

QURILISH MATERIALLARI SANOATIDA STRATEGIK BOSHQARUVNING NAZARIY ASOSLARI

Musaxonov Rustam Musaxon o'g'li

Toshkent kimyo-texnologiya instituti,

“Sanoat muhandisligi va menejmenti” fakulteti,

“Sanoat iqtisodiyoti va menejmenti” kafedrası doktoranti,

ORCID: 0009-0002-9003-4978

E-mail: ron25my@gmail.com

Annotatsiya

Ushbu maqolada qurilish materiallari sanoatida strategik boshqaruvning nazariy asoslari tahlil qilinadi. Maqolada strategik boshqaruvning asosiy tushunchalari, tamoyillari va modellarini, shuningdek, qurilish materiallari sanoatining o'ziga xos xususiyatlarini tahlil qilishga e'tibor qaratilgan. Adabiyotlar tahlili, mavjud metodologiyalar va natijalar strategik qarorlar qabul qilish jarayoniga yordam beradigan usullarni ochib beradi. Maqolada, shuningdek, qurilish materiallari sanoatida strategik boshqaruvni amalga oshirishdagi muammolar va istiqbolli yo'nalishlar muhokama qilinadi. Xulosa qismida asosiy xulosalar umumlashtirilgan.

Kalit so'zlar: Strategik boshqaruv, qurilish materiallari sanoati, raqobat muhiti, SWOT (kuchli, kuchsiz, imkoniyatlar va tahdidlar) tahlili, PEST (siyosiy, iqtisodiy, ijtimoiy va texnologik faktorlar) tahlili, portfel tahlili, strategik rejalashtirish, raqobat strategiyalari, innovatsiyalar, barqarorlik, risklarni boshqarish.

Аннотация

В данной статье анализируются теоретические основы стратегического управления в промышленности строительных материалов. Основное внимание уделено ключевым понятиям, принципам и моделям стратегического управления, а также особенностям отрасли строительных материалов. Анализ литературы, существующих методологий и результатов раскрывает методы, способствующие принятию стратегических решений. Также обсуждаются проблемы и перспективные направления реализации стратегического управления в отрасли строительных материалов. В заключении обобщены основные выводы.

Ключевые слова: стратегическое управление, промышленность строительных материалов, конкурентная среда, SWOT-анализ, PEST-анализ, портфельный анализ, стратегическое планирование, конкурентные стратегии, инновации, устойчивость, управление рисками.

Abstract

This article analyzes the theoretical foundations of strategic management in the construction materials industry. It focuses on key concepts, principles, and models of strategic management, as well as the specific characteristics of the construction materials sector. The analysis of literature, existing methodologies, and findings highlights tools that support strategic decision-making. The article also discusses

challenges and promising directions for implementing strategic management in this industry. The conclusion summarizes the main findings.

Keywords: strategic management, construction materials industry, competitive environment, SWOT analysis, PEST analysis, portfolio analysis, strategic planning, competitive strategies, innovation, sustainability, risk management.

KIRISH

Qurilish materiallari sanoati global iqtisodiyotning muhim sektorlaridan biri bo'lib, u qurilish, infratuzilma loyihalari va uy-joy qurilishi uchun zarur bo'lgan materiallarni ishlab chiqarish bilan shug'ullanadi. Bu sanoatning rivojlanishi mamlakatning iqtisodiy o'sishi, aholining turmush darajasini yaxshilash va atrof-muhitni muhofaza qilish kabi keng ko'lamlı masalalarga bevosita ta'sir qiladi. Sanoatning o'ziga xos xususiyatlari, jumladan, raqobatning yuqori darajasi, xom ashyoga bog'liqlik, innovatsiyalar jarayonining murakkabligi va atrof-muhitga ta'sir kabi omillar strategik boshqaruvning muhimligini oshiradi. Strategik boshqaruv tashkilotning maqsadlariga erishish uchun resurslarni samarali taqsimlash va raqobatbardosh ustunlikka erishishga qaratilgan qarorlar qabul qilish jarayonidir.

