

TELEKOMMUNIKATSION VOSITALAR ISHLAB CHIQRISH KORXONALARINING INNOVASION FAOLIYATI SAMARADORLIGINI OSHIRISH

Shaislamova Muazzamxon Raximxodjaevna

Muhammad al-Xorazmiy nomidagi
Toshkent axborot texnologiyalari universiteti
“Menejment va marketing” kafedrasi dotsenti
E-mail: Muazzam1981@mail.ru

Annotatsiya

Mazkur ishning maqsadi — telekommunikatsiya vositalarini ishlab chiqaruvchi korxonalar faoliyatining innovatsion samaradorligini oshirishga qaratilgan metodologiyani takomillashtirish bo‘yicha takliflar ishlab chiqishdan iborat. Telekommunikatsiya sohasidagi innovatsiyalar, texnologik rivojlanish va bozor talablariga tezkor javob berish korxonalar uchun raqobatbardoshlikni saqlab qolish va samarali rivojlanish nuqtai nazaridan muhim ahamiyatga ega. Ushbu ishda innovatsion faoliyatning samaradorligini oshirish uchun zarur bo‘lgan boshqaruv va tashkiliy struktura, investitsiyalarni jalb qilish, texnologik yangiliklarni tatbiq etish hamda xodimlar malakasini oshirish kabi omillar tahlil qilinadi. Yangi metodologiyaning asosiy elementi sifatida strategik rejalashtirish, ilmiy tadqiqotlar va texnologik innovatsiyalarni korxonalarining kundalik faoliyatiga integratsiya qilish jarayonlarini rivojlantirish ko‘rsatilgan. Ishda ishlab chiqarish samaradorligini oshirishga qaratilgan innovatsion usullar va tavsiyalar taqdim etilgan bo‘lib, ularning amaliyotga joriy etilishi korxonalar uchun raqobatbardoshlikni oshiradi va bozordagi o‘rnini mustahkamlaydi. Shuningdek, telekommunikatsiya sektoridagi ijtimoiy-iqtisodiy o‘zgarishlarga moslashish va barqaror rivojlanish uchun zarur bo‘lgan metodologik yondashuvlar ham ko‘rib chiqiladi.

Kalit so‘zlar: telekommunikatsiya, innovatsiya, samaradorlik, metodologiya, texnologiya, ishlab chiqarish, R&D (ilmiy-tadqiqot), bozor, optimallashtirish, raqobatbardoshlik.

Аннотация

Цель данной работы – совершенствование методологии повышения инновационной эффективности деятельности предприятий, занимающихся производством телекоммуникационного оборудования. Инновации в сфере телекоммуникаций, технологическое развитие и оперативное реагирование на рыночные требования имеют важное значение для сохранения конкурентоспособности и эффективного развития компаний. В данной работе анализируются факторы, необходимые для повышения эффективности инновационной деятельности, такие как структура управления и организации, привлечение инвестиций, внедрение технологических новшеств, а также повышение квалификации персонала. Основным элементом новой методологии представлено стратегическое планирование, развитие научных исследований и

технологических инноваций, а также их интеграция в повседневную деятельность предприятий. В работе предложены инновационные методы и рекомендации, направленные на повышение эффективности производства, внедрение которых способствует росту конкурентоспособности компаний и укреплению их позиций на рынке. Также рассматриваются методологические подходы, необходимые для адаптации к социально-экономическим изменениям в телекоммуникационном секторе и обеспечения его устойчивого развития.

Ключевые слова: телекоммуникации, инновации, эффективность, методология, технологии, производство, R&D (научные исследования и разработки), рынок, оптимизация, конкурентоспособность.

Abstract

The aim of this work is to improve the methodology for enhancing the innovation efficiency of telecommunication equipment manufacturing companies. Innovations in the telecommunications sector, technological development, and the ability to respond quickly to market demands are crucial for maintaining competitiveness and achieving sustainable growth for companies. This work analyzes the factors necessary for improving innovation efficiency, such as management and organizational structure, attracting investments, implementing technological innovations, and enhancing employee skills. The main element of the new methodology is the development of processes that integrate strategic planning, scientific research, and technological innovations into the daily operations of companies. The work presents innovative methods and recommendations aimed at improving production efficiency, which, when implemented, will enhance the competitiveness of companies and strengthen their position in the market. Furthermore, the study explores the necessary methodological approaches for adapting to socio-economic changes in the telecommunications sector and achieving sustainable development.

