

## ULGURJI SAVDO KORXONALARINING ULGURJI SAVDO AYLANMASI VA UNI OSHIRISHDAGI MUAMMOLAR

**Xolmamatov Diyor Haqberdiyevich**

Samarqand iqtisodiyot va servis instituti

“Marketing” kafedrası

mustaqil izlanuvchisi, DSc

E-mail: [xolmamatov\\_d@mail.ru](mailto:xolmamatov_d@mail.ru)

### Annotatsiya

Mazkur maqolada ulgurji savdo korxonalarining ulgurji savdo aylanmasi shakllanish mexanizmlari hamda uni oshirishga to'sqinlik qilayotgan muammolar kompleks tarzda tadqiq etilgan. Ulgurji savdoning iqtisodiyotdagi o'rni, talab va taklifni muvofiqlashtirishdagi roli hamda ishlab chiqaruvchi va iste'molchi o'rtasidagi vositachilik funksiyasi nazariy jihatdan asoslab berilgan. Ulgurji savdo korxonalarining asosiy savdo faoliyati ko'rsatkichlari, aylanma mablag'lardan foydalanish samaradorligi, aylanma mablag'lar aylanish koeffitsiyenti va muddati, tovar zaxiralarining aylanish darajasi hamda o'rtacha kunlik savdo hajmi tahlil qilingan. Tahlil natijalaridan kelib chiqib, ulgurji savdo aylanmasini oshirish bo'yicha ilmiy asoslangan taklif va tavsiyalar ishlab chiqilgan.

**Kalit so'zlar:** ulgurji savdo aylanmasi, tovar zaxiralari, logistika xarajatlari, transport xarajatlari, ombor xarajatlari, qadoqlash va yuklash xarajatlari, savdo aylanmasining o'rtacha aylanma mablag'larga nisbati, ulgurji savdo aylanmasining o'rtacha kunlik hajmi, strategik va operatsion darajadagi xizmat ko'rsatish jarayonlari

### Аннотация

В данной статье комплексно исследованы механизмы формирования оптового товарооборота предприятий и проблемы, препятствующие его увеличению. Теоретически обоснована роль оптовой торговли в экономике, ее значение в обеспечении баланса спроса и предложения, а также посредническая функция между производителем и потребителем. Проанализированы основные показатели торговой деятельности оптовых предприятий, эффективность использования оборотных средств, коэффициент и продолжительность их оборачиваемости, уровень оборачиваемости товарных запасов, а также среднедневной объем товарооборота. На основе результатов анализа разработаны научно обоснованные предложения и рекомендации по увеличению оптового товарооборота.

**Ключевые слова:** оптовый товарооборот, товарные запасы, логистические издержки, транспортные расходы, складские расходы, расходы на упаковку и погрузку, отношение товарооборота к среднему объему оборотных средств, среднедневной объем оптового товарооборота, процессы обслуживания на стратегическом и операционном уровнях.

### Abstract

This article comprehensively examines the mechanisms of wholesale trade turnover formation and the problems hindering its growth. The role of wholesale trade

in the economy, its function in balancing supply and demand, and its intermediary role between producers and consumers are theoretically substantiated.

The study analyzes the key performance indicators of wholesale enterprises, the efficiency of working capital utilization, the turnover ratio and turnover period of working capital, the level of inventory turnover, and the average daily trade volume. Based on the results of the analysis, scientifically grounded proposals and recommendations aimed at increasing wholesale trade turnover have been developed.

**Keywords:** wholesale trade turnover, inventory, logistics costs, transportation costs, warehousing costs, packaging and loading expenses, ratio of trade turnover to average working capital, average daily wholesale turnover, service processes at strategic and operational levels.

## KIRISH

Milliy iqtisodiyotning barqaror rivojlanishida savdo tizimi, xususan ulgurji savdo sektori muhim o‘rin tutadi. Ulgurji savdo ishlab chiqaruvchi va iste’molchi o‘rtasida vositachi bo‘g‘in sifatida tovar harakatining uzluksizligini ta’minlaydi, logistika jarayonlarini muvofiqlashtiradi hamda bozorda talab va taklif o‘rtasidagi muvozanatni shakllantirishga xizmat qiladi. Shu bois mazkur sohaning rivojlanish tendensiyalari va samaradorlik darajasi iqtisodiy o‘rta yilning muhim ko‘rsatkichi sifatida qoraladi.

Respublikada ulgurji savdo bozorida yuqori o'sish sur'atlari qayd etilmoqda. 2025-yil yakunlariga ko'ra ulgurji savdo tovar aylanmasi 543,3 trillion so'mni tashkil etib, 2024-yilga nisbatan 12,5 foizga oshgani savdo zanjirida yirik partiyalar harakati faollashganini ko'rsatadi. Ushbu ko'rsatkichlar ichki bozorda ishlab chiqarish hajmlarining kengayishi, import operatsiyalarining diversifikatsiyalashuvi hamda logistika infratuzilmasining takomillashuvi bilan chambarchas bog'liqdir.

Ulgurji savdo sohasida faoliyat yuritayotgan tijorat korxonalari sonining salmoqli darajada saqlanib qolayotgani ham raqobat muhitining kuchayib borayotganidan dalolat beradi. 2026-yilning 1-yanvar holatiga ko'ra respublika bo'yicha 51 667 ta ulgurji savdo korxonasi ro'yxatdan o'tgan bo'lib, bu ko'rsatkich mazkur segmentning iqtisodiyotdagi ulushi va institutsional ahamiyatini namoyon etadi. Korxonalar sonining oshishi bir tomondan bozorning o'sish darajasini bildirsa, ikkinchi tomondan korxonalarda logistika xarajatlari, aylanma mablag'lar yetishmovchiligi, narx shakllanish mexanizmlarining murakkabligi hamda raqamli boshqaruv tizimlarining yetarlicha joriy etilmagani kabi muammolarni yanada keskinlashtirmoqda.

Ulgurji savdo aylanmasining o‘sishi iqtisodiy faollikning kuchayganini bildiradi, biroq mazkur o‘shishning barqarorligi va sifat jihatidan samaradorligi alohida ilmiy tahlilni talab etadi. Ayniqsa, savdo zanjirlarida logistika jarayonlarini muvofiqlashtirish, ombor xo‘jaligini modernizatsiya qilish, transport xarajatlarini qisqartirish, raqamli savdo platformalarini kengaytirish hamda moliyaviy resurslardan oqilona foydalanish masalalari dolzarb ahamiyat kasb etmoqda.