Yaponiyada strategiya deganda, amaliy boshqaruv tizimlari chegarasi tashqarida ro'y beradigan voqealarga tayyor turish tushuniladi. Ushbu mazmunda strategiya, mustahkam turgan fikrlardan, u yoki bu chetga chiqishlar mavjudligi, noaniq sharoitlarda harakatning umumiy mo'ljallarini ishlab chiqadi.¹

Qurilish materiallari sanoatida strategik boshqaruv korxonalariga bozor tendensiyalariga moslashish, raqobatbardoshligini oshirish, xavflarni kamaytirish va barqaror rivojlanishni ta'minlash imkonini beradi.

Strategiyaning o'zi nima strategiya grekcha "strategos" so'zidan olingan bo'lib, general san'ati degan ma'noni bildiradi. Bu atama harbiy sohadan kirib kelgan.²

Maqolaning maqsadi qurilish materiallari sanoatida strategik boshqaruvning nazariy asoslarini o'rganish, ushbu sohadagi strategik qarorlar qabul qilish jarayoniga yordam beradigan nazariyalar, modellar va usullarni tahlil qilishdan iboratdir. Maqolada, shuningdek, qurilish materiallari sanoatining o'ziga xos xususiyatlari va strategik boshqaruvning amaliy jihatlari muhokama qilinadi.

ADABIYOTLAR SHARHI

Qurilish materiallari sanoatida strategik boshqaruv masalasiga bag'ishlangan tadqiqotlar, asosan, quyidagi mavzularga qaratilgan ya'ni raqobat muhiti tahlili bunga sanoatning raqobatbardoshligini baholash uchun Porterning beshta raqobat kuchi modeli keng qo'llaniladi.³ Ushbu model sanoatdagi raqobatning intensivligini, yangi ishtirokchilarning tahdidini, o'rnini bosuvchi mahsulotlar tahdidini, xaridorlarning xarid qilish kuchini va yetkazib beruvchilarning ta'sirini baholash imkonini beradi. Korxonaning ichki kuchli va zaif tomonlarini, tashqi imkoniyatlari va tahdidlarini aniqlash uchun SWOT tahlili keng qo'llaniladi. Bu usul korxonalariga strategik

¹ Yakubov I.O., Oehilov.K.T., Abdusattorova X.M., Sitdiqova.L.A., Strategik rejlashirish, (O'quv qo'llanma) – T.: TDIU, 2004 -192 bet. 35-bet.

² N.O. Raxmatullayeva. Strategik menejment. –T.: "Fan va texnologiya", 2019. 360 bet. 7-bet

³ Ergashxodjaeva Sh.Dj., Qosimova M.S., Yusupov M.A. "Marketing asoslari", darslik, Toshkent "Iqtisodiyot" 2019