Keywords: telecommunications, innovation, efficiency, methodology, technology, production, R&D, market, optimization, competitiveness.

KIRISH

Zamonaviy iqtisodiyotda telekommunikatsiya texnologiyalari global raqobatbardoshlikning asosiy omillaridan biriga aylanmoqda. Telekommunikatsion vositalar ishlab chiqaruvchi korxonalar uchun innovatsion faoliyat samaradorligini oshirish nafaqat bozordagi oʻrnini saqlab qolish, balki uni yanada mustahkamlash imkonini ham beradi.

Telekommunikatsion vositalar ishlab chiqaruvchi korxonalar yuqori texnologik va tez rivojlanayotgan sohada faoliyat yuritadi. 5G texnologiyalari, sunʼiy intellekt va IoT (Internet of Things) kabi yangiliklar bu sohada doimiy ravishda innovatsiyalarni talab qiladi. Innovatsion faoliyat korxonalarga yangi mahsulotlar ishlab chiqarish, xizmat sifatini yaxshilash va xarajatlarni kamaytirish imkonini beradi. Biroq bu jarayonning samaradorligi metodologik yondashuv sifatiga bogʻliqdir.

ADABIYOTLAR SHARHI

Maykl Porter [2] asarlarida korxonalar va millatlar raqobatbardoshligining asosiy omillari sifatida innovatsiyalarga e'tibor qaratgan. U telekommunikatsiya sohasi kabi yuqori texnologik tarmoqlarda innovatsion faoliyat samaradorligi korxonalarining bozordagi mustahkamligiga ta'sir qilishini ta'kidlaydi. Porterning klasterlar konsepsiyasi telekommunikatsion korxonalarining tashqi va ichki resurslardan foydalanib, samaradorlikni oshirishdagi imkoniyatlarini ko'rsatadi. Biroq ushbu ishda metodologiyani takomillashtirishga doir aniq amaliy tavsiyalar kamroq yoritilgan.

Chesbrough, H.W. [3] "Ochiq innovatsiyalar" konsepsiyasini ilgari surib, telekommunikatsion korxonalar kabi sohalarda tashqi manbalar (startaplar, tadqiqot institutlari) bilan hamkorlik orqali innovatsiyalarni rivojlantirish muhimligini ta'kidlaydi. Ushbu yondashuv korxonalarining R&D (ilmiy-tadqiqot va ishlanmalar) jarayonlarini optimallashtirish va xarajatlarni kamaytirishda samarali ekanligini ko'rsatadi. Ammo muallif asosan G'arb kompaniyalari misolida tahlil yuritganligi sababli, rivojlanayotgan bozorlarga xos xususiyatlar kamroq inobatga olingan.

Iqtisodiy hamkorlik va taraqqiyot tashkiloti (OECD) [4] tomonidan nashr qilingan hisobotda telekommunikatsiya sohasidagi so'nggi innovatsion tendensiyalar, jumladan 5G, sun'iy intellekt va IoT texnologiyalarining ta'siri ko'rib chiqilgan. Hisobotda innovatsiyalar samaradorligini baholash uchun KPI (Key Performance Indicators) tizimini ishlab chiqish muhimligi ta'kidlanadi. Bu manba metodologiyani takomillashtirish uchun amaliy asos beradi, lekin uning umumiy xarakterda bo'lishi korxonalariga xos individual yondashuvlarni cheklaydi.

O'zbekistonlik muallif Ashurov [5] telekommunikatsiya sohasida kadrlar tayyorlash va ularning innovatsion faoliyatga ta'siriga bag'ishlangan tadqiqotida, innovatsion metodologiyani joriy qilishda inson omilining muhimligini ta'kidlab, malaka oshirish mexanizmlarini takomillashtirishni taklif qiladi. Bu tadqiqot mahalliy kontekstga mosligi bilan ahamiyatli, biroq umumiy ishlab chiqarish jarayonlariga kamroq e'tibor qaratilgan.