## ADABIYOTLAR SHARHI

Ulgurji savdoning iqtisodiyotdagi o‘rni va funksional ahamiyati ko‘plab mahalliy hamda xorijiy olimlar tomonidan turli nazariy yondashuvlar asosida tadqiq etilgan.

Mazkur ilmiy qarashlar ulgurji savdoni nafaqat tovar harakatining vositachilik bo'g'ini, balki bozor mexanizmining muhim tartibga soluvchi instituti sifatida talqin etadi.

Rossiyalik tadqiqotchi Ye.A.Golikov savdoni bozor munosabatlarining asosiy tashkilotchisi va tijorat operatsiyalarini amalga oshirishni jadallashtiruvchi iqtisodiy katalizator sifatida baholaydi. Uning fikriga ko'ra, ulgurji savdo ishlab chiqarish vositalari bozori hamda iste'mol bozorida talab va taklif muvozanatini ta'minlashda markaziy o'rin tutadi. Shuningdek, u bozorning muhim funksiyalaridan biri xo'jalik yurituvchi subyektlar o'rtasida iqtisodiy, hududiy va davlatlararo aloqalarni shakllantirish ekanini, ulgurji savdo esa aynan shu aloqalarni amaliy jihatdan ta'minlovchi mexanizm vazifasini bajarishini ta'kidlaydi [7].

Ulgurji savdoga nisbatan soddalashtirilgan, biroq iqtisodiy mazmunan aniq ta'rifni V.P.Fedko ilgari suradi. Unga ko'ra, ulgurji savdo - bu tovarlarni katta hajmda sotish jarayonidir. Mazkur yondashuvda asosiy urg'u operatsion ko'lamga qaratilgan bo'lib, ulgurji savdoning muhim belgilari sifatida yirik partiyalarda xarid qilish va qayta sotish funksiyasi ajratib ko'rsatiladi [12].

Shu bilan birga, ulgurji savdoning institutsional va tizimli rolga e'tibor qaratgan tadqiqotchilar ham mavjud. Xususan, O.P.Matveeva hamda A.V.Surjenko o'z izlanishlarida ulgurji savdoni bozordagi mavqeiga ko'ra ishlab chiqaruvchilar va iste'molchilar bilan bevosita tijorat aloqalarini o'rnatadigan iqtisodiyotning muhim sohasi sifatida tavsiflaydi. Ularning yondashuvida ulgurji savdo talab va taklifni muvofiqlashtirish, resurslar taqsimotini muvofiqlashtirish hamda hududlararo iqtisodiy integratsiyani chuqurlashtirishda faol vositachi sifatida namoyon bo'ladi [11].

Xorijiy ilmiy adabiyotlarda ham ulgurji savdoning iqtisodiy o'sishdagi o'rni alohida qayd etilgan. A.Coskun Samli va Adel I.El-Ansary ulgurji savdoni iqtisodiy rivojlanish va bozor infratuzilmasini shakllantirishning muhim omili sifatida ko'rib chiqadi. Ularning fikricha, iqtisodiyoti rivojlangan mamlakatlar tajribasi shuni ko'rsatadiki, yirik sanoat ishlab chiqarishi to'liq shakllanganiga qadar bozorlarni to'yintirishda ulgurji savdo subyektlari markaziy rol o'ynagan. Bu esa ulgurji savdoning iqtisodiy transformatsiya jarayonlaridagi strategik ahamiyatini tasdiqlaydi [5].

Ulgurji savdoning logistika va servis jihatlarini chuqurroq ochib bergan tadqiqotchilardan biri Hugh MacKeown hisoblanadi. U ulgurji sotuvchilar ishlab chiqaruvchilarni qadoqlash, saqlash, omborlashtirish va yetkazib berish bilan bog'liq operatsion muammolardan qisman ozod etishini ta'kidlaydi. Bundan tashqari, ulgurji savdo subyektlari ishlab chiqaruvchilar va chakana sotuvchilarga moliyaviy yengilliklar, jumladan, avans to'lovlari va kechiktirilgan hisob-kitob mexanizmlari orqali qo'shimcha qiymat yaratadi [10].

Ilmiy manbalar tahlili shuni ko'rsatadiki, ulgurji savdoga berilgan ta'riflar turli metodologik yondashuvlarga asoslangan bo'lsa-da, ularni birlashtiruvchi umumiy jihatlar mavjud. Xususan, ulgurji savdo tovarlarni yirik hajmda xarid qilish va qayta sotish, talab va taklifni muvofiqlashtirish, ishlab chiqaruvchi va iste'molchi o'rtasida

iqtisodiy aloqalarni ta'minlash, logistika, moliyaviy va servis xizmatlari orqali qo'shimcha qiymat yaratish kabi funksiyalarni bajaradi.

Mavjud ilmiy qarashlar ulgurji savdoning iqtisodiy tizimdagi ko'p qirrali rolini tasdiqlaydi. Biroq zamonaviy sharoitda raqamli texnologiyalar, global logistika zanjirlari va raqobat muhitining keskinlashuvi fonida ulgurji savdo aylanmasini oshirish mexanizmlarini chuqurroq o'rganish zarurati yuzaga kelmoqda. Shuning uchun ulgurji savdo korxonalarining ulgurji savdo aylanmasini o'rganish va uni oshirishdagi muammolarni aniqlash dolzarb masalalarga aylanib bormoqda.

## **METODOLOGIYA**

Mazkur tadqiqotda ulgurji savdo korxonalarining savdo aylanmasi shakllanishi hamda uni oshirish omillarini aniqlash maqsadida kompleks, tizimli va qiyosiy tahlil usullaridan foydalanildi. Tadqiqot obyekti sifatida "Sherzod zoovet malham" MCHJning 2020-2024-yillardagi moliyaviy-iqtisodiy faoliyati ko'rsatkichlari tanlab olindi. Ushbu davr korxona faoliyatining dinamik o'zgarishlarini, bozor sharoitlariga moslashuv darajasini hamda aylanma mablag'lardan foydalanish samaradorligini baholash imkonini berdi.