maqsadlar qo'yish va raqobat strategiyalarini ishlab chiqishda yordam beradi. Tashqi muhitning siyosiy, iqtisodiy, ijtimoiy va texnologik omillarini baholash uchun PEST tahlili qo'llaniladi. Ushbu tahlil korxonalariga tashqi muhitning o'zgarishlariga moslashish va yangi imkoniyatlarni aniqlash imkonini beradi. Turli xil mahsulotlar yoki biznes birliklarining strategik pozitsiyasini baholash uchun Boston Consulting Group (BCG) matritsasi va GE/McKinsey matritsasi kabi portfel tahlil usullari qo'llaniladi. Bu usullar korxonalariga resurslarni samarali taqsimlash va investitsiya qarorlarini qabul qilishda yordam beradi. Qurilish materiallari sanoatida strategik rejalashtirish jarayoni korxonalariga uzoq muddatli maqsadlar qo'yish, strategik tashabbuslarini aniqlash va ularni amalga oshirish rejalarini ishlab chiqishda yordam beradi. Qurilish materiallari sanoatida raqobat strategiyalarini tanlash uchun Porterning raqobat strategiyalari - xarajatlarga asoslangan yetakchilik, differentsiatsiya va fokuslash - keng qo'llaniladi. Innovatsiyalar qurilish materiallari sanoatida raqobatbardoshlikni oshirishning muhim omilidir. Tadqiqotlar innovatsiyalarni boshqarish, yangi mahsulotlar ishlab chiqish va texnologik taraqqiyotni qo'llashning ahamiyatini ko'rsatadi. Barqaror rivojlanish tamoyillari qurilish materiallari sanoatida tobora muhim ahamiyat kasb etmoqda. Tadqiqotlar atrof-muhitga ta'sirni kamaytirish, resurslardan samarali foydalanish va ijtimoiy mas'uliyatni oshirishning ahamiyatini ko'rsatadi. Qurilish materiallari sanoatida turli xil risklar, jumladan, bozor risklari, xom ashyo narxlarining o'zgarishi, siyosiy risklar va texnologik risklar mavjud. Riskni boshqarish usullari ushbu risklarni aniqlash, baholash va kamaytirishga yordam beradi. Ushbu metod mavzuga oid ilmiy maqolalar, monografiyalar va boshqa adabiyotlarni tahlil qilishdan iborat. Bu metod strategik boshqaruvning nazariy asoslarini va qurilish materiallari sanoatining o'ziga xos xususiyatlarini tushunishga yordam beradi. Turli xil strategik boshqaruv modellarini, usullarini va amaliyotlarini qiyoslash orqali ularning afzalliklari va kamchiliklari aniqlanadi. "Strategiyalar korxonaning kuchli taraflarini samarali sarmoyalashi, va shu bilan uning zaif tomonlaridan chetlab o'tishi, ijobiy tashqi sharoitlardan ustun taraflarini tanlab olish va tashqi xavflardan xoli bo'lmog'i zarur" deb ta'kidlaydi strategik boshqaruv bo'yicha zamonaviy mutaxassis Fred. R. Devid.¹ Tahlil qilingan adabiyotlar va ma'lumotlarni sintez qilish orqali qurilish materiallari sanoatida strategik boshqaruvning yaxlit manzarasini yaratishga erishiladi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Qurilish materiallari sanoati o'zining o'ziga xos xususiyatlariga ega bo'lib, ular strategik boshqaruvga ta'sir qiladi: Raqobatning yuqori darajasi: Sanoatda ko'plab o'yinchilar mavjud bo'lib, ular o'rtasida raqobat juda kuchli. Bu, ayniqsa, standartlashtirilgan mahsulotlar (masalan, sement, g'isht) bozorida sezilarli. Xom ashyoga bog'liqlik: Ishlab chiqarish uchun zarur bo'lgan xom ashyo (masalan, qum, shag'al, ohak) tabiiy resurslardan olinadi va ularning narxlari bozor konyunkturasiga, transport xarajatlariga va siyosiy omillarga bog'liq. Kapital talabi yuqori: Qurilish materiallari ishlab chiqarish katta investitsiyalarni, zamonaviy texnologiyalarni va ishlab chiqarish quvvatlarini talab qiladi. Atrof-muhitga ta'sir: Qurilish materiallari

¹ Xo'djamuratova G. Yu., "strategik boshqarish". Darslik. – T.: "Iqtisodiyot", 2019. – 177 bet. 19-bet