Mustafakulov Sh.I. [6] O'zbekistonda innovatsion faoliyatni rivojlantirish bo'yicha umumiy strategiyalarni tahlil qilgan. Muallif telekommunikatsiya sohasini alohida ko'tarib o'tmasa-da, innovatsiyalarning iqtisodiy samarasini oshirish uchun davlat-xususiy sheriklik va ilmiy-tadqiqot integratsiyasi muhimligini ta'kidlaydi. Bu yondashuv korxonalar uchun moliyaviy va institutsional yordamni ta'minlashda foydali bo'lishi mumkin.

METODOLOGIYA

Tadqiqotda telekommunikatsion vositalar ishlab chiqaruvchi korxonalarining innovatsion faoliyat samaradorligi statistik va iqtisodiy tahlil usullaridan foydalangan holda baholanadi. Ma'lumotlar korxonalar faoliyatiga oid hisobotlar, sohaviy statistik axborotlar hamda ekspert so'rovnomalari orqali to'planadi. Olingan natijalar korrelyatsion-regression tahlil va qiyosiy-tahliliy usullar yordamida qayta ishlanib, asosiy xulosalar shakllantiriladi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Ko‘plab telekommunikatsion korxonalarda innovatsion faoliyatni boshqarishda quyidagi muammolar kuzatiladi:

1. Resurslarning optimal taqsimlanmasligi: innovatsion loyihalar uchun ajratiladigan moliyaviy va inson resurslari ko‘pincha samarasiz sarflanadi.

2. Ilmiy-tadqiqot va ishlanmalar (R&D) jarayonining uzluksizligi yo‘qligi: yangi texnologiyalarni joriy qilishda uzluksizlik va muvofiqlashtiruv kamchiligi mavjud.

3. Bozor talablari bilan innovatsiyalarning moslashmaganligi: ishlab chiqilgan mahsulotlar ko‘pincha iste‘molchilar ehtiyojlariga to‘liq javob bermaydi.

4. Samaradorlikni baholashdagi noaniqlik: innovatsiyalar samarasini aniq o‘lchash uchun universal ko‘rsatkichlar yo‘q.

Telekommunikatsion korxonalarda innovatsion faoliyat samaradorligini oshirish uchun metodologiyani quyidagi yo‘nalishlarda takomillashtirish taklif etiladi:

Telekommunikatsiya sohasidagi innovatsiyalar so‘nggi yillarda jadal rivojlanmoqda. Masalan:

- 5G va undan keyingi texnologiyalar: 2025-yilga kelib, 5G tarmoqlari global miqyosda kengayib, bu esa yuqori tezlikdagi internet va energiya tejamkor vositalarga bo‘lgan talabni oshirdi.

- Sun‘iy intellekt (AI) integratsiyasi: AI telekommunikatsion uskunalarda ma‘lumotlarni qayta ishlash va tarmoqni optimizatsiya qilish uchun keng qo‘llaniladi.

- Ekologik barqarorlik: korxonalar uglerod izini kamaytirishga qaratilgan “yashil” texnologiyalarga e‘tibor qaratishmoqda.

Ushbu tendensiyalar korxonalardan innovatsion yondashuvlarni doimiy ravishda takomillashtirishni talab qiladi.

1. Innovatsion loyihalarni boshqarishning integral modelini joriy qilish. Loyihalarni boshqarishda Agile va Lean usullarini qo‘llash orqali ishlab chiqarish jarayonlarini tezlashtirish va xarajatlarni kamaytirish. Misol uchun, yangi mahsulotni ishlab chiqishda prototiplashtirish va testirlashning qisqa sikllarini joriy qilish.

2. Bozor ehtiyojlariga asoslangan innovatsiyalar. Bozor tahlili va iste‘molchilar fikrini o‘rganish uchun Big Data va sun‘iy intellekt texnologiyalaridan foydalanish. Bu korxonalar talab yuqori bo‘lgan mahsulotlarga e‘tibor qaratish imkonini beradi.