Tadqiqotning axborot bazasini korxonaning yillik moliyaviy hisobotlari, buxgalteriya balanslari, savdo aylanmasi to'g'risidagi ichki ma'lumotlar hamda statistik ko'rsatkichlar tashkil etdi. Ma'lumotlarni qayta ishlash jarayonida iqtisodiy tahlilning an'anaviy va zamonaviy usullari qo'llanildi.

Birinchidan, savdo faoliyati ko'rsatkichlarini baholashda dinamik qatorlar tahlili usulidan foydalanildi. Bu usul orqali 2020-2024-yillarda ulgurji savdo aylanmasining o'sish sur'atlari, tarkibiy o'zgarishlari va tendensiyalari aniqlanib, o'sishning barqarorlik darajasi baholandi.

Ikkinchidan, aylanma mablag'lardan foydalanish samaradorligini aniqlash maqsadida koeffitsiyentlar usuli qo'llanildi. Xususan:

- aylanma mablag'lar aylanish koeffitsiyenti (savdo aylanmasining o'rtacha aylanma mablag'larga nisbati);
- aylanma mablag'lar aylanish muddati (kunlarda);
- tovar zaxiralarining tovar aylanmasiga nisbatan aylanish ko'rsatkichi (kunlarda);
- ulgurji savdo aylanmasining o'rtacha kunlik hajmi kabi ko'rsatkichlar hisoblab chiqildi.

Mazkur ko'rsatkichlar orqali korxonada resurslardan foydalanish intensivligi, mablag'larning aylanish tezligi hamda tovar zaxiralarini boshqarish samaradorligi baholandi. Aylanish koeffitsiyentining oshishi mablag'lardan samarali foydalanilayotganini, aylanish muddatining qisqarishi esa moliyaviy resurslarning tezroq qayta investitsiyalanayotganini ko'rsatadi.

Uchinchidan, qiyosiy tahlil usuli asosida yillar kesimida ko'rsatkichlar o'rtasidagi farqlar aniqlanib, ularning o'zgarishiga ta'sir etuvchi ichki va tashqi omillar baholandi. Bu jarayonda savdo hajmining o'sishi, tovar zaxiralari hajmi, debitorlik va kreditorlik qarzdorligi dinamikasi ham inobatga olindi.

To'rtinchidan, omilli tahlil elementlaridan foydalanilib, ulgurji savdo aylanmasining o'zgarishiga ta'sir ko'rsatgan asosiy omillar - savdo hajmi, narx omili, logistika xarajatlari, aylanma mablag'lar miqdori va ularning aylanish tezligi o'rtasidagi bog'liqlik aniqlashtirildi.

Tadqiqot metodologiyasi tizimli yondashuvga asoslandi. Ulgurji savdo aylanmasi faqat moliyaviy ko'rsatkich sifatida emas, balki ishlab chiqarish, logistika, moliya va bozor infratuzilmasi elementlari bilan uzviy bog'liq bo'lgan kompleks iqtisodiy kategoriya sifatida o'rganildi.

Natijada qo'llanilgan metodlar korxonada ulgurji savdo aylanmasining shakllanish mexanizmlarini aniqlash, aylanma mablag'lardan foydalanish samaradorligini baholash hamda mavjud muammolarni ilmiy asosda tizimlashtirish imkonini berdi. Ushbu metodologik yondashuv tadqiqot natijalarining ishonchliligini ta'minlab, amaliy tavsiyalar ishlab chiqish uchun zarur ilmiy asos yaratdi.

## TAHLIL VA NATIJALAR

Innovatsion iqtisodiyot sharoitida har bir ulgurji savdo tashkiloti o'zining ulgurji savdo aylanmasini tahlil qilish va rejalashtirish jarayoniga katta e'tibor qaratishi zarur. Ulgurji savdo aylanmasini tahlil qilish va rejalashtirishning asosiy maqsadi chakana savdoni uzluksiz tovar bilan ta'minlash hamda xaridorlarga ko'rsatiladigan xizmatlar sifatini oshirishdan iborat. Shu nuqtai nazardan, innovatsion iqtisodiy sharoitda ulgurji savdo aylanmasini rejalashtirish quyidagi asosiy jihatlarni o'z ichiga oladi:

- asosiy tovar guruhlari bo'yicha ulgurji savdo aylanmasi va mahsulot yetkazib berish hajmi dinamikasini tahlil qilish;
- ulgurji savdo aylanmasining o'sishiga ta'sir etuvchi omillarni aniqlash va ularning darajasini o'lchash;
- tovar ayriboshlash jarayonidagi xarajatlar o'sishining sabablarini hamda savdo-tijorat faoliyatidagi kamchiliklarni aniqlash;
- ulgurji savdo aylanmasini rejalashtirishda xavf va risklarni oldini olish hamda bartaraf etish bo'yicha chora-tadbirlar ishlab chiqish;
- ulgurji savdo korxonasining marketing strategiyasi va taktikalarini belgilash.

Ulgurji savdo korxonasining marketing tahlili nafaqat xizmat ko'rsatiladigan hududning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishini, balki yetkazib beruvchilarning ishlab chiqarish imkoniyatlarini, shuningdek, mamlakatning boshqa hududlaridan mahsulotlarni keltirishning rejalashtirilgan hajmi va tuzilishini hisobga olishi kerak.

Ulgurji savdoda tovar aylanishini tahlil qilish va rejalashtirishning asosiy vazifalari quyidagilardan iborat:

- butun hududlar va tovar guruhlari bo'yicha ulgurji savdo aylanmasining rivojlanish dinamikasini baholash va tahlil qilish;
- mahsulotlar ulgurji savdosi hajmiga ta'sir etuvchi omillarni aniqlash hamda ularning miqdoriy ko'rsatkichlarini o'lchash;
- chakana savdo va umumiy ovqatlanish korxonalariga mahsulot yetkazib berish bo'yicha tuzilgan shartnomalarni tahlil qilish;



- mikro darajada muayyan bir korxona, kompaniya va firmalarning ulgurji tovar aylanmasini ABC va XYZ usullari orqali tahlil qilish;
- hududlar va tovar guruhlari bo'yicha ulgurji savdo aylanmasi hajmini oshirish uchun mavjud zaxira va imkoniyatlarni aniqlash.