ishlab chiqarish atrof-muhitga sezilarli ta'sir ko'rsatishi mumkin (masalan, chang, chiqindilar, energiya iste'moli). Shu sababli, sanoat korxonalari atrof-muhitni muhofaza qilish standartlariga rioya qilishlari kerak. Mahsulotlarning uzoq muddatli ishlash muddati: Qurilish materiallari, odatda, uzoq muddatli foydalanish uchun mo'ljallangan va ularning sifati, mustahkamligi va chidamliligi muhim ahamiyatga ega. Mahalliy bozorlarga bog'liqlik: Qurilish materiallari, odatda, ishlab chiqarilgan hududga yaqin joylarda iste'mol qilinadi, chunki ularning transport xarajatlari yuqori bo'lishi mumkin. Innovatsiyalar jarayonining murakkabligi: Yangi materiallar va texnologiyalarni ishlab chiqish uzoq vaqt talab qilishi, katta xarajatlar bilan bog'liq bo'lishi va qiyin sinovlardan o'tishi mumkin. Strategik Boshqaruv Modellarini Qo'llash. Qurilish materiallari sanoatida strategik boshqaruvning turli modellari va usullari qo'llanilishi mumkin. Quyida ulardan ba'zilar ko'rib chiqiladi: SWOT tahlili: SWOT tahlili korxonalariga o'zining ichki kuchli va zaif tomonlarini (Strengths and Weaknesses), tashqi imkoniyatlari va tahdidlarini (Opportunities and Threats) aniqlashga yordam beradi.¹ Qurilish materiallari sanoatida SWOT tahlilining misollari: Kuchli tomonlar: Kuchli brend, yuqori sifatli mahsulotlar, samarali ishlab chiqarish jarayonlari, malakali xodimlar. Zaif tomonlar: Yuqori xom ashyo narxlari, texnologik eskirish, qimmat transport xarajatlari, cheklangan moliyaviy resurslar. Imkoniyatlar: Infratuzilma loyihalarining o'sishi, yangi texnologiyalarni qo'llash, barqaror mahsulotlarga talabning oshishi, eksport imkoniyatlari. Tahdidlar: Xom ashyo narxlarining o'zgarishi, raqobatning kuchayishi, siyosiy va iqtisodiy beqarorlik, atrof-muhitni muhofaza qilish talablarining kuchayishi. PEST tahlili: PEST tahlili korxonalariga tashqi muhitning siyosiy (Political), iqtisodiy (Economic), ijtimoiy (Social) va texnologik (Technological) omillarini baholashga yordam beradi. Qurilish materiallari sanoatida PEST tahlilining misollari: Siyosiy omillar: Davlat tomonidan qurilish sohasini tartibga solish, soliq siyosati, investitsiya dasturlari, atrof-muhitni muhofaza qilish qonunlari. Iqtisodiy omillar: YaIM o'sishi, inflyatsiya, foiz stavkalari, valyuta kurslari, qurilish hajmining o'sishi. Ijtimoiy omillar: Aholining o'sishi, urbanizatsiya, turmush darajasining oshishi, atrof-muhitga bo'lgan munosabatning o'zgarishi, talab va xaridorlar xohishlari. Texnologik omillar: Yangi materiallar va texnologiyalarning paydo bo'lishi, ishlab chiqarish jarayonlarini avtomatlashtirish, raqamli texnologiyalarning qo'llanilishi. Raqobat strategiyalari: Porterning raqobat strategiyalari qurilish materiallari sanoatida raqobatbardoshlikka erishishga yordam beradi: Xarajatlarga asoslangan yetakchilik: Xarajatlarni kamaytirish va narxlarni past darajada ushlab turish orqali bozor ulushini oshirish. Misol uchun, samarali ishlab chiqarish jarayonlari, xom ashyoni arzon narxlarda sotib olish, transport xarajatlarini kamaytirish. Differensiatsiya: Mahsulotlarni sifat, dizayn, xizmat ko'rsatish yoki brending orqali raqobatchilardan ajratish. Misol uchun, innovatsion mahsulotlar, yuqori sifatli materiallar, mijozlarga xizmat ko'rsatishning yuqori standarti. Fokuslash: Ma'lum bir bozor segmentiga yoki mahsulot turiga e'tibor qaratish. Misol uchun, yirik infratuzilma loyihalari uchun maxsus materiallar ishlab chiqarish, ekologik toza materiallar ishlab chiqarish. Portfel tahlili: Portfel tahlili korxonalariga turli xil