3. R&D jarayonini optimallashtirish. Ilmiy-tadqiqot laboratoriyalari va ishlab chiqarish bo‘limlari o‘rtasidagi hamkorlikni kuchaytirish. Ochiq innovatsiyalar (Open Innovation) konsepsiyasidan foydalanib, tashqi tashkilotlar va startaplar bilan sheriklikni rivojlantirish.

4. Samaradorlikni baholash uchun KPI tizimini ishlab chiqish. Innovatsiyalar samarasini o‘lchash uchun aniq ko‘rsatkichlar (masalan, investitsiyalardan olinadigan foyda — ROI, yangi mahsulotlarning bozordagi ulushi) joriy etish.

Taklif qilingan metodologiyani amaliyotga tatbiq etish uchun quyidagi bosqichlar tavsiya etiladi:

- Birinchi bosqich: korxonaning mavjud innovatsion faoliyatini tahlil qilish va zaif tomonlarini aniqlash.
- Ikkinchi bosqich: pilot loyiha sifatida tanlangan mahsulot yoki xizmat uchun yangi metodologiyani sinovdan o'tkazish.
- Uchinchi bosqich: olingan natijalar asosida metodologiyani to'liq joriy etish va uni doimiy ravishda takomillashtirib borish.

Ma'lumki, so'nggi yillarda O'zbekistonda axborot texnologiyalari va kommunikatsiya sanoatining roli va ahamiyati sezilarli darajada oshdi, mamlakatning iqtisodiy va ijtimoiy hayotidagi mavqeyi mustahkamlandi. Korxonalar va aholi tomonidan telekommunikatsiya xizmatlaridan foydalanish sezilarli darajada oshdi va shu bilan birga ularning sotuvlar bozori ko'lami kengaytirildi, yangi xizmat turlari paydo bo'ldi, bu esa O'zbekiston iqtisodiyotining virusdan keyingi tiklanishi davrida sektorni rivojlantirish uchun juda optimistik istiqbollarni yaratdi. Bu davrda telekommunikatsiya korxonalarining innovatsion faoliyati asosan telekommunikatsiya tarmoqlarini modernizatsiya qilish, ko'lamin kengaytirish, yangi xizmat turlarini tarmoqqa tatbiq etib, mijozlarga taklif qilishga qaratilgan bo'ldi. Sohadagi innovatsion faoliyatlarning joriy holatini O'zbekiston telekommunikatsiyalar milliy operatori "O'zbektelekom" AKning misolida ko'rib chiqamiz.

"O'zbektelekom" AK innovatsion faoliyati samaradorligini o'rganish maqsadida quyidagi yo'nalishlarda ko'rsatkichlar tahlili amalga oshirildi:

- Amalga oshirilayotgan innovatsion loyihalar tahlili.
- Xizmatlar kesimida daromad tahlili.
- "O'zbektelekom" tarkibidagi ishlab chiqaruvchi korxonalar tahlili.
- Telekommunikatsion tarmoq quvvatlarining tahlili.
- Daromadlar turlari bo'yicha tahlil.
- Xarajatlar turlari bo'yicha tahlil.
- Sof foyda tahlili.
- Debitorlik va kreditorlik qarzdorliklar tahlili.
- Rentabellik ko'rsatkichlari tahlili.

O'zbekistonda AKT sohasi, xususan telekommunikatsiyalar, milliy iqtisodiyotning doimiy rivojlanib borayotgan tarmoqlaridan biridir. Umumiy olib qaralganda, mamlakatimizda AKT sohasining sanoatdagi hissasini quyidagi jadvalda ko'rish mumkin (1-jadval).