Ulgurji savdo aylanmasini tahlil qilish va rejalashtirish uchun axborot bazasi bo'lib, buxgalteriya hisobi va statistik hisobotlarning ma'lumotlari, korxonaning savdo-iqtisodiy holati bo'yicha tezkor ma'lumotlar, sohaning uyushma va birlashmalari hamda davlat hokimiyatining axborot-tahliliy materiallari hisoblanadi. Ulgurji savdo aylanmasini tahlil qilish jarayonida korxonalar bir qator muammolarni hal qilishadi, ularni ikki guruhga bo'lish mumkin: tovar va xizmatlarni xarid qilish va sotish.

Marketingning asosiy va birlamchi tamoyili iste'molchiga yo'naltirilganlikni hisobga olgan holda, ulgurji savdo aylanmasini rivojlantirishda ulgurji sotuvchilarning asosiy xaridorlari bo'lgan ishlab chiqarish korxonalari hamda chakana sotuvchilarning xarid tanloviga ta'sir qiluvchi omillarni aniqlash va xaridorlar ehtiyojini qondirish darajasini baholashdan iboratdir. Chunki, ulgurji savdo aylanmasini rejalashtirishda faqat o'tgan yildagi ulgurji savdo aylanmasi dinamikasini tahlili asosida olingan ikkilamchi axborotlar har doim ham yetarli bo'lavermaydi. Erkin raqobatli bozor sharoitida har bir ulgurji savdo korxonalari va tashkilotlari o'z xaridorlarining ehtiyoji bo'yicha birlamchi axborotlarni to'plashi, tahlil qilishi va zaruriy qarorlarni qabul qilishi muvaffaqiyat omili hisoblanadi.

Har qanday savdo korxonasi, jumladan, ulgurji savdo korxonalarining asosiy iqtisodiy ko'rsatkichi sotishdan tushgan tushum hisoblanadi. Sotishdan tushgan tushum savdo korxonasining umumiy daromadini ifodalaydi va savdo faoliyatining asosiy natijasini ko'rsatadi. Sotishdan tushgan tushum savdo korxonasining moliyaviy holatini, bozordagi faoliyatini, bozor ulushini va mijozlar ehtiyojini qondirish darajasini bildiradigan asosiy ko'rsatkich hisoblanadi. Shuning uchun savdo korxonalari asosiy e'tiborni sotishdan tushgan tushumni oshirishga qaratadi. Natijada savdo korxonalari sotishdan tushgan tushumni oshirishlari uchun esa marketing tadbirlarini, jumladan, merchendayzing va reklamani kuchaytiradi.

Samarqand viloyatida faoliyat olib borayotgan bir qator ulgurji savdo korxonalari faoliyati o'rganildi. Jumladan, "Sherzod zoovet malham" MChJ va "Nurli zamin" MChJ ulgurji savdo faoliyati bilan shug'ullanuvchi korxonalarda tadqiqot olib borildi. Olib borilgan tadqiqotlar ulgurji savdo faoliyati bilan shug'ullanuvchi korxonalarning asosiy iqtisodiy ko'rsatkichlari tahliliga qaratildi. Korxonalarning 2020-2024-yillardagi sotishdan tushgan tushum, asosiy fondlarning o'rtacha yillik qiymati, sotishdan olingan sof foyda, korxonalarning aylanma mablag'larini shakllantirish xarajatlari, amortizatsiya to'lovlari miqdori va taqsimot xarajatlari kabi ko'rsatkichlar o'rganildi.

"Sherzod zoovet malham" MCHJning 2020-2024-yillardagi ulgurji savdo faoliyatining tahlili shuni ko'rsatadiki, korxonaning sotishdan tushgan tushimi 2024-yilda 2020-yilga nisbatan 13 foizga oshgan. Ya'ni, 2020-yilda korxonaning sotishdan tushgan tushimi 3303,9 mln. so'm bo'lgan bo'lsa, 2024-yilda 3733,4 mln. so'mni

tashkil etgan. Sotishdan tushgan tushim 2020-yildan 2024-yilgacha 429,5 mln. soʻmga oshgan. Ulgurji savdo korxonalarining boshqa iqtisodiy koʻrsatkichlari aynan sotishdan tushgan tushum oʻz taʼsirini oʻtkazadi. Korxonaning boshqa iqtisodiy koʻrsatkichlarida ham xuddi shunga oʻxshash oʻsish kuzatilgan.

Ulgurji savdo korxonalari uchun ham asosiy fondlar juda muhim hisoblanadi. Asosiy fondlar - bu ulgurji savdo korxonasining tovarlarni xarid qilish, yetkazib berish, tovarlarni saqlash, qadoqlash, ortish, tushirish va sotish jarayonlarida foydalaniladigan jihozlar, uskunalar va boshqa uzoq muddatli aktivlaridir. “Sherzod zoovet malham” MchJning 2020-yildagi asosiy fondlarining oʻrtacha yillik qiymati 828,7 mln. soʻm boʻlgan boʻlsa, 2024-yilga kelib 1080,6 mln. soʻmga oʻsgan. Bu esa korxona ulgurji savdo aylanmasini kengaytirgani, investitsiyalarini koʻpaytirganligini koʻrsatadi (1-jadval).

### 1-jadval.

#### “Sherzod zoovet malham” MCHJning 2020-2024-yillarda savdo faoliyati koʻrsatkichlari<sup>1</sup>, mln soʻm

| №  | Koʻrsatkichlar                                               | 2020-yil | 2021-yil | 2022-yil | 2023-yil | 2024-yil |
|----|--------------------------------------------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| 1. | Sotishdan tushgan tushum                                     | 3303,9   | 2516,1   | 2922,7   | 3114,7   | 3733,4   |
| 2. | Asosiy fondlarning oʻrtacha yillik qiymati                   | 828,7    | 673,7    | 742,8    | 861,3    | 1080,6   |
| 3. | Sotishdan olingan sof foyda                                  | 264,3    | 125,8    | 145,9    | 215,5    | 264,1    |
| 4. | Ishchilarning oʻrtacha soni                                  | 7        | 6        | 5        | 5        | 6        |
| 5. | Amortizatsiya toʻlovlari miqdori                             | 89,5     | 69,5     | 74,2     | 86,3     | 108,1    |
| 6. | Korxonaning aylanma mablagʻlarini shakllantirish xarajatlari | 92,6     | 84,6     | 82,7     | 85,7     | 103,4    |
| 7. | Taqsimot xarajatlari                                         | 58,6     | 50,9     | 45,4     | 42,6     | 49,1     |