¹ Ergashxodjaeva Sh.Dj., Qosimova M.S., Yusupov M.A. "Marketing asoslari", darslik, Toshkent "Iqtisodiyot" 2019

mahsulotlar yoki biznes birliklarining strategik pozitsiyasini baholashga yordam beradi. Qurilish materiallari sanoatida BCG matritsasi va GE/McKinsey matritsasi kabi usullar qo'llanilishi mumkin. BCG matritsasi: Ushbu matritsa bozorning o'sish sur'ati va bozor ulushi asosida mahsulotlarni "yulduzlar", "pul sigirlari", "savol belgisi" va "kuchuklar" toifalariga ajratadi. Bu korxonalariga resurslarni qaysi mahsulotlarga investitsiya qilish va qaysilaridan voz kechish kerakligini aniqlashga yordam beradi. GE/McKinsey matritsasi: Ushbu matritsa sanoatning jozibadorligi va biznes birligining raqobatbardosh pozitsiyasi asosida mahsulotlarni baholaydi. Bu korxonalariga investitsiya, o'sish yoki qisqartirish strategiyalarini tanlashga yordam beradi. Strategik Rejalashtirish Jarayoni. Qurilish materiallari sanoatida strategik rejalashtirish quyidagi bosqichlarni o'z ichiga oladi: Vaziyatni tahlil qilish: Ichki va tashqi muhitni tahlil qilish (SWOT, PEST, raqobat muhiti tahlili). Maqsadlarni belgilash: Korxonaning uzoq muddatli maqsadlari (masalan, bozor ulushini oshirish, rentabellikni oshirish, yangi bozorlarga kirish). Strategik tanlov: Maqsadlarga erishish uchun raqobat strategiyalarini (xarajatlarga asoslangan yetakchilik, differentsiatsiya, fokuslash) va o'sish strategiyalarini tanlash (masalan, bozorga kirish, mahsulotni rivojlantirish, diversifikatsiya). Rejalarni ishlab chiqish: Strategik tashabbuslarni amalga oshirish uchun aniq rejalarni, byudjetlarni va resurslarni belgilash. Amalga oshirish: Strategik rejalarni amalga oshirish va ularning natijalarini monitoring qilish. Nazorat va baholash: Strategik rejalarning amalga oshirilishi va natijalarini baholash, kerak bo'lganda, tuzatishlar kiritish. Innovatsiyalar va Barqarorlik. Qurilish materiallari sanoatida innovatsiyalar va barqarorlik strategik boshqaruvning muhim elementlaridir. Innovatsiyalar: Innovatsiyalar quyidagi sohalarida amalga oshirilishi mumkin: Yangi materiallar: Yangi va innovatsion xususiyatlarga ega bo'lgan materiallar ishlab chiqish (masalan, kompozit materiallar, yashil materiallar). Ishlab chiqarish texnologiyalari: Ishlab chiqarish jarayonlarini avtomatlashtirish, robotlashtirish va raqamli texnologiyalarni qo'llash. Mahsulot dizayni: Mahsulotlarni innovatsion dizayni, funktsionalligi va estetikasini yaxshilash. Barqaror mahsulotlar: Atrof-muhitga ta'sirni kamaytirishga qaratilgan innovatsion mahsulotlar (masalan, energiya samaradorligi yuqori materiallar, qayta ishlangan materiallar). Barqarorlik: Barqaror rivojlanish tamoyillari qurilish materiallari sanoatida quyidagilarni o'z ichiga oladi: Atrof-muhitni muhofaza qilish: Ishlab chiqarishda atrof-muhitga ta'sirni kamaytirish (masalan, chiqindilarni kamaytirish, suv va energiyadan samarali foydalanish). Resurslardan samarali foydalanish: Qayta tiklanadigan va qayta ishlangan materiallardan foydalanish. Ijtimoiy mas'uliyat: Xavfsiz va sog'lom mehnat sharoitlarini ta'minlash, mahalliy jamoalarga hissa qo'shish. Barqaror mahsulotlar: Energiya samaradorligi yuqori va uzoq muddatli foydalanishga mo'ljallangan materiallar ishlab chiqarish. Risklarni Boshqarish. Qurilish materiallari sanoatida turli xil risklar mavjud bo'lib, ular strategik boshqaruvda hisobga olinishi kerak: Bozor risklari: Talabning o'zgarishi, raqobatning kuchayishi, xaridorlar xohishlarining o'zgarishi. Xom ashyo narxlarining o'zgarishi: Xom ashyo narxlarining o'zgarishi ishlab chiqarish xarajatlariga ta'sir qiladi. Siyosiy risklar: Siyosiy beqarorlik, qonunchilikdagi o'zgarishlar, savdo cheklovlari. Texnologik risklar: Yangi

texnologiyalarni qo'llash, texnologiyalarning eskirishi. Atrof-muhit risklari: Atrof-muhitni muhofaza qilish talablarining kuchayishi, ekologik zararlar. Riskni boshqarish quyidagi bosqichlarni o'z ichiga oladi: Riskni aniqlash: Sanoatdagi barcha potensial risklarni aniqlash. Riskni baholash: Har bir riskning ehtimolligi va ta'sirini baholash. Riskni kamaytirish: Riskni kamaytirish bo'yicha strategiyalarni ishlab chiqish (masalan, xom ashyo narxlarining o'zgarishidan himoya qilish uchun hedging, diversifikatsiya). Riskni nazorat qilish: Riskni doimiy ravishda nazorat qilish va zarur bo'lganda, tuzatishlar kiritish.

Qurilish materiallari sanoatida strategik boshqaruvni amalga oshirishda bir qator muammolar yuzaga kelishi mumkin. Bu muammolar quyidagilarni o'z ichiga oladi: Raqobatning yuqori darajasi: Ko'plab korxonalar o'rtasidagi raqobat narxlarning pasayishiga, marginal foydaning kamayishiga va innovatsiyalarga investitsiyalarni kamaytirishga olib kelishi mumkin. Xom ashyo narxlarining o'zgarishi: Xom ashyo narxlarining o'zgarishi korxonalarining foydaliligiga ta'sir qilishi va ishlab chiqarish xarajatlarini oshirishi mumkin. Atrof-muhitni muhofaza qilish talablari: Atrof-muhitni muhofaza qilish talablarining kuchayishi korxonalariga qo'shimcha xarajatlar keltirib chiqarishi va ishlab chiqarish jarayonlarini o'zgartirishni talab qilishi mumkin. Innovatsiyalarning murakkabligi: Yangi materiallar va texnologiyalarni ishlab chiqish uzoq vaqt talab qilishi, katta xarajatlar bilan bog'liq bo'lishi va qiyin sinovlardan o'tishi mumkin. Xaridorlarning xohishlarining o'zgarishi: Xaridorlarning xohishlari doimiy ravishda o'zgarib turadi va korxonalar ularga moslashishga harakat qilishlari kerak. Ushbu muammolarni hal qilish uchun qurilish materiallari sanoatidagi korxonalar quyidagi strategiyalarni qo'llashlari mumkin: Raqobatbardoshlikni oshirish: Xarajatlarni kamaytirish, samarali ishlab chiqarish jarayonlarini qo'llash, innovatsion mahsulotlar ishlab chiqarish va mijozlarga xizmat ko'rsatishni yaxshilash. Xom ashyo narxlarining o'zgarishidan himoya qilish: Xom ashyo narxlarining o'zgarishidan himoya qilish uchun hedging, diversifikatsiya va uzoq muddatli shartnomalarni qo'llash. Atrof-muhitni muhofaza qilishga investitsiya qilish: Atrof-muhitga ta'sirni kamaytirish, resurslardan samarali foydalanish va barqaror mahsulotlar ishlab chiqarish. Innovatsiyalarga investitsiya qilish: Yangi materiallar va texnologiyalarni ishlab chiqish, ishlab chiqarish jarayonlarini avtomatlashtirish va raqamli texnologiyalarni qo'llash. Xaridorlar bilan yaqin aloqada bo'lish: Xaridorlarning xohishlarini tushunish va ularga moslashtirilgan mahsulotlar va xizmatlar taklif qilish. Qurilish materiallari sanoatida strategik boshqaruvni amalga oshirish, korxonalariga uzoq muddatli muvaffaqiyatga erishish va bozorning o'zgaruvchan sharoitlariga moslashish imkonini beradi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Ushbu maqolada qurilish materiallari sanoatida strategik boshqaruvning nazariy asoslari o'rganildi. Strategik boshqaruvning asosiy tushunchalari, tamoyillari va modellarini, shuningdek, qurilish materiallari sanoatining o'ziga xos xususiyatlari tahlil qilindi. Adabiyotlar tahlili, SWOT, PEST, raqobat strategiyalari, portfel tahlili, strategik rejalashtirish, innovatsiyalar, barqarorlik va risklarni boshqarish kabi usullar

qurilish materiallari sanoatida strategik qarorlar qabul qilish jarayoniga yordam beradigan vositalar sifatida ko‘rib chiqildi.

Qurilish materiallari sanoati o‘zining raqobatning yuqori darajasi, xom ashyoga bog‘liqligi, kapital talabi, atrof-muhitga ta‘sir, mahsulotlarning uzoq muddatli ishlash muddati, mahalliy bozorlarga bog‘liqligi va innovatsiyalar jarayonining murakkabligi kabi o‘ziga xos xususiyatlariga ega. Ushbu xususiyatlar strategik boshqaruvning muhimligini oshiradi.

Maqolada keltirilgan natijalar qurilish materiallari sanoatidagi korxonalar raqobatbardoshlikni oshirish, xom ashyo narxlarining o‘zgarishidan himoya qilish, atrof-muhitni muhofaza qilishga investitsiya qilish, innovatsiyalarga e‘tibor berish va xaridorlar bilan yaqin aloqada bo‘lish orqali strategik boshqaruvni samarali amalga oshirishga yordam beradi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. N.M Ziyavitdinova, D.M Artikova, S.Sh Xodjiyeva, “Menejment”, O‘quv qo‘llanma, “Turon nashriyot” Toshkent – 2021.
2. Yo‘ldoshev N.Q., Azlarova M.M., Xodjamuratova G.Yu. Menejment va marketing asoslari.- T.: TDIU, 2012.-258 b.
3. Day, G. S. (1977). Diagnosing the product portfolio. *Journal of Marketing*, 41(2), 24-31.
4. N.Q Yo‘ldoshev “Menejmentga kirish”, darslik, “Innovatsion rivojlanish nashriyot-matbaa uyi” Toshkent – 2021.
5. Ataniyazova, Maksuda. "Public-private partnership: essence, functions and world practice." *MUHANDISLIK VA IQTISODIYOT* 3, no. 1 (2025).
6. Фатхутдинов Р.А. Стратегический менеджмент- М.: АО «Бизнес- школа «Интел-Синтез», 2008.
7. N.O.Raxmatullayeva, Strategik menejment, “Fan va texnologiya nashriyoti” Toshkent — 2019
8. Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.
9. G.Yu Xo‘djamuratova “Strategik boshqarish” Toshkent – “Iqtisodiyot” 2019.
10. U.A. Muxammadiyev “Strategik menejment” Darslik. Toshkent 2020.
11. Kasimova F. Modern Tools of Digital Marketing in Small Business and Entrepreneurship. *Asian Journal of Technology & Management Research*. 2022 Jun 1;12(1).
12. Yakubov I.O., Ochilov.K.T., Abdusattorova X.M., Sitdiqova.L.A., Strategik rejalashtirish, (O‘quv qo‘llanma) – T.: TDIU, 2004 -192 bet.
13. Baltabayevna, Ataniyazova Maksuda. "THE ESSENCE AND STAGES OF DEVELOPMENT OF LIQUIDITY BALANCED IN THE ANALYSIS OF ENTERPRISE ACTIVITY." *Eurasian Journal of Academic Research* 4, no. 7S (2024): 738-742.
14. Ergashxodjaeva Sh.Dj., Qosimova M.S., Yusupov M.A. “Marketing asoslari”, darslik, Toshkent “Iqtisodiyot” 2019



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
Musahhah: Karimova Shirin Zoxid qizi
Sahifalovchi va dizaynerlar: Sadikov Shoxrux Shuxratovich
Abidjonov Nodirbek Odijon o'g'li

2025-yil, may, 5-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** " Seriyali nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlataro standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**