Axborot iqtisodiyoti va elektron tijorat sohaslarida yaratilgan yalpi qo'shilgan qiymatning yalpi ichki mahsulotdagi ulushiga nazar soladigan bo'lsak, axborot iqtisodiyoti va elektron tijorat sektori ulushining yildan yilga ortib borayotganligini ko'rishimiz mumkin. Jumladan, ushbu ko'rsatkich 2016-yilda 1,9 %ga teng bo'lgan

bo'lsa, 2022-yilga kelib 0,8 %ga ortib, 3,3 %ni tashkil etgan. Bu jamiyatda elektron va onlayn xizmatlarga bo'lgan talabning ortib borayotganligidan dalolat beradi.

1-jadval

Axborot iqtisodiyoti va elektron tijorat sohalarida yaratilgan yalpi qo'shilgan qiymatning yalpi ichki mahsulotdagi ulushi¹ (YaIM ga nisbatan %da)

Ko'rsatkichlar	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
Axborot iqtisodiyoti va elektron tijorat sektori	1,9	2,1	2,3	2,0	1,7	1,9	2,5	3,3
Axborot kommunikatsiya texnologiyalari (AKT) sektori	1,8	2,0	2,1	1,8	1,5	1,6	1,7	1,9
AKT ishlab chiqarish	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1	0,1

Axborot-kommunikatsiya texnologiyalari (AKT) sektorida esa bunday o'sish tendensiyasini kuzatish qiyin. Yalpi ichki mahsulotda AKT sektorining eng yuqori ulushi 2018-yilda kuzatilgan bo'lib, u 2,1 %ga teng bo'lgan. Yillar kesimida bu ko'rsatkichning ulushi notekis o'zgarib borgan. Jumladan, 2020-yilda eng past ulush, ya'ni 1,5 % qayd etilgan bo'lsa, oxirgi yillarda AKT sektorining yalpi ichki mahsulotdagi ulushi ortishni boshlagan va 2023-yil yakuniga kelib 1,9 %ni tashkil etgan.

AKT ishlab chiqarish yo'nalishining yalpi ichki mahsulotdagi ulushi tahlil etilayotgan davrda o'zgarishsiz, ya'ni 0,1 % atrofida bo'lgan. Bu esa AKT sohasida ishlab chiqarishga e'tibor qaratish lozimligini ko'rsatadi.

Keyingi jadvalda axborot iqtisodiyoti va elektron tijorat sohalarida yaratilgan yalpi qo'shilgan qiymat hajmini raqamlarda ko'rib chiqamiz (2-jadval).

2-jadval

Axborot iqtisodiyoti va elektron tijorat sohalarida yaratilgan yalpi qo'shilgan qiymat hajmi² (mlrd.so'm)

Ko'rsatkich	2016	2017	2018	2019	2020	2021	2022
Axborot iqtisodiyoti va elektron tijorat sektori	4 967,7	6 377,8	7 732,1	8 491,9	10 777,0	16 939,5	27 755,0
Axborot kommunikatsiya texnologiyalari (AKT) sektori	4 575,3	5 849,0	6 876,8	7 323,0	9 095,9	11 694,6	16 131,1
AKT ishlab chiqarish	127,2	238,3	301,9	279,4	540,1	630,3	820,3

¹ O'zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika agentligi ma'lumotlari

² O'zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika agentligi ma'lumotlari

Axborot iqtisodiyoti va elektron tijorat sohaslarida yaratilgan yalpi qo'shilgan qiymat hajmi tahliliga binoan, axborot iqtisodiyoti va elektron tijorat sektorida yaratilgan yalpi qo'shilgan qiymat hajmi 2022-yilda 27 755,0 mlrd so'mga teng bo'lgan. Bu ko'rsatkich 2020-yil ko'rsatkichiga nisbatan 70 %ga ortgan. Axborot-kommunikatsiya texnologiyalari (AKT) sektorining yalpi ichki mahsulotdagi ulushi notekis o'zgargan bo'lsa-da, uning yaratgan qo'shilgan qiymat hajmi barqaror o'sish tendensiyasiga ega bo'lgan. Bu ko'rsatkich 2021-yilda sezilarli darajada ortib, 11 694,6 mlrd so'mga teng bo'lgan.

AKT ishlab chiqarish yo'nalishida ham AKT sektori bilan o'xshash holat kuzatilgan. Foiz ko'rinishidagi ulush yillar mobaynida o'zgarmagan bo'lsa-da, qo'shilgan qiymat hajmi ortib, 2020-yilda yarim trillionlik marradan oshib, 540,1 mlrd so'mni tashkil qilgan.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Telekommunikatsion vositalar ishlab chiqarish korxonalarida innovatsion faoliyat samaradorligini oshirish uchun metodologiyani takomillashtirish zarurdir. Integral boshqaruv modellari, bozorga yo'naltirilgan yondashuv, R&D jarayonlarini optimallashtirish va samaradorlikni baholash tizimini joriy qilish orqali korxonalar raqobatbardoshligini oshirishi mumkin. Ushbu metodologiya nafaqat texnologik rivojlanishga xizmat qiladi, balki iqtisodiy samarani ham ta'minlaydi.

Telekommunikatsion vositalar ishlab chiqarish korxonalarining innovatsion faoliyati zamonaviy raqobat sharoitida ularning barqaror rivojlanishini ta'minlovchi muhim omillardan biridir. Innovatsiyalarni joriy etish orqali korxonalar mahsulot sifatini oshirish, ishlab chiqarish jarayonlarini optimallashtirish va yangi texnologiyalarni o'zlashtirish imkoniyatiga ega bo'ladilar.

Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, innovatsion faoliyat samaradorligini oshirish uchun korxonalar quyidagi yo'nalishlarga e'tibor qaratishlari zarur: ilg'or texnologiyalarni ishlab chiqarishga tatbiq etish, ilmiy-tadqiqot ishlanmalarini qo'llab-quvvatlash, yuqori malakali mutaxassislarni jalb qilish va investitsiyalarni kengaytirish. Shuningdek, davlat tomonidan innovatsion jarayonlarni rag'batlantirish, soliq imtiyozlari va subsidiya mexanizmlaridan samarali foydalanish muhim ahamiyat kasb etadi.

Xulosa qilib aytish mumkinki, telekommunikatsion vositalar ishlab chiqarish korxonalarining innovatsion faoliyati samaradorligini oshirish ular uchun nafaqat iqtisodiy barqarorlik va rentabellikni ta'minlaydi, balki ularning global bozorga integratsiyasini tezlashtirishga ham xizmat qiladi. Shu bois, innovatsion strategiyalarni takomillashtirish va ularni amaliyotga joriy etish bugungi kunning dolzarb masalalaridan biri hisoblanadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 21.09.2018 yildagi "2019 — 2021-yillarda O'zbekiston Respublikasini innovatsion rivojlantirish strategiyasini tasdiqlash to'g'risidagi PF-5544-son Farmoni. <https://lex.uz/ru/docs/-3913188>
2. Porter, M. E. (1990). The Competitive Advantage of Nations.

3. Chesbrough, H. W. (2003). Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology.
4. OECD (2023). Innovation and Technology Trends in Telecommunications.
5. Shaislamova, M. (2021). Organization of innovative activities in telecommunications enterprises. Turkish Journal of Computer and Mathematics Education, 12(9), 1434-1441.
6. Raхimхodjaevna, S. M. (2023). Telekommunikatsiya korxonalarida innovatsion faoliyat samaradorligini baholash usuli. Raqamli iqtisodiyot (Цифровая экономика), (4), 32-42.
7. Xusanov, U. (2024). Telekommunikatsiya korxonalari faoliyati samaradorligini oshirishda raqamli texnologiyalardan foydalanish. Yashil Iqtisodiyot va Taraqqiyot, 1(1).
8. Aliev, Y.E. (2019). Innovatsion iqtisodiyot. Toshkent: Iqtisodiyot. NAMDU.UZ
9. Namangan Davlat Universiteti (2024). Korxonalar iqtisodiyoti va innovatsiyalarni boshqarish. NAMDU.UZ



Marketing

ilmiy, amaliy va ommabop jurnali

Muharrir:

Ingliz tili muharriri:

Rus tili muharriri:

Musahhah:

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

2025-yil, mart, 3-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**. ГOCT 7.56-2002 " Seriyali nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlataro standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**