydi, chunki u komponentlarning to'liq o'zaro kompensatsiyasiga yo'l qo'yadi.

Prognoz natijalariga ko'ra, barcha komponentlar bo'yicha maqsadli chora-tadbirlar amalga oshirilgan taqdirda integral indeks 2030 yilga kelib 0,795 ga yetishi mumkin. Bunda eng katta hissa texnologik diversifikatsiya subindeksining 0,528 dan 0,690 gacha o'sishi hisobiga shakllanadi, ya'ni resurslarni aynan ushbu yo'nalishga yo'naltirish integral ko'rsatkichning ortishida eng yuqori samarani beradi. Shu bilan birga, L. Palich va boshqalar asoslagan teskari U-shaklidagi bog'liqlikni hisobga olgan holda [7], diversifikatsiyani cheksiz chuqurlashtirish maqsad qilib qo'yilmasligi, tarmoq uchun maqbul oraliq 0,78-0,85 doirasida belgilanishi lozim.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Birinchidan, qurilish materiallari sanoatida diversifikatsiya darajasini bitta indeks orqali baholash yetarli emas. Mavjud ko'rsatkichlarning har biri diversifikatsiyaning

¹ Manba: muallif hisob-kitoblari.

faqat bitta o'lovini qamrab oladi, shu bois metodikani takomillashtirishning asosiy yo'nalishi komponentlarni yagona integral o'lovga birlashtirishdan iborat.

Ikkinchidan, taklif etilgan to'rt komponentli integral diversifikatsiya indeksi mahsulot, texnologik, hududiy va eksport bozorlari jihatlarini qamrab olib, tarmoq holatini yaxlit baholash imkonini beradi. Indeksning vaznli geometrik o'rtacha usulida hisoblanishi komponentlar o'rtasidagi to'liq kompensatsiyani istisno etadi.

Uchinchidan, aprobatsiya natijalari 2020-2024 yillarda tarmoq diversifikatsiya darajasining 0,620 dan 0,701 gacha o'sganini ko'rsatdi. Asosiy cheklovchi omil sifatida texnologik diversifikatsiyaning past darajasi (0,528) aniqlandi.

To'rtinchidan, geometrik va arifmetik o'rtachalar farqi mustaqil diagnostik ko'rsatkich sifatida qo'llanilishi mumkin: uning kengayishi tarmoqda nomutanosiblik kuchayganidan ogohlantiradi.

Tadqiqot natijalari asosida quyidagi takliflar ishlab chiqildi:

- integral diversifikatsiya indeksini Statistika agentligining tarmoq tahlili amaliyotiga yillik monitoring ko'rsatkichi sifatida kiritish;
- komponent subindekslari bo'yicha alohida maqsadli qiymatlarni belgilash va resurslarni eng past subindeksga ega yo'nalishga ustuvor tarzda yo'naltirish;
- yirik investitsiya loyihalarini ko'rib chiqishda ularning integral indeks va uning komponentlariga ta'sirini oldindan hisoblash tartibini joriy etish;
- og'irlik koeffitsiyentlarini kamida uch yilda bir marta ekspertlar so'rovi asosida qayta ko'rib chiqish, chunki tarmoq rivojlanishi bilan komponentlarning nisbiy ahamiyati o'zgaradi;
- metodikani qo'shni tarmoqlarga (kimyo, metallurgiya, yengil sanoat) moslashtirish imkoniyatlarini o'rganish.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Berry C.H. Corporate Growth and Diversification // Journal of Law and Economics. - 1971. - Vol. 14, No. 2. - P. 371-383.
2. Jacquemin A.P., Berry C.H. Entropy Measure of Diversification and Corporate Growth // The Journal of Industrial Economics. - 1979. - Vol. 27, No. 4. - P. 359-369.
3. Hackbart M.M., Anderson D.A. On Measuring Economic Diversification // Land Economics. - 1975. - Vol. 51, No. 4. - P. 374-378.
4. Shannon C.E. A Mathematical Theory of Communication // Bell System Technical Journal. - 1948. - Vol. 27. - P. 379-423.
5. Ansoff H.I. Strategies for Diversification // Harvard Business Review. - 1957. - Vol. 35, No. 5. - P. 113-124.
6. Rumelt R.P. Strategy, Structure and Economic Performance. - Boston: Harvard Business School Press, 1974. - 235 p.
7. Palich L.E., Cardinal L.B., Miller C.C. Curvilinearity in the Diversification-Performance Linkage // Strategic Management Journal. - 2000. - Vol. 21, No. 2. - P. 155-174.
8. Imbs J., Wacziarg R. Stages of Diversification // American Economic Review. - 2003. - Vol. 93, No. 1. - P. 63-86.

9. Hidalgo C.A., Klinger B., Barabási A.-L., Hausmann R. The Product Space Conditions the Development of Nations // Science. - 2007. - Vol. 317. - P. 482-487.
10. Saaty T.L. The Analytic Hierarchy Process: Planning, Priority Setting, Resource Allocation. - New York: McGraw-Hill, 1980. - 287 p.
11. UNIDO. Industrial Development Report 2024: Turning Challenges into Sustainable Solutions. - Vienna: UNIDO, 2024. - 214 p.
12. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi PF-60-son «2022-2026 yillarga mo‘ljallangan Yangi O‘zbekiston taraqqiyot strategiyasi to‘g‘risida”gi Farmoni - <https://lex.uz/docs/5841063>
13. Xo‘jayev N.X., Tursunov B.A. O‘zbekiston sanoatini modernizatsiya qilishning institutsional mexanizmlari. - Toshkent: TDIU nashriyoti, 2021. - 248 b.
14. Qodirov A.A. Qurilish materiallari sanoatida klaster tizimi: nazariya va amaliyot // Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar. - 2023. - №1. - B. 62-75.
15. Ibragimov S.O. Qurilish materiallari sanoatida ishlab chiqarishni modernizatsiya qilish va raqobatbardoshlikni oshirishning iqtisodiy mexanizmlari. URL: <https://marketingjournal.uz/index.php/mj/uz/article/view/1818>
16. O‘zbekiston Respublikasi Statistika agentligi. Sanoat mahsuloti ishlab chiqarish bo‘yicha statistik ma’lumotlar to‘plami. - Toshkent, 2025. URL: <https://stat.uz>



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, iyun, 6-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 362/5 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**. GOCT 7.56-2002 "Seriya nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlaro standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**