Ulgurji savdo korxonalari uchun ham asosiy fondlar juda muhim hisoblanadi. Asosiy fondlar - bu ulgurji savdo korxonasining tovarlarni xarid qilish, yetkazib berish, tovarlarni saqlash, qadoqlash, ortish, tushirish va sotish jarayonlarida foydalaniladigan jihozlar, uskunalar va boshqa uzoq muddatli aktivlaridir. “Sherzod zoovet malham” MchJning 2020-yildagi asosiy fondlarining oʻrtacha yillik qiymati 828,7 mln. soʻm boʻlgan boʻlsa, 2024-yilga kelib 1080,6 mln. soʻmga oʻsgan. Bu esa korxona ulgurji savdo aylanmasini kengaytirgani, investitsiyalarini koʻpaytirganligini koʻrsatadi. Asosiy fondlarning yillik qiymati oʻsishi, korxonaning modernizatsiya qilish, yangi texnologiyalarni joriy etish yoki sotish tarmoqlarini kengaytirish jarayonini ifodalaydi.

<sup>1</sup> Korxonaning moliyaviy hisobotlari asosida muallif ishlanmasi.

Asosiy fondlarning yillik o'rtacha qiymatidagi o'sishlar ulgurji savdo korxonasining raqobatbardoshligini oshiradi.

Ulgurji savdo korxonalari uchun muhim ahamiyatga ega bo'lgan ko'rsatkichlardan biri taqsimot xarajatlari hisoblanadi. Taqsimot xarajatlari - ulgurji savdo korxonalarining tovarlar xaridi, yetkazib berish, saqlash va sotish bilan bog'liq xarajatlar bo'lib, quyidagi xarajatlarni o'z ichiga oladi:

1) Transport xarajatlari - tovarlarni xarid qilingan manbadan, to xaridorning manziligacha yetkazib berish xarajatlari.

2) Qadoqlash va yuklash xarajatlari - xarid qilingan tovarlarni qayta sotish uchun oldin qadoqlash, transport vositalariga joylashtirish bilan bog'liq bo'lgan xarajatlar.

3) Ombor xarajatlari - ulgurji xarid qilingan tovarlarni vaqtincha saqlash uchun omborlardan foydalanish xarajatlari.

4) Tashqi xizmatlar uchun to'lovlar - ulgurji xaridlarda, tovarlarni yetkazib berishda, saqlashda tashqi logistika yoki boshqa yetkazib beruvchilar xizmatidan foydalanish xarajatlari.

5) Savdo xodimlarining ish haqlari.

6) Reklama va marketing bilan bog'liq xarajalar.

“Sherzod zoovet malham” MchJning 2020-yildagi taqsimot xarajatlari 58,6 mln. so'mni tashkil qilgan bo'lsa, 2024-yilga kelib 49,1 mln. so'mga tushgan. Demak, korxonada taqsimot xarajatlarini kamaytirishga erishilgan ekan, bu esa korxonada logistika va taqsimot jarayonlarining optimallashtirilganligini yoki xarajatlarni kamaytirish uchun samarali usullarni joriy etganligini bildiradi.

Barcha korxonalarning iqtisodiy faoliyatidagi muhim ko'rsatkich sof foyda hisoblanadi. Mazkur ko'rsatkich ulgurji savdo korxonalari uchun ham o'ta muhim ko'rsatkich hisoblanadi. Sof foyda - bu tushumdan xarajatlar, soliq va boshqa majburiyatlar ayrib tashlangandan so'ng qoladigan daromadni bildiradi. “Sherzod zoovet malham” MchJning 2020-yildagi sof foydasi 264,3 mln. so'm bo'lgan bo'lsa, 2024-yilda 264,1 mln. so'mni tashkil etgan. Raqamlarga e'tibor bersak, to'rt yil davomida sof foyda o'zgarmasdan, aksincha bir oz kamaygan degan xulosani beradi. Korxonaning 2021-2023-yillar oralig'ida barcha ko'rsatkichlari keskin pastga tushib ketgan. 2024-yildan boshlab yana o'sishga erishgan.

Ulgurji savdo korxonalarining iqtisodiy faoliyatida muhim ahamiyatga ega bo'lgan ko'rsatkich aylanma mablag'lardan foydalanish samaradorligidir. Aylanma mablag'lardan foydalanish samaradorligi - bu ulgurji savdo korxonasining qisqa muddatli aktivlaridan pul mablag'lari, tovar zaxiralari, yuk aylanmasi, dibetorlik qarzlari va boshqalardan qanchalik darajada tejamkor va samarali foydalanayotganini ko'rsatuvchi ko'rsatkichdir. Boshqacha aytganda, ulgurji savdo korxonalarining ulgurji xarid va ulgurji sotuvida mavjud resurslarni qay darajada ishlashi, ulgurji savdo aylanmasi qanchalik darajada aylanib, foyda keltirayotganligini bildiradi.

Ulgurji savdo korxonalari uchun eng muhim ko'rsatkich bu ulgurji savdo aylanmasidir. Ulgurji savdo aylanmasi - bu ulgurji savdo korxonalari tomonidan ulgurji narxlarda sotilgan tovarlar yoki ko'rsatilgan xizmatlar hajmining umumiy qiymati hisoblanadi. Ulgurji savdo aylanmasi muayyan davrga nisbatan (oy, chorak,



yil) o'lanadi. "Sherzod zoovet malham" MchJning 2020-yildagi ulgurji savdo aylanmasiga nisbatan 2024-yilda 13,0 foizga oshgan. Ya'ni, 2020-yilda korxonaning ulgurji savdo aylanmasi 2834,5 mln. so'm bo'lgan bo'lsa, 2024-yilda esa 3202,9 mln. so'm bo'lgan.

Ulgurji savdo korxonalar uchun aylanma mablag'lar aylanish koeffitsiyentini hisoblash va baholash muhim hisoblanadi. Aylanma mablag'lar aylanish koeffitsiyenti ulgurji savdo korxonaning aylanma mablag'laridan qancha samarali foydalanayotganini ko'rsatadigan moliyaviy ko'rsatkich hisoblanadi. Aylanish koeffitsiyenti bo'lsa, korxona aylanma mablag'laridan samarali foydalanayotganligini, eng asosiysi tovar zaxiralarini tezda tushunga aylanayotganligini bildiradi.

Agar koeffitsiyent kichik bo'lsa, demak, tovar zaxirasi sekin aylanmoqda va bu ulgurji savdo korxonasining pul oqimining pastligidan dalolat beradi. (2-jadval).

**2-jadval.**

**"Sherzod zoovet malham" MCHJning 2020-2024 yillarda aylanma mablag'lardan foydalanish samaradorligi ko'rsatkichlari<sup>1</sup>, mln so'm**

| №  | Ko'rsatkichlar                                               | 2020-yil | 2021-yil | 2022-yil | 2023-yil | 2024-yil |
|----|--------------------------------------------------------------|----------|----------|----------|----------|----------|
| 1. | Korxona aylanma mablag'larining o'rtacha hajmi               | 3303,9   | 2516,1   | 2922,7   | 3114,7   | 3733,4   |
| 2. | Ulgurji savdo aylanmasi hajmi                                | 2834,5   | 2158,6   | 2507,5   | 2672,3   | 3202,9   |
| 3. | Davrdagi kunlar soni, kunlar                                 | 366      | 365      | 365      | 365      | 366      |
| 4. | Ulgurji savdoning o'rtacha kunlik aylanmasi                  | 7,7      | 5,9      | 6,8      | 7,3      | 8,7      |
| 5. | Soliqdan oldingi foyda                                       | 348,9    | 174,1    | 202,5    | 291,8    | 353,5    |
| 5. | Sof foyda                                                    | 264,3    | 125,8    | 145,9    | 215,5    | 264,1    |
| 6. | Korxonaning aylanma mablag'larini shakllantirish xarajatlari | 92,6     | 84,6     | 82,7     | 85,7     | 103,4    |
| 7. | Tovar zaxirasi                                               | 262,4    | 327,5    | 514,5    | 439,7    | 384,3    |
| 8. | Tovar zaxirasining tovar aylanmasi, kunlarda                 | 34       | 55       | 75       | 60       | 44       |

Ulgurji savdo korxonalarining aylanma mablag'larining aylanish koeffitsiyenti quyidagicha topiladi (3-jadval):

<sup>1</sup> Korxonaning moliyaviy hisobotlari asosida muallif ishlanmasi.

$$\text{Aylanma mablag'lar aylanish koeffitsiyenti} = \frac{\text{Ulgurji savdo aylanmasi}}{\text{Aylanma mablag'larni shakllantirish xarajatlari}} \quad (1)$$

### 3-jadval

#### “Sherzod zoovet malham” MCHJning 2020-2024 yillarda aylanma mablag'lari aylanish koeffitsiyenti tahlili<sup>1</sup>

| Yil  | Ulgurji savdo aylanmasi | Korxonaning aylanma mablag'larini shakllantirish xarajatlari | Aylanish koeffitsiyenti |
|------|-------------------------|--------------------------------------------------------------|-------------------------|
| 2020 | 2834,5                  | 92,6                                                         | 2834,5/92,6=30,6        |
| 2021 | 2158,6                  | 84,6                                                         | 2158,6/84,6=25,5        |
| 2022 | 2507,5                  | 82,7                                                         | 2507,5/82,7=30,3        |
| 2023 | 2672,3                  | 85,7                                                         | 2672,3/85,7=31,2        |
| 2024 | 3202,9                  | 103,4                                                        | 3202,9/103,4=30,9       |

Korxona 2021-yildan tashqari yillarda aylanma mablag'larini yuqori samaradorlik bilan ishlatgan. 2022-2024 yillarda bu ko'rsatkich yuqori darajada bo'lgan. Xarajatlar nisbatan o'sgan bo'lsa-da, ulgurji savdo hajmining o'sishi esa undan ham yuqoriroq bo'lgan. Bu esa o'z navbatida korxonada moliyaviy oqimlar ijobiy bo'lib qolayotganini bildiradi.

Aylanma mablag'larning aylanish muddati ham muhim ko'rsatkich hisoblanadi. Ulgurji savdo korxonalarida aylanma mablag'larning aylanish muddati juda muhim ko'rsatkich bo'lib, mazkur ko'rsatkich korxonaning moliyaviy sog'lomligi, samaradorligi va rentabelligini bildiradi. Aylanma mablag'larning aylanish muddati - ulgurji savdo korxonasining savdo faoliyatiga jalb qilingan mablag'lari to'liq bir marta aylanib chiqib, dastlabki shakliga qaytishi uchun qancha vaqt ketishini ko'rsatadi (odatda kunlarda).

Ulgurji savdo korxonalarining aylanma mablag'larining aylanish muddati quyidagicha topiladi (4-jadval):

$$\text{Aylanish muddati} = \frac{365}{\text{aylanish koeffitsiyenti}} \quad (2).$$

### 4-jadval.

#### “Sherzod zoovet malham” MCHJning 2020-2024 yillarda aylanma mablag'lari aylanish muddati tahlili<sup>2</sup>

| Yillar | Aylanish koeffitsiyenti | Aylanish muddati (kun) |
|--------|-------------------------|------------------------|
| 2020   | 30,6                    | 365/30,6≈12            |
| 2021   | 25,5                    | 365/25,5≈14            |
| 2022   | 30,3                    | 365/30,3≈12            |
| 2023   | 31,2                    | 365/31,2≈12            |
| 2024   | 30,9                    | 365/30,9≈12            |

<sup>1</sup> Muallif ishlanmasi.

<sup>2</sup> Muallif ishlanmasi.

“Sherzod zoovet malham” MchJning 2020-2024 yillardagi aylanma mablagʻlari aylanish muddati tahlili shuni koʻrsatmoqdaki, 2020, 2022, 2023 va 2024-yillarda aylanma mablagʻlari aylanish muddati bir xil 12 kun atrofida boʻlmoqda. Bu holat korxonada moliyaviy oqim, tovar zaxiralari va savdo faoliyati iqtisodiy jihatdan yaxshi ishlayotganligini bildiradi. Faqatgina 2021-yilda aylanish koeffitsiyenti 25,5 ga tushib, aylanish muddati 14 kunga choʻzilgan. Bu holatda korxonada savdo hajmining pasayishi va tovar zaxirasining ortib ketishi kuzatilgan.

Ulgurji savdo korxonalari koʻpincha katta hajmdagi tovar zaxiralari bilan ishlaydi. Shuning uchun ulgurji savdo korxonalari uchun tovar zaxiralari aylanishi muhim koʻrsatkich hisoblanadi. Tovlar zaxiralari qancha tez aylanib tursa, sotishdan tushgan tushum va ulgurji savdo aylanmasi oshadi.

Ulgurji savdo korxonalari uchun tovar zaxirasining tovar aylanmasi (kunlarda) koʻrsatkich - bu ulgurji savdo korxonasidagi tovar zaxirasining oʻrtacha qancha kunda toʻliq yangilanib, sotilayotganligini bildiradi. Bu koʻrsatkich quyidagicha aniqlanadi (5-jadval):

$$\text{Tovar zaxirasining tovar aylanmasi (kunlarda)} = \frac{\text{Tovar zaxirasi}}{\text{Ulgurji savdo aylanmasi}} \times 365 \quad (3)$$

#### 5-jadval.

#### “Sherzod zoovet malham” MCHJning 2020-2024 yillarda tovar zaxirasining tovar aylanmasi (kunlarda) tahlili<sup>1</sup>

| Yillar | Tovar zaxirasi | Ulgurji savdo aylanmasi | Tovar zaxirasining tovar aylanmasi (kunlarda) |
|--------|----------------|-------------------------|-----------------------------------------------|
| 2020   | 262,4          | 2834,5                  | 262,4/2834,5*365≈34                           |
| 2021   | 327,5          | 2158,6                  | 327,5/2158,6*365≈55                           |
| 2022   | 514,5          | 2507,5                  | 514,5/2507,5*365≈75                           |
| 2023   | 439,7          | 2672,3                  | 439,7/2672,3*365≈60                           |
| 2024   | 384,3          | 3202,9                  | 384,3/3202,9*365≈44                           |

“Sherzod zoovet malham” MchJning 2020-2024-yillardagi tovar zaxirasining tovar aylanmasi (kunlarda) koʻrsatkichining tahlilidan maʼlum boʻlishicha 2022-2023-yillarda tovar zaxirasi 2-2,5 oy davomida turib qolgan. Korxonaning tovar zaxirasi aylanmasi 2024-yilda 44 kunga qisqargan va bu esa ijobiy oʻzgarish hisoblanadi. 2024-yilda savdo hajmi oshgan va zaxira hajmi pasaygan.

Ulgurji savdo korxonalarining ulgurji savdo aylanmasining oʻrtacha kunlik aylanmasi ham korxonalar uchun muhim koʻrsatkich hisoblanadi. Ulgurji savdoning oʻrtacha kunlik aylanmasi - bu ulgurji savdo korxonasining bir kunda oʻrtacha qancha soʻmlik tovar sotayotganligini ifodalaydigan koʻrsatkichdir. Bu koʻrsatkich quyidagicha aniqlanadi:

<sup>1</sup> Muallif ishlanmasi.

$$O'rtacha kunlik aylanma = \frac{Ulgurji savdo aylanmasi}{Kunlar soni} \quad (4)$$

“Sherzod zoovet malham” MchJning 2020-2024 yillardagi ulgurji savdo aylanmasining o‘rtacha kunlik aylanmasi tahlilidan ko‘rinib turibdiki, 2021-yilda ulgurji savdo aylanmasining o‘rtacha kunlik aylanmasi sezilarli pasaygan. 2024-yilda yuqori darajadagi o‘rtacha kunlik savdoga (8,7 mln. so‘m) erishgan. Bu natija korxonaning marketing, logistika va moliyaviy boshqaruvdagi muvaffaqiyatli strategiyalarni amalga oshirganini ko‘rsatadi (6-jadval).

**6-jadval.**

**“Sherzod zoovet malham” MCHJning 2020-2024-yillarda ulgurji savdo aylanmasining o‘rtacha kunlik aylanmasi tahlili<sup>1</sup>**

| Yil  | Ulgurji savdo aylanmasi | Kunlar (yillik) | Ulgurji savdo aylanmasining o‘rtacha kunlik aylanmasi |
|------|-------------------------|-----------------|-------------------------------------------------------|
| 2020 | 2834,5                  | 366             | 2834,5/366=7,7                                        |
| 2021 | 2158,6                  | 365             | 2158,6/365=5,9                                        |
| 2022 | 2507,5                  | 365             | 2507,5/365=6,8                                        |
| 2023 | 2672,3                  | 365             | 2672,3/365=7,3                                        |
| 2024 | 3202,9                  | 366             | 3202,9/366=8,7                                        |

Mamlakatimizda faoliyat olib borayotgan ulgurji savdo tashkilotlar va korxonalar faoliyatini o‘rganish, ulgurji tovar aylanmasini tahlil qilish va rejalashtirish, marketing faoliyati bilan bog‘liq muammolarni aniqlash va yechim yo‘llari bo‘yicha tavsiyalar ishlab chiqish dolzarb masalalardan hisoblanadi. Har bir ulgurji savdo tashkiloti va korxonalarining muvaffaqiyatli rivoji faoliyat olib borayotgan hududning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishiga, sanoat, qayta ishlash sohalari ta‘minotini va iste‘mol bozorini to‘yinishini ta‘minlaydi.

### **XULOSA VA TAKLIFLAR**

Ulgurji savdo biznesining muvaffaqiyati ko‘p jihatdan xaridorlarga yo‘naltirilganlik bilan bog‘liqdir. Shundan kelib chiqqan holda, marketing tamoyillari asosida ulgurji tovar aylanmasini rejalashtirish bo‘yicha quyidagi xulosalarga kelindi:

- xaridorlar ehtiyojlarini to‘g‘ri aniqlash;
- ishlab chiqilayotgan standartlar va rejalashtirilayotgan ko‘rsatkichlar aniqlangan ehtiyojlarga muvofiqligi;
- strategik va operatsion darajadagi xizmat ko‘rsatish jarayonlarida yuzaga keladigan muammolar va ularning yechimi;
- ulgurji savdoda xaridor xarid qilgan mahsulotga ko‘rsatiladigan xizmatlarni tashkil etilishi;
- xaridorlarga ko‘rsatiladigan xizmatlar differentsiatsiyasi.

Innovatsion iqtisodiyot sharoitida marketing tamoyillari asosida ulgurji tovar aylanmasini rejalashtirishda quyidagi takliflar ishlab chiqildi:

<sup>1</sup> Muallif ishlanmasi.

– ulgurji tovar aylanmasini rejalashtirishda risk (xavf)larni oldini olish va bartaraf etish uchun tovar zaxiralarini yaratish, tovar zaxiralarini kunlar bo'yicha ta'minoti va zaxira me'yorini aniqlash;

– ulgurji tovar aylanmasini rejalashtirishda har bir tovar guruhi bo'yicha talabning rivojlanish istiqbollarini baholash va uning tovar guruhlari bo'yicha taklifi bilan muvozanatini tahlil qilish uchun sanoat va iste'mol tovarlarini ishlab chiqarish hajmi va iste'mol savati me'yorlarini ilmiy asoslangan prognozlashtirish hamda iqtisodiy-matematik modellarini ishlab chiqish.

– ulgurji savdo korxona va tashkilotlari marketing faoliyatida xaridorlarga sotuvdan oldingi va keyingi servis ko'rsatish tizimini rivojlantirish bo'yicha istiqbolli strategiyalarni ishlab chiqish;

– ulgurji savdo hajmini oshirishda onlayn platformalardan faol foydalanish, elektron tijoratni rivojlantirish, onlayn va oflayn savdo tizimlarini uyg'unlashtirish, ya'ni omni-kanal strategiyasini ishlab chiqish;

– ulgurji savdo hajmi to'g'risidagi katta hajmdagi ma'lumotlarni (big data) tahlil qilib, sotuv kanallarini takomillashtirish;

– ulgurji tovar aylanmasi yuqori bo'lgan hududlarda investitsion loyihalarni amalga oshirib, logistika markazlari hamda mahsulotlarni qayta ishlash va saralash korxonalarini tashkil etish, shuningdek ularni saqlash bo'yicha sovitkichli sig'imler, markaziy saqlash omborlarini qurish va modernizatsiya qilish;

– CRM (Customer Relationship Management) tizimlarini joriy etish orqali xaridorlar bilan uzoq muddatli va samarali aloqalarni rivojlantirish, sodiq mijozlar bazasini shakllantirish va ularni segmentlab, individual yondashuv asosida xizmat ko'rsatish;

– yirik ishlab chiqaruvchilar, transport-kommunikatsiya kompaniyalari, chakana savdo tarmoqlari va xizmat ko'rsatuvchi boshqa subyektlar bilan kooperatsiya asosida savdo-klasterlar tashkil etish va bu orqali xarajatlarni kamaytirish, xizmat ko'rsatish sifatini oshirish.

## FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Абдукаримов Б.А., Абдукаримов Ф.Б. Савдо иқтисодиёти (хўжалик субъектлари раҳбарлари ва мутахассислари ҳамда тадбиркорларга мўлжалланган ўқув қўлланма) Т.: “Ўзбекистон миллий энциклопедияси” Давлат илмий нашриёти, 2013. 166 б.

2. Абдукаримов Б.А. Ички савдо иқтисодиёти. Дарслик, 2 қисмда - Т.: “Фан ва технология”. 2015. - 387 б.

3. Albaum G., Duerr E. 7 Strandskov J. (2005). International marketing and export managment. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall

4. Ackerman, 2005 Ackerman, K. 2005. “Logistics service providers: friends, foes, and opportunity?”. In Outlook 2006 An Executive's Companion to Facing the Forces of Change, 135-148. Washington, DC: Distribution Research and Education Foundation.



5. A.Coskun Samli & Adel I. EI-Ansary (2007). The role of wholesalers in developing countries. The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research Journal, vol. 17, pp. 353-358
6. Bert Rosenbloom & Trina Larsen Andras (2008) Wholesalers as Global Marketers, Journal of Marketing Channels, pp 235-252
7. Голиков Е. А. Оптовая торговля. Менеджмент. Маркетинг. Логистика. Финансы. Безопасность / Е. А. Голиков. - М.: Экзамен, 2010. - 352 с.,
8. Costa G. Trade marketing: planificaciyn y organizaciyn / G. Costa // Direcciyn y Progreso, 1997. - № 154. - P. 39-44.
9. Chairman Hugh MacKeown (2007) Wholesaling and wholesaling research: A practitioner's viewpoint. The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research Journal, vol. 17, pp. 413-422
10. Hugh MacKeown (2007) Wholesaling and wholesaling research: A practitioner's viewpoint. The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research Journal, vol. 17, pp. 413-422
11. Матвеева О.П., Сурженко А.В. Стратегия продаж: сущность и структура // Вестник БУКЭП. - 2022. - № 1 (49). - С. 229-234.
12. Федько В.П. Основы маркетинга. Ростов н/Д: Феникс, 2001



# Marketing

*ilmiy, amaliy va ommabop jurnali*

**Muharrir:** Xakimov Ziyodulla Axmadovich  
**Ingliz tili muharriri:** Tursunov Boburjon Ortiqmirzayevich  
**Rus tili muharriri:** Kaxramonov Xurshidjon Shuxrat o'g'li  
**Musahhih:** Karimova Shirin Zoxid qizi  
**Sahifalovchi va dizaynerlar:** Sadikov Shoxrux Shuxratovich  
Abidjonov Nodirbek Odijon o'g'li

**2026-yil, fevral, 2-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](mailto:info@marketingjournal.uz)  
Bot: [@marketinjournalbot](https://t.me/@marketinjournalbot)  
Tel.: +998977838464, +998939266610  
Jurnalning rasmiy sayti: <https://marketingjournal.uz>

Marketing jurnali O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi **Oliy attestatsiya komissiyasi rayosatining 2024-yil 04-oktabrdagi 332/5 sonli qarori** bilan milliy ilmiy nashrlar ro'yxatiga kiritilgan



**"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali** 2024-yil 15-martdan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Administratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan **C-5669517** reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan. **Litsenziya raqami: №240874**



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnalining xalqaro darajasi: **9710**. ГОСТ 7.56-2002 "Seriya nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlaro standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**