

Yashil

IQTISODIYOT va TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, siyosiy, ilmiy, ommabop jurnal

2
0
2
4



No 4

- 08.00.01 Iqtisodiyot nazariyasi
- 08.00.02 Makroiqtisodiyot
- 08.00.03 Sanoat iqtisodiyoti
- 08.00.04 Qishloq xo'jaligi iqtisodiyoti
- 08.00.05 Xizmat ko'rsatish tarmoqlari iqtisodiyoti
- 08.00.06 Ekonometrika va statistika
- 08.00.07 Moliya, pul muomalasi va kredit
- 08.00.08 Buxgalteriya hisobi, iqtisodiy tahlil va audit
- 08.00.09 Jahon iqtisodiyoti
- 08.00.10 Demografiya. Mehnat iqtisodiyoti
- 08.00.11 Marketing
- 08.00.12 Mintaqaviy iqtisodiyot
- 08.00.13 Menejment
- 08.00.14 Iqtisodiyotda axborot tizimlari va texnologiyalari
- 08.00.15 Tadbirkorlik va kichik biznes iqtisodiyoti
- 08.00.16 Raqamli iqtisodiyot va xalqaro raqamli integratsiya
- 08.00.17 Turizm va mehmonxona faoliyati



74-91 xalqaro daraja
ISSN: 2992-8982



Yashil

IQTISODIYOT va TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, siyosiy, ilmiy, ommabop jurnal

Bosh muharrir:

Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich

Bosh muharrir o'rinbosari:

Karimov Norboy G'aniyevich

Elektron nashr. 882 sahifa.

E'lon qilishga 2024-yil 30-aprelda ruxsat etildi.

Muharrir:

Qurbonov Sherzod Ismatillayevich

Tahrir hay'ati:

Salimov Oqil Umrzoqovich, O'zbekiston fanlar akademiyasi akademigi
Abduraxmanov Kalandar Xodjayevich, O'zbekiston fanlar akademiyasi akademigi
Rae Kvon Chung, Janubiy Koreya, TDIU faxriy professori, "Nobel" mukofoti laureati
Osman Mesten, Turkiya parlamenti a'zosi, Turkiya – O'zbekiston do'stlik jamiyati rahbari
Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich, t.f.d., prof., O'zR Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vaziri
Buzrukxonov Sarvarxon Munavvarxonovich, i.f.d., O'zR Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vaziri o'rinbosari
Axmedov Durbek Kudratillayevich, i.f.d., prof., O'zR Oliy Majlisi qonunchilik palatasi deputati
Axmedov Sayfullo Normatovich i.f.n., professor, MIM akademiyasi rektori
Xudoyqulov Sadirdin Karimovich, i.f.d., prof., TDIU YoMMMIB birinchi prorektori
Abduraxmanova Gulnora Kalandarovna, i.f.d., prof., TDIU Ilmiy ishlar va innovatsiyalar bo'yicha prorektori
Kalonov Muxiddin Baxritdinovich, i.f.d., prof., "O'IRIAM" ilmiy tadqiqot markazi direktori – prorektor
Yuldashev Mutallib Ibragimovich, i.f.d., TMI professori
Samadov Asqarjon Nishonovich, i.f.n., TDIU professori
Slizovskiy Dimitriy Yegorovich, t.f.d., Rossiya xalqlar do'stligi universiteti professori
Mustafakulov Sherzod Igamberdiyevich, i.f.d., prof., Xalqaro "Nordik" universiteti rektori
Aliyev Bekdavlat Aliyevich, f.f.d., TDIU professori
Axmedov Ikrom Akramovich, i.f.d. TDIU professori
Po'latov Baxtiyor Alimovich, t.f.d., profesor
Eshtayev Alisher Abdug'aniyevich, i.f.d., TDIU professori
Isakov Janabay Yakubbayevich, i.f.d., TDIU professori
Musyeva Shoira Azimovna, SamDu IS instituti professori
Axmedov Javohir Jamolovich, i.f.f.d., "El-yurt umidi" jamg'armasi ijrochi direktori o'rinbosari
Toxirov Jaloliddin Ochil o'g'li, t.f.f.d., TAQU katta o'qituvchisi
Xalikov Suyun Ravshanovich, i. f. n., TDAU dotsenti
Kamilova Iroda Xusniddinovna, i.f.f.d., TDIU dotsenti
Nosirova Nargiza Jamoliddin qizi, i.f.f.d., TDIU dotsenti
Rustamov Ilhomiddin, f.f.n., Farg'ona davlat universiteti dotsenti
Fayziyev Oybek Raximovich, i.f.f.d. (PhD), Alfraganus universiteti dotsenti
Sevil Piriyeva Karaman, PhD, Turkiya Anqara universiteti doktoranti
Mirzaliyev Sanjar Maxamatjon o'g'li, TDIU mustaqil tadqiqotchisi
Utayev Uktam Choriyevich, O'zR Bosh prokuraturasi boshqarma boshlig'i o'rinbosari
Ochilov Farxod, O'zR Bosh prokuraturasi iqtisodiy jinoyatlarga qarshi kurashish departamenti bo'limi boshlig'i
Yaxshiboyeva Laylo Abdisattorovna, TDIU katta o'qituvchisi

Ekspertlar kengashi:

Berkinov Bazarbay, iqtisodiyot fanlari doktori, professor
Hakimov Ziyodulla Ahmadovich, i.f.d, TDIU dotsenti
Tuxtabayev Jamshid Sharafetdinovich, i.f.f.d, TDIU dotsenti
Xamidova Faridaxon Abdulkarim qizi, i.f.d., TMI dotsenti
Babayeva Zuhra Yuldashevna, TDIU mustaqil tadqiqotchisi

Muassis: "Ma'rifat-print-media" MChJ

Hamkorlarimiz: Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti, O'zR Tabiat resurslari vazirligi, O'zR Bosh prokuraturasi huzuridagi IJQK departamenti.



MUNDARIJA

Organizational Behavior and Leadership.....	10
Ibrokhim Gulomov	
Baliqchilikda klasterlarini tashkil etishning nazariy asoslari	18
Olim Murtazayev, Muydinov Olim Bekmuratovich	
Оценка состояния привлечения инвестиций в сферу туризма Узбекистана и механизмы управления	24
Арзиматов Бобирмирзо Зокирджон угли	
Biologik aktivlar buxgalteriya hisobni milliy va xalqaro standartlarga muvofiq takomillashtirish masalalari ...	27
Axmadaliyeva Zebo Abduxalimovna	
Aholi yashash joylarida yong'in risklarini bartaraf etish xizmatlardan foydalanish imkoniyatlari	32
Aziz Zikriyoev	
O'zbekistonda ilmiy darajali kadrlar tayyorlash tizimi boshqaruvining tashkiliy tuzilmasi va vazifalari.....	40
Beknaeva Shaxnoza Vladimirovna	
Mintaqaviy turizmning iqtisodiyot rivojlanishiga ta'siri (O'zbekiston turistik xizmatlar bozori misolida).....	45
D. B. O'roqova	
Qishloq xo'jaligi mahsulotlarini ko'paytirishning asosiy yo'llari.....	50
Ibrohimov Boburmirzo Baxtiyor o'g'li, Sayfiddinov Sarvarbek Anvarbek o'g'li	
Sanoat korxonalarining aksiyalar bozoridagi faoliyati tahlili: muammolar va yechimlar	55
Igitov Jurabek Kuzibekovich	
Qurilishda modernizatsiya va diversifikatsiya qilish asosida yangi ishlab chiqarish quvvatlarini oshirish	63
Islamov Ozodjon	
Sanoat korxonalari innovatsion salohiyatini oshirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmini takomillashtirish yo'llari.....	67
J. K. Boymurodov	
Mamlakatda yashil iqtisodiyotni rivojlantirish yo'nalishlari	72
Kadixodjayeva Nilufar Raxmatullayevna	
BlokchEYn texnologiyalari yordamida raqamli iqtisodiyotni o'zgartirish	77
Karabayev Rustam Zafarovich, Saitkamolov Muxammadxo'ja Sobirxo'ja o'g'li	
Raqamli iqtisodiyot sharoitida zamonaviy mehnat bozorining rivojlanishi	84
Layli Mirzayeva	
Xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirishda investitsion resurslardan samarali foydalanish mexanizmlari.....	88
Luiza Komilovna Xaydarova	
Umumta'lim muassasalari sonining ekonometrik tahlilini pedAgogik metodlar yordamida amalga oshirish....	93
Ravshanova Muhayyo Maxmanazarovna	
O'zbekiston tarixiy shaharlarida turistik faoliyati shakllanishi va ularni boshqarishning nazariy asoslari.....	98
Meliqulov G'ayrat Abdug'afforovich	
Iqtisodiy rivojlanish va ilmiy tadqiqot rivojlanishining havo ifloslanish darajasiga ta'siri	105
Murodullayev Kamoliddin Sherzod o'g'li, Sadibekova Bibisora Djapparovna, Turdiqulov Farrux Ravshanjon o'g'li	
Hududlarni rivojlantirish va "yashil iqtisodiyot"ni shakllantirishning ekologik muammolari.....	110
Maxkamov Saidafzal Saidkamol o'g'li, Yigitaliyeva Dilnavo Mansurjon qizi	
Ekoturizm obyektining tasniflanishi va alohida xususiyatlari	116
Qodirov Azizjon Anvarovich	
Mamlakatimiz oliy ta'lim tizimida sifat menejmentidan foydalanishning konseptual asoslari	121
Saidqulova Firusa Farmonovna	
Bo'lajak iqtisodchilarning kasbiy kompetensiyalari.....	125
Shukurova Marifat Xodjiakbar qizi	
Ta'limning bosqichlari va ularning inson kapitalini shakllantirishdagi ahamiyati	129
To'rayeva Hurriyat To'yqulovna	



Hududlarda to'g'ridan to'g'ri xorijiy investitsiyalarni jalb etish dasturini amalga oshirishda marketingni rivojlantirish yo'llari	136
Xamidov O. X., Tojiyeva A. F.	
Investitsiyalar marketingining strategik aspektlari.....	143
Xodjamberdiyeva Dilnoza Bahtiyorovna	
Xorijiy investitsiyalarni jalb etishda investitsion muhit jozibadorligini oshirishga nazariy qarashlar	149
A. Bektemirov, A. A. Abdurahmonov	
Qishloq xo'jaligi raqobatbardoshligini oshirishning ilg'or xorij tajribasi	154
Abdulloev Asliddin Junaydullayevich, Ochilov Narzullo Fayzulloyevich	
Sanoat ishlab chiqarish tizimining investitsion xususiyatlari.....	159
Yodgorova Xalima To'liqinovna	
Turizm sohasi uchun yuqori malakali kadrlarni tayyorlashda davlat va xususiy sherikchilikning o'zaro bog'liqligi tahlili.....	165
Raxmatov Adxam Itolmasovich	
Mamlakatimizda turizm tashkilotlari faoliyatini qo'llab-quvvatlash maqsadida marketing instrumentlari orqali samarali tizim yaratish.....	169
Suyunova Kamilla Baxromovna	
Qishloq xo'jaligida agrokimyo xizmatlar ko'rsatishning iqtisodiy samaradorligini oshirish yo'llari	173
Tabayev Azamat Zaripbayevich	
Yashil iqtisodiyotga investitsiyalarni jalb qilishni faollashtirish muammolari	178
Xomitov K. Z., Masharipova S. R.	
Considerations on the Problem of Illegal Migration and Human Trafficking	183
Azamatova Gulmira Bayirbekovna, Otarbayeva Guljan Kobeyevna	
Sustainable Development and Environmental Economics in Uzbekistan: A Focus on Carbon Pricing and Renewable Energy	186
Muhammadiyev Po'latjon Ilhomjon o'g'li, Urganbayeva Dilnoza Toxtasinovna	
The use of Digital Technologies in the Provision Of Utilities to the Population	192
Mamanazarov Oybek Shomurodovich, Inoyatova Durdona Shoxaydarovna, Alijonov Jamshid Alijon o'g'li	
The Current State of the Digital Economy in the Agrarian Sphere: Problems and Solutions	196
Babadjanov Abdirashid Musayevich	
Behavioral Theory of the Firm.....	201
Egamberdieva Oydin Abror qizi	
The Role of Information Technologies in Increasing the Capitalization of Commercial Banks	207
Egamova Makhfurat Esanovna	
Финансовые риски в исламском финансировании для внедрения в Республики Узбекистан	211
Абдуллоев Фуркат Олимджонович	
Совершенствование методологии экспертизы инвестиционных проектов	216
Бекимбетова Гулнора Маратовна	
Методические подходы к формированию механизмов стратегического управления развитием химической отрасли.....	223
Бибутова Шахло Саъдуллаевна	
Меры по снижению доли теневой экономики в стране.....	228
Махмудова Юлдузхон Бахромжон кизи, Сафаров Гиёсиддин Абдуллаевич ўғли	
Формирование национальной инновационной системы – одна из приоритетных задач повышения конкурентоспособности Республики Узбекистан	232
Н. М. Махмудов, А. А. Алиев, З. А. Мирзоев	
Мониторинг и анализ современного состояния и развития промышленности в Узбекистане.....	237
Назарова Раъно Рустамовна, Исмоилова Малика Дилшодовна	
Цифровая платформа как инструмент трансформации бизнес-процессов.....	243
Раупов Жамшид Рашидович	
Роль применения ключевых показателей эффективности труда на предприятиях.....	249
Рахматуллаева Шахноза Хамидовна	



Влияние цифровой трансформации на инвестиционную привлекательность Узбекистана.....	255
Саитхамолов Мухаммадхожа Сабирходжа угли, Маркабаева Жансая Айбек кызы	
Организация и координация методической помощи при управлении педагогическими кадрами	261
Хакимова Майя Юрьевна	
Интеграция узбекистана в мировое экономическое содружество путем унификации бухгалтерского учета на основе МСФО	266
Зарипова Саёхат Зафаровна	
Tijorat banklari tomonidan investitsiya loyihalarini moliyalashni rivojlantirish imkoniyatlari.....	271
Abduqodirova Ozoda Anvarjon qizi	
Tijorat banklari tomonidan jismoniy shaxslarga ajratilgan kreditlarning joriy tahlili.....	276
Abdusalomov Jaxongir O'ktam o'g'li	
Globalashuv sharoitida mamlakatimizda sug'urta bozorini raqamlashtirishning ahamiyati	282
Anvarova Z.	
The Role of Parents and Teachers in Promoting a Healthy Lifestyle in Children.....	286
Axtamov Djamshed Baxromovich	
A Study of the Importance of Green Economy in Uzbekistan Sustainable Economic Development and its Measurement Indicators in Relation to Environment.....	291
Ataniyazova Maksuda Baltayevna, Tairova Zarnigor Mammot qizi	
Konsolidatsiyalashgan moliyaviy hisobot tuzishning zarurligi.....	296
Avazov Iloxom Ravshanovich	
Foydani soliqqa tortish obyekti sifatidagi iqtisodiy tarkibi.....	301
Axrorov Zarif Oripovich	
Surxondaryo viloyatida aholining uy-joy bilan ta'minlanganlik darajasini tahlili.....	309
Ibragimov Qobil To'xtamishovich	
Review of Methodological Approaches to Enterprises Financial Condition Analysis.....	314
Ismailova Maxbuba Mirxalilovna	
Innovatsion rivojlanish sharoitida xizmat ko'rsatish sohasini tasniflanishining nazariy va ilmiy asoslari.....	319
Masharipova Manzura Alimbayevna	
Korxonalarda benchmarking strategiyalarini qo'llashning ijtimoiy-iqtisodiy mexanizmlari.....	325
Narziyeva Dilafiruz Muxtorovna	
Davlat budjetining soliqsiz daromadlari shakllanishini takomillashtirish yo'llari.....	330
O'ktamova Nargiza Narzulla qizi	
Mamlakatimizda sanoat ishlab chiqarishi korxonalarining rivojlanish holati tahlili.....	334
Olimov Maqsudjon Komiljon o'g'li	
Moliyaviy natijalar to'g'risidagi hisobotni moliyaviy hisobotning xalqaro standartlar talablari asosida tuzish.....	339
Pardayeva Zulfizar Alimovna	
Raqamlashtirish sharoitida qo'shma korxonasi faoliyatining tahlili.....	343
Rashidov Jamshid Xamidovich	
Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning rivojlanishida oilaviy tadbirkorlikning o'rni.....	348
Raximov Baxromjon Ibroximovich, Saloxiddinov Zuxriddin Nuriddin o'g'li	
Raqamli iqtisodiyot sharoitida xizmat ko'rsatishning ilmiy asoslari.....	352
Suyunov Asror Baxtiyorovich	
Raqamli iqtisodiyot sharoitida telekommunikatsiya sohasini rivojlantirish ilmiy asoslari.....	356
Toshmatov Salohiddin Zayniddinovich	
Raqamli iqtisodiyot sharoitida innovatsiyalarni joriy etishning huquqiy masalalari.....	360
Turg'unov Saloxiddin Jamol o'g'li, Mirzayeva Mohidil Vohidovna	
Zamonaviy sharoitlarda korxonalarning moliyaviy baqarorligini yaxshilash masalalari	366
Usmanova Guljahon Ulug'bek qizi	
Franshizalarni jalb qilishda davlat boshqaruvi tizimida marketing tadqiqotlarining ahamiyati	371
Xodjayev Anvar Rasulovich	



Transport Decarbonization Strategy.....	377
Yarashova Vasila Kamalovna, Muradov Bekzod Xidirnazar ugli	
Temir yo'l transportida ishlab chiqarish faoliyatining iqtisodiy samaradorligini oshirish	382
Yermatova Dilnoza Axmadjonovna	
Iqtisodiyotda davlat ishtirokini qisqartirish va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish istiqbollari	387
Yuldashev Xusniddin Abdullayevich	
Issiqlik ta'minoti xizmatlarini ko'rsatish samaradorligi va sifatini baholash ko'rsatkichlari tizimi	390
Abdulaziz Abdumo'minovich Matro'ziyev	
Issiqlik ta'minoti xizmatlari sifatiga ta'sir etuvchi omillar va ularni baholash	394
Abdulaziz Abdumo'minovich Matro'ziyev	
Jismoniy shaxslarning mol-mulkiga soliq solishni takomillashtirish.....	399
Abdullayev Zafarjon Alijonovich, Zaydullayev Abduhabib Boliqul o'g'li	
Sug'urta tashkilotlarida hisob siyosatini ishlab chiqishning ahamiyati.....	404
Abduraimova Maftunaxon Axmatovna	
Bank risklarini boshqarishning xalqaro tajribalari.....	409
Abdurasulov Jaxongir Abduvaliyevich	
Tadbirkorlik subyektlari ijtimoiy ma'sulligini ta'minlash mexanizmining amal qilish darajasi	416
Bayisbayev Javlon Nurlanovich	
Qishloq aholisining qishloq xo'jaligida bilim va innovatsiyalarni o'zlashtirishga ta'sir etuvchi omillarni iqtisodiy baholash (Samarqand viloyati misolida).....	421
Bozorova Lobar Nuralevna	
Направления совершенствования инновационных стратегий в деятельности промышленных предприятий	427
Дониерова Зухрабону Алишер кизи	
Mol-mulk solig'ining korxonalar faoliyatiga ta'siri.....	432
Qudiyarov Kishibay Ramatullayevich	
Banklar reytingini aniqlash va barqarorligini ta'minlashning ustuvor yo'nalishlari.....	438
Maxmudov Omon Tuxtayevich	
Iqtisodiyotni modernizatsiyalash sharoitida tijorat banklarining aktiv va passiv operatsiyalarini innovatsion usullar orqali boshqarishni takomillashtirish	442
Mo'minova Ma'suda Baxtiyarovna	
Auditorlik tekshiruvini dasturiy ta'minot asosida tashkil etish: muammo va yechimlar.....	447
Nazarova Kamola Sattoral qizi	
Ishlab chiqarish infratuzilmasini rivojlantirishning davlat tomonidan tartibga solish konsepsiyasi.....	453
Normurodov Xusan Eshmaxmatovich	
O'zbekiston Respublikasida kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning ahamiyati hamda uni rivojlantirish istiqbollari.....	460
Nurullayeva Shaxnoza, Saydullayeva Saodat	
Tijorat banklari inson kapitali samaradorligini baholashda KPI ko'rsatkichlaridan foydalanish mexanizmlari	467
Turaeva Mastura Kurbanovna	
Сущность и особенности инвестиционно-строительного процесса	471
А. Бектемиров, Б.М. Абдувалиев	
Tijorat banklarida muammoli kreditlarni boshqarishning dolzarb masalalari.....	478
Saidov Hayotjon Raxmatulloyevich	
Tijorat banklarida kredit operatsiyalari hisobini takomillashtirish.....	482
Sa'dullayeva Asalxon Muzaffarovna	
Ko'p tarmoqli fermer xo'jaliklarining raqobatbardoshlikni baholash usullari	485
Abdulloyev Asliddin Junaydullayevich, Teshayev Mirolim Djumayevich	
Tadbirkorlik subyektlarida soliq yukini optimallashtirish mexanizmi	490
To'xsanov Qudratillo Nozimovich	



Davlat sektorida ichki audit tadbirlarini umumiy rejalashtirish Xamidova Z. U.	495
Aholi moliyaviy savodxonligini oshirish va uning ahamiyati..... Xudayarova Xurshida Abdunazarovna	501
Kambag'allikni qisqartirishning xorijiy mamlakatlar tajribasi..... Xudoyberdiyev Jamshid Juraboy o'g'li	505
Oliy ta'lim muassasalarida buxgalteriya hisobi va ichki auditni takomillashtirish..... Shaymatova Nargiza Ashurovna	511
Raqamli iqtisodiyot sharoitida sug'urta xizmatlari..... Shodmonova Odina G'ofur qizi	516
Fuqarolar davlat pensiya ta'minoti tizimining amaldagi holati tahlili..... Sholdarov Dilshod Azimiddin o'g'li	520
Aholiga bank xizmatlari ko'rsatishning ijtimoiy ahamiyati..... Eldor Uskanov	525
Innovatsion boshqaruvning ilg'or xorijiy tajribalari Yusupova Jamila Karamatdinovna	530
Neft-gaz korxonalari moliyaviy-iqtisodiy faoliyati natijalari tahlili ("O'ZBEKNEFTGAZ" AJ misolida) Umurzoqov Jamoliddin Sherbekovich	534
Korxonalarda savdo marketing faoliyati samaradorligini baholash..... Sobirov Azizbek Avzbekovich	541
Moliyaviy firibgarliklarga qarshi kurashishda raqamli texnologiyalardan foydalanish imkoniyatlari..... Gadaev Ismat Yadgarovich	548
Hududlarda islom iqtisodiyoti tamoyillari asosida amalga oshirilgan investitsion loyihalar: to'siqlar va yechimlar Irgasheva Gulbahor Sodiqovna	551
O'zbekistonda investitsiyalardan samarali foydalanish asosida oziq-ovqat sanoati samaradorligini oshirish yo'llari..... Kobilova Nasiba Xurramovna	554
Foreign Economic Relations as a Factor of Effective Functioning of the Economy Bakhodurova Sulkhiya Azizkhodjaevna, Li Marina Rudolfovna, Mukhtarova Donata Ravshanbekovna, Romashkin Roman Anatolyevich	561
Modern Approaches to the Organization and Development of the Consumer Services Market..... Musyeva Shoira Azimovna	566
Ishlab chiqarish siklini qisqartirishning iqtisodiy samaradorligi..... Odina Nabiyeвна Tuychiyