

TRANSPORT EKSPEDITORLIK KORXONALARIDA DAVLAT -XUSUSIY SHERIKLIK TIZIMIDAN FOYDALANISH

Ergasheva Muxabbat Abdusamadovna

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti

E-mail: mukhabbatergasheva@gmail.com

Annotatsiya

Mazkur tadqiqotda transport ekspeditorlik korxonalarida davlat-xususiy sheriklik tizimidan foydalanish hamda marketing strategiyalarini takomillashtirish masalalari tahlil qilindi. Transport xizmatlariga bo'lgan talabning ortishi sharoitida xizmatlarni segmentlash, raqobatbardoshlikni baholash va samarali boshqaruv yondashuvlari o'rganildi. Empirik tahlil asosida korxonalar o'rtasida tariflar, xizmat sifati va raqamlashtirish darajasida farqlar mavjudligi aniqlandi. Davlat-xususiy sheriklik mexanizmi infratuzilmani rivojlantirish va investitsiyalarni jalb qilishda samarali vosita sifatida baholandi. Marketing strategiyalarini optimallashtirish va xizmatlar samaradorligini oshirish bo'yicha takliflar ishlab chiqildi.

Kalit so'zlar: transport ekspeditorlik xizmatlari, marketing strategiyasi, davlat-xususiy sheriklik, raqobatbardoshlik, logistika, raqamlashtirish, tarif siyosati.

Аннотация

В исследовании проанализированы вопросы использования государственно-частного партнёрства и совершенствования маркетинговых стратегий в транспортно-экспедиторских предприятиях. В условиях роста спроса на транспортные услуги изучены сегментация услуг, оценка конкурентоспособности и методы эффективного управления. На основе эмпирического анализа выявлены различия между предприятиями по тарифам, качеству услуг и уровню цифровизации. Государственно-частное партнёрство определено как эффективный инструмент развития инфраструктуры и привлечения инвестиций. По результатам исследования разработаны предложения по оптимизации маркетинговых стратегий и повышению эффективности услуг.

Ключевые слова: транспортно-экспедиторские услуги, маркетинговая стратегия, государственно-частное партнёрство, конкурентоспособность, логистика, цифровизация, тарифная политика.

Abstract

The study analyzed the use of public-private partnership and the improvement of marketing strategies in transport forwarding enterprises. Under conditions of increasing demand for transport services, service segmentation, competitiveness assessment, and management approaches were examined. Empirical analysis identified differences among enterprises in pricing, service quality, and level of digitalization. Public-private partnership was identified as an effective tool for infrastructure development and investment attraction. Based on the results, recommendations were developed to optimize marketing strategies and improve service efficiency.

Keywords: transport forwarding services, marketing strategy, public-private partnership, competitiveness, logistics, digitalization, pricing policy.

KIRISH

Avtotransport korxonalarida transport ekspeditorlik xizmatlarini asosiy vazifasi - korxonalar va aholining yukini o‘z vaqtida va sifatli tashishni amalga oshirish bilan bog‘liqdir. O‘zbekiston Respublikamiz Prezidenti Sh.Mirziyoyevning Oliy Majlis va O‘zbekiston xalqiga murojaatnomasida 3-yo‘nalish tariqasida - ichki bozorda talabni rag‘batlantirish masalasiga alohida masalasiga alohida e‘tibor qaratilganligi va hozirgi global iqtisodiyot sharoitida logistika tizimini samarali tashkil etishda korxonalar faoliyatini muhim omillaridan biri hisoblanadi. Tovarlarini tez va samarali yetkazib berishi iqtisodiy samaradorlikni ta‘minlaydi. Aholi daromadlarini ko‘paytgan xizmatlarga, jumladan avtotransport xizmatlariga talabni oshirib, servis sohasi iqtisodiyotning yetakchi sohasiga aylanishiga zamin yaratilayotganligidan dalolat beradi. 2025-yil mobaynida xizmatlar hajmi qariyb 15 foizga o‘sib, 82 milliard dollarga yetganini alohida ta‘kidlab o‘tishimiz zarur [1].

ADABIYOTLAR SHARHI

O‘rganilayotgan mavzu, ya‘ni DXSH mexanizmini ishlab chiqishda mamlakatimizda juda ko‘p olimlar izlanishlar amalga oshirilgan. Masalan, TDIU ilmiy kengashida himoya qilingan ishlarda, Mamayusupova D.B., Nabijonova N.M., dissertatsiyalarida ushbu mexanizmni shakllantirish bo‘yicha o‘z takliflarini berishgan.

Biz ham tadqiqotlarimizda davlat-xususiy sheriklik loyihasi tariqasida davlat va xizmat ko‘rsatish tashkiloti yoki tadbirkor o‘rtasidagi munosabatlarni qanday bo‘lishini ko‘rib chiqishga harakat qildik. Eslab o‘tgan Qonunda davlat - xususiy sheriklik loyihasi iqtisodiy, ijtimoiy va infratuzilmaviy vazifalarni hal etishga qaratilgan bo‘lib, xususiy investitsiyalarni jalb qilish va ilg‘or boshqaruv tajribasini joriy etish asosida amalga oshiriladigan tadbirlar mazmuniga aytiladi. Ushbu majmua biz tomondan taklif etilayotgan tashkiliy - iqtisodiy mexanizmining o‘zagi bo‘lib hisoblanadi.

Hozirgi kunda davlat xususiy sheriklik uch shaklda amalga oshirilishi mumkin. Birinchi navbatda, xususiy sektorning mulki davlat korxonalarining ishlab chiqarish yoki xizmat ko‘rsatish jarayoniga davlat listingi yoki tashkilotning ma‘lum bir qismini (aksiya, boshqa qimmatbaho qog‘ozi) sotuvchi orqali amalga oshiriladi. Ikkinchi shakli, davlat tomonidan davlat xizmatlarini amalga oshirish ma‘lum davlat korxonasini boshqarishni xususiy sheriklikka ishonib, mas‘uliyatni o‘tkazishga aytiladi. Sheriklikning uchinchi shakli, xususiy hamkorning davlat aktivlaridan tijorat samarali foydalanish maqsadida davlat xizmatlarini xususiy hamkorga sotuvini qoplashdan iboratdir.

Xizmat ko‘rsatish sohasini rivojlantirish borasida ikkinchi shaklni qo‘llash maqsadga muvofiqdir. Bunday kelishuvni amalga oshirishda davlat manfaatini ifoda etuvchi viloyat, shahar, tuman hokimiyati qoshidagi xizmatlar sohasini boshqarish bo‘limi, yoki Davlat unitar tashkiloti bilan shu sohadagi tadbirkorlar bilan kelishuv yoki loyihalarni amalga oshirilishi lozim bo‘ladi.

O‘zbekiston 2030 strategiyasining 53 - bandida O‘zbekiston Respublikasining global transport logistika tarmoqlariga integratsiyasini chuqurlashtirish aholiga transport xizmatlarini ko‘rsatish, transport tizimining salohiyatini oshirish,

raqobatdoshlik darajasini oshirish yo'lovchi va yuk tashish xizmatlari hajmini 3 barobarga oshirish muhimligini ta'kidlab o'tilgan [2].

Transport ekspeditsiya xizmatlarini (TEX) amalga oshiruvchi korxonalarining marketing strategiyasini amalga oshirish uchun birlamchi navbatda raqobatchilarning faoliyatini baholashni ko'rib chiqishimiz lozim. Ushbu baholash tizimini amalga oshirish uchun ikki xil segmentda faoliyat yuritayotgan avtotransport korxonalarini tezkor va shoshilinch bo'lmagan yuk tashuvchi toifalariga taqsimlaymiz. Tezkor yukni shahar bo'yicha tashish segmentida (tashuv muddati 4 kundan ortiq bo'lmagan) faoliyat yuritayotgan quyidagi avtotransport korxonalarini tanlab oldik:

- "CARGO.UZ"
- "BB LOGISTICS" MCHJ;
- "ALL CARGO" LK;
- "ARROW GREEN LOGISTICS" MCHJ;
- "CHINA CARGO LOGISTICS"
- "TOSHSAXARTRANSEKSPEDITSIYA" MCHJ.

Shoshilinch bo'lmagan yuklarni tashuvi segmentida (tashuv muddati 4 kundan 14 kungacha, masofaga qarab) esa quyidagi avtotransport korxonalarini ajratib olindi:

1. "ACCESS WORLD TRANSPORT" MCHJ
2. "ROAD TRANS LOGISTICS" MCHJ
3. "PBS IMPEX" MCHJ
4. "STL SPEED - LOGISTICS" MCHJ
5. "CARGO PRO GROUP" MCHJ
6. "TOSHSAXARTRANSEKSPEDITSIYA" MCHJ.

E'tibor bersak, "Toshshaxartransekspeditsiya" MCHJ oxirgi yillarda nafaqat Toshkent shahar va viloyatiga, balki boshqa viloyatlar hududida ham ikkala segmentda faoliyat yuritib kelmoqda.

Raqobatdoshlik ko'rsatkichlari 4 ball shkala bo'yicha hisoblanib, har bir ballning mohiyati 1- jadvalda keltirilgan (1-jadvalga qarang).

1- jadval.

Raqobatdoshlik ko'rsatkichlarini ballar bilan baholashning mazmuni

Me'zonlar	Raqobatdoshlik ko'rsatkichlari
Geografik kamroq	4-keng miqyosda, respublika barcha viloyatlarida faoliyat ko'rsatadi
	3-yetarli darajada qamrov
	2-hududlarni nisbatan qamragan
	1-xizmat ko'rsatish doirasi tor, faqat yirik shaharlarda faoliyat yuritadi.
Tariflar darajasi	4-past
	3-nisbatan yuqori
	2-yuqori
	1-juda yuqori
Yuk jo'natuvchi hududida yukni qabul qilish	4-barcha iste'molchilarga ularning hududida xizmat ko'rsatadi
	2,5-ma'lum iste'molchilarga kelishilgan holda xizmat ko'rsatiladi.
	1-xizmat ko'rsatilmaydi
Qabul qiluvchining eshigigacha yetkazish	4-korxonada faoliyati deyarli barcha hududlarda
	3-deyarli yirik korxonalariga xizmat ko'rsatadi

Me'zonlar	Raqobatdoshlik ko'rsatkichlari
	2-ma'lum yirik hududlarda xizmat ko'rsatiladi
	1-xizmat ko'rsatilmaydi
Qo'shimcha xizmatlar ko'rsatish	4-keng miqyosdagi xizmatlar (sug'urtalash, ajratish, qadoqlash, saqlash, qo'riqlash, yuklash-tushirish)
	3-deyarli keng miqyosida
	2-yetarli darajada qamrab olingan
	1-tor
Nufuz (imij)	4-transport xizmatlari bozorida obro'li va hurmatga ega, kuchli kompaniya
	3-taniqli kompaniya, ishonchli
	2-tor doirada taniqli, nufuzi aniq emas
	1-kompaniya deyarli notanish, nufuzi yo'q
Internet orqali hisob - kitob qilish	4-bunday tizim mavjud
	1-bunday tizim yo'q
Yukni yetkazishning nazorat tizimi	4-tizim mavjud
	1-tizim yo'q

Obyektiv natija olish uchun so'rovnomada nafaqat TEXning xizmatlaridan foydalanuvchi kompaniyalar, balki boshqa raqobatchilar xizmatidan foydalanuvchilar ham ishtirok etishdi. 2-jadvalda buyurtmachilarning muhim bo'lgan ko'rsatkichlari guruhlashtirilgan.

2 - jadval.

Raqobatdoshlik ko'rsatkichlarining ketma - ketligi

Ko'rsatkichlar	rang
Geografik qamrov	0,17
Tariflar darajasi	0,19
Jo'natuvchining yukini qabul qilish	0,15
Qabul qiluvchining eshigigacha yetkazish	0,15
Qo'shimcha xizmatlar ko'rsatish	0,09
Nufuz (imij)	0,08
Internet orqali hisob kitob - qilish	0,06
Yukni yetkazishning nazorat tizimi	0,11
Ranglar yig'indisi	1,00

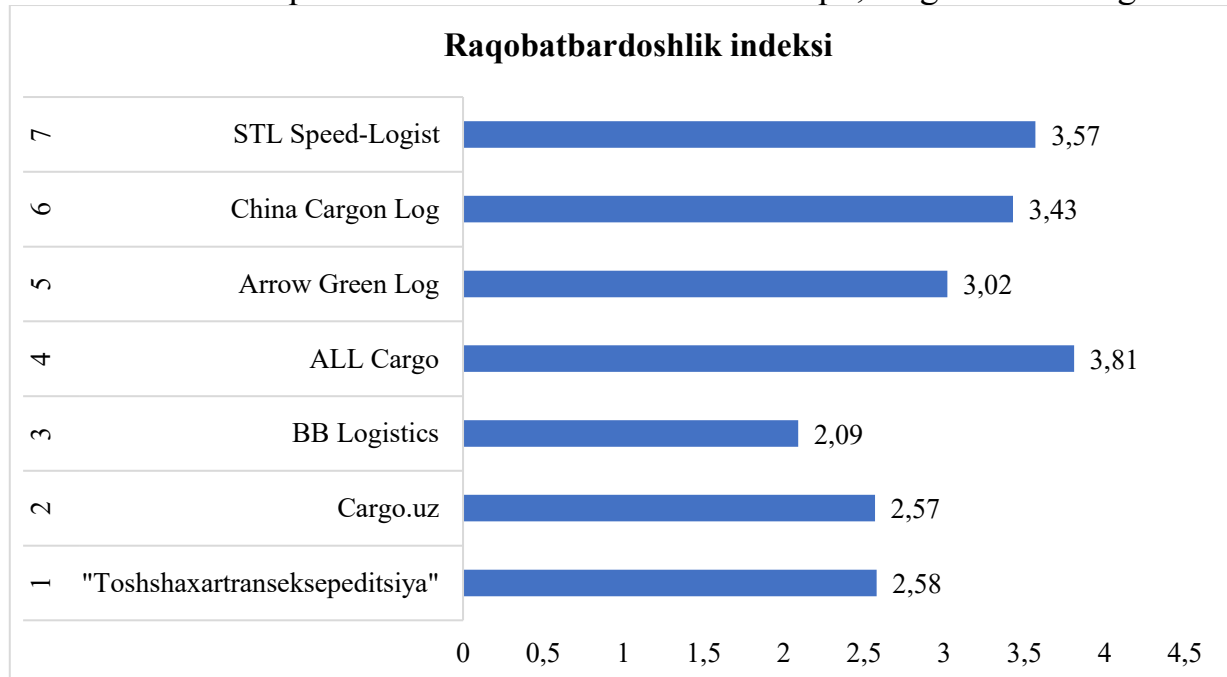
Geografik qamrovda xizmat ko'rsatilayotgan shaharlarga emas, balki barcha hududlar miqyosida baholanganligi sababi ko'rsatkichning obyektivligini ko'rsatish uchun xizmat qilganligidir.

Tariflar darajasini baholash uchun O'zbekistonning 6 ta yirik shaharlarda (Toshkent, Jizzax, Samarqand, Farg'ona, Andijon va Namangan) tanlab olingan. Tezkor yukni tashuvini amalga oshirishda yuklar 50 kg, muddati shoshilinch bo'lmagani - 350 kg mo'ljallangan. Bir xilgi avtotransport korxonalari tarif hududlari bo'yicha taqsimlab xizmat ko'rsatiladi.

Narx bo'yicha "Toshshaxartransekspeditsiya" MCHJ qolganlarga nisbatan past ko'rsatkichga ega bo'lib, eng yuqori tarif "Arrow Green Logistics" MCHJda kuzatilgan. Barcha raqobatchilar 1- jadvalda berilgan ballar bilan baholangan. Uning

asosida ekspert baholari va avtokorxonalarning ochiq ma'lumotlaridan foydalanganmiz. Har bir ko'rsatkich bo'yicha baholashning natijalarini 2-ilovada keltirganmiz.

Ular asosida raqobatdoshlik indeksini hisoblab chiqib, diagramma tuzilgan:



1-rasm. Shoshilinch tashuv segmentida faoliyat yuritayotgan avtotransport korxonalarining raqobatbardosh indeksi¹

1-rasmdan ko'rinib turganidek raqobatbardoshlik indekslarini qo'shilganda yetakchilik "All Cargo" logistik kompaniyaga tegishli bo'lib, kompaniyada transport-ekspeditsiya xizmatlar bozorida o'ziga xos taniqli, ijobiy nufuzga ega bo'lib, yuklarini ishonuvchilarga avtotransport korxonasi paytida doimiy ravishda o'zgarib turuvchi ma'lumotlarni yetkazib berishga xizmat qiladi. Kompaniyaning eng asosiy yutug'ini ifoda etuvchi ko'rsatkich, bu saytda xizmat narxini hisoblab berish orqali shaffoflikni ta'minlashi bo'lib hisoblanadi. Shuningdek kompaniya shoshilinch bo'lmagan yuklarni yetkazish segmentida yetakchi kompaniyalardan biri ekanligini alohida aytib utishimiz lozim.

Eng yaqin raqobatchi tariqasida "Toshshaxartransekspeditsiya" MCHJni ko'rishimiz mumkin. Ularning ekspeditsiya bozorida eski vakil tariqasida tan olinganligi, doimiy iste'molchilarning, ya'ni mijozlarning ishonchini orttirib kelmoqda. Ammo hozirgi kunda tashkilotning saytida xizmat narxini tezkor hisoblash holati doimiy ravishda amalga oshirilmasligidan iborat. Buning uchun transport xizmatlari bozorida, ya'ni faqat aholini tashuvini amalga oshiruvchi taksilarida "Yandeks" kompaniyasining tajribasini qo'llanilishi maqsadga muvofiq bo'lar edi. Buni amalga oshirishda korxonaga marketologlarni jalb qilinishi, bozordagi vaqt, narx, kunning davomiyligi va boshqa omillariga tayangan holda optimal yo'nalishlarni

¹ Muallif ishlanmasi

tashkil etish, yo‘l-yo‘lakay boshqa yuklarni xam manzilga yetkazishni rejalashtirishni talab qiladi.

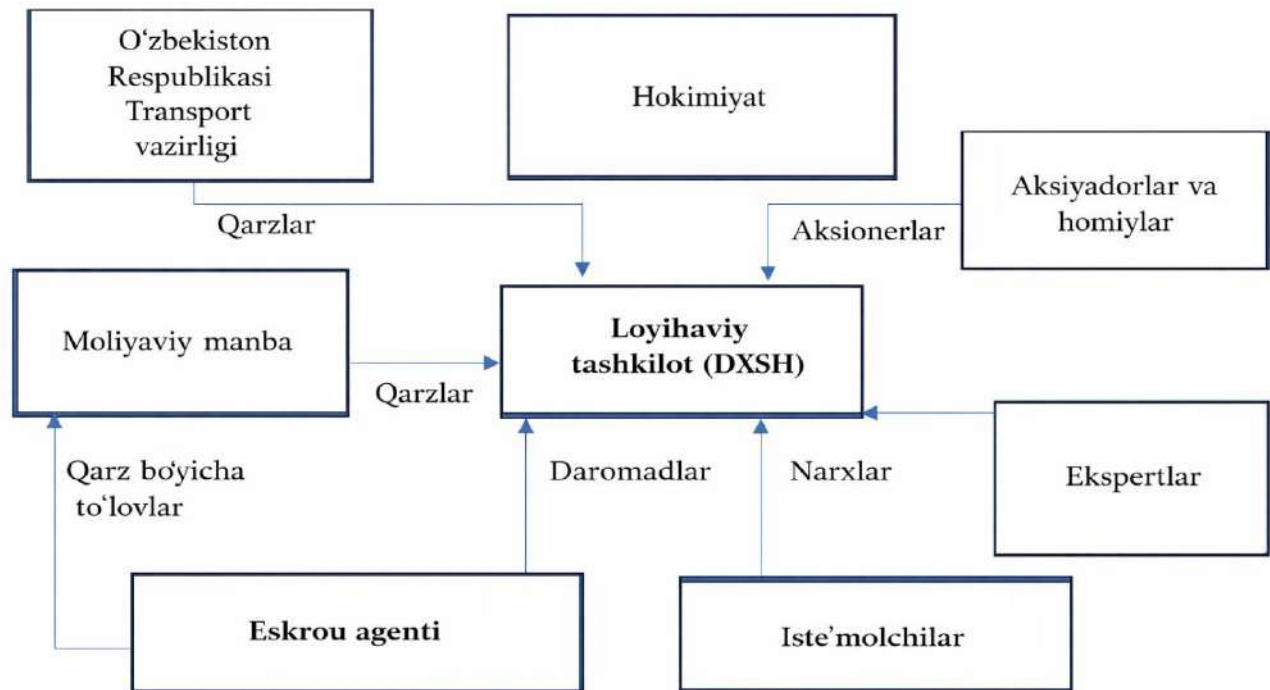
Avtotransport korxonalarida transport ekspeditorlik xizmatlarini amalga oshirishda xizmatlar sifati va madaniyatiga ehtiyojni tobora oshib borayotganligini ko‘rishimiz mumkin. Transport ekspeditorlik xizmatlarini amalga oshirishda zamon talablariga mos bo‘lgan raqamlashtirish, sun‘iy intellektdan foydalangan xolda marketing tadqiqotlarini amalga oshirishda subyektiv qarorlardan voz kechishi, ekologik talablarni ya‘ni EURO-5, EURO - 6 standartlariga moslashish tajribasini qo‘llash muhim bo‘lib hisoblamaymiz.

DXSH O‘rganilayotgan mavzu, ya‘ni DXSH mexanizmini ishlab chiqishda mamlakatimizda juda ko‘p olimlar izlanishlar amalga oshirilgan. Masalan, TDIU ilmiy kengashida himoya qilingan ishlarda, Mamayusupova D.B., Nabijonova N.M., dissertatsiyalarida ushbu mexanizmni shakllantirish bo‘yicha o‘z takliflarini berishganl .

Mazkur tadqiqot doirasida davlat-xususiy sheriklik (DXSh) loyihalari kontekstida davlat hamda xizmat ko‘rsatish tashkilotlari yoki tadbirkorlik subyektlari o‘rtasidagi institutsional munosabatlarning mazmun-mohiyati tizimli ravishda tahlil qilindi. Amaldagi qonunchilikka muvofiq, davlat-xususiy sheriklik loyihasi iqtisodiy, ijtimoiy va infratuzilmaviy muammolarni hal etishga yo‘naltirilgan bo‘lib, u xususiy investitsiyalarni jalb etish hamda ilg‘or boshqaruv tajribalarini joriy etish asosida amalga oshiriladigan kompleks chora-tadbirlar majmuini ifodaladi. Mazkur yondashuv doirasida shakllantirilgan tizim taklif etilgan tashkiliy-iqtisodiy mexanizmning konseptual asosini tashkil etdi hamda uning funksional barqarorligi va samaradorligini ta‘minlovchi markaziy element sifatida namoyon bo‘ldi.

Davlat xususiy sheriklik uch shaklda amalga oshirilishi mumkin. Birinchi navbatda, xususiy sektorning mulki davlat korxonalarining ishlab chiqarish yoki xizmat ko‘rsatish jarayoniga davlat listingi yoki tashkilotning ma‘lum bir qismini (aksiya, boshqa qimmatbaho qog‘ozi) sotuvchi orqali amalga oshiriladi. Ikkinchi shakli, davlat tomonidan davlat xizmatlarini amalga oshirish ma‘lum davlat korxonasini boshqarishni xususiy sheriklikka ishonib, mas‘uliyatni o‘tkazishga aytiladi. Va, oxirgi sheriklikning uchinchi shakli, xususiy hamkorning davlat aktivlaridan tijorat samarali foydalanish maqsadida davlat xizmatlarini xususiy hamkorga sotuvini qoplashdan iboratdir.

Mazkur tadqiqot natijalari xizmat ko‘rsatish sohasini rivojlantirishda ikkinchi shaklni qo‘llash maqsadga muvofiq ekanligini tasdiqladi. Bunday kelishuvlarni amalga oshirish jarayonida davlat manfaatlarini ifoda etuvchi subyekt sifatida viloyat, shahar yoki tuman hokimliklari huzuridagi xizmatlar sohasini boshqarish bo‘limlari yoxud davlat unitar tashkilotlari ishtirok etdi. Mazkur sohada faoliyat yurituvchi tadbirkorlik subyektlari bilan o‘zaro kelishuvlar tuzish hamda tegishli loyihalarni amalga oshirish zarurati yuzaga keldi. Bu borasida 2 - rasmda biz ushbu biznes-loyihani amalga oshirish tuzilmasini keltirishimiz mumkin.



2 - rasm. Davlat - xususiy sheriklik loyihaning tuzilmasi¹.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Tadqiqot natijasida transport ekspeditorlik korxonalarida marketing strategiyalarini takomillashtirish hamda davlat-xususiy sheriklik mexanizmlaridan foydalanish xizmatlar samaradorligini oshirishda muhim omil ekanligi aniqlandi. Raqobat muhiti sharoitida xizmatlarni tezkor va oddiy segmentlarga ajratish korxonalar faoliyatini optimallashtirish imkonini berdi. Raqobatbardoshlikni baholash asosida ayrim korxonalarda xizmat sifati, raqamlashtirish darajasi va narx shakllanishida farqlar mavjudligi aniqlangan. Tahlillar transport xizmatlariga bo'lgan talab ortib borayotganini va ushbu sohada boshqaruv yondashuvlarini takomillashtirish zarurligini ko'rsatdi. Davlat-xususiy sheriklik tizimi infratuzilmani rivojlantirish, investitsiyalarni jalb qilish va xizmatlar sifatini oshirishda samarali vosita sifatida baholandi.

Tadqiqot natijalariga asoslanib quyidagi takliflar ishlab chiqildi:

transport ekspeditorlik korxonalarida xizmatlarni raqamlashtirish darajasini oshirish va onlayn hisob-kitob tizimlarini joriy etish;

marketing strategiyalarini xizmat segmentlari bo'yicha differensial yondashuv asosida ishlab chiqish;

raqobatbardoshlikni baholashda yagona indikatorlar tizimini amaliyotga joriy qilish;

davlat-xususiy sheriklik loyihalarini kengaytirish orqali logistika infratuzilmasini rivojlantirish;

¹ Muallif ishlanmasi

transport xizmatlarida xarajatlarni kamaytirish va sifatni oshirishga qaratilgan innovatsion texnologiyalarni qo'llash;

raqamli platformalar va sun'iy intellekt asosida yuk tashish jarayonlarini optimallashtirish;

xalqaro tajribani o'rganish va milliy sharoitga moslashtirish.

Ushbu takliflar transport ekspeditorlik xizmatlari bozorida raqobatbardoshlikni oshirish, xizmatlar sifatini yaxshilash va iqtisodiy samaradorlikni ta'minlashga xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyevning Oliy Majlis va O'zbekiston xalqiga murojaatnomasi / "Xalq so'zi", 2025-yil 27-dekabr. Murojaatnomasi.

2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 11-sentabr PF-158-son "“O'zbekiston-2030” strategiyasi to'g'risida”gi Farmoni <https://lex.uz/en/docs/6600413>

3. Икрамов М.А., Зохидов А.А. Автомобильно - дорожный сектор государств Центральной Азии: проблемы и перспективы развития. Монография. - Т.: изд. библ. А.Навои, 12,5 п. л

4. Икрамов М.А. Маркетинговая стратегия Республики Узбекистан в сфере услуг. Конф. ТДИУ 2017 й. 24 ноябрь. 281-284 б.

5. Икрамов М.А., Эргашева М.А., Тураев С.Т. Проблемы подготовки инженерных кадров в условиях цифровизации Фарғона политехника институти «Инсон капитали ва технологик инновацияларни ривожлантириш, иклим муаммолари ечими ҳамда ресурслар самарадорлиги орқали узок муддатли барқарор иқтисодий ўсишга эришиш» мавзусидаги халқаро илмий - амалий анжуман 27-27 сентябр Фарғона - 2024 й 47 - 53б.

6. .Икрамов М.А. Ғиёсиддинов Б.Б Муҳаммад ал-Хоразмий номидаги Тошкент ахборот технологиялари университети Фарғона филиали Аниқ ва табиий фанларни ривожлантиришда рақамли ва технологияларнинг ўрни: муаммолар ва инновацион ечимлар мавзусидаги халқаро илмий - техник конференция материаллар тўплами 2-қисм 4-5 октябр Фарғона 2024й 497-502б

7. Ergasheva M.A. Yuk tashuvchi avtotransport korxonalarida xizmat ko'rsatishning xususiyatlari "Yashil iqtisodiyot va taraqqiyot" jurnali № 10 - son 2024 y

8. Ergasheva M.A. Nuritdinov J.D. Aholiga yuk tashish xizmatini ko'rsatish strategiyasi "Marketing" ilmiy amaliy va ommabop jurnal № 4-son 2025 y 285-292 b.

9. Ergasheva M.A. Avtotransport xizmatlari bozorining samarali tashkil etish konsepsiyasi "Iqtisodiy taraqqiyot va tahlil" jurnali 7-son 2025 y

10. Ergasheva M.A. Transport - ekspeditsiya xizmatlari bozorida marketing konsepsiyasi "Marketing" jurnali 7 - soni 2025-yil

11. Ergasheva M. Avtotransport korxonalarining raqobatdoshligini oshirish va baholash. Moliya ilmiy jurnali 5-soni TMI 2023-y. 147-154 b.

12. www.stat.uz -O‘zbekiston Respublikasi Milliy statistika qo‘mitasining rasmiy sayti.



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

2026-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**. GOCT 7.56-2002 " Seriyali nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlararo standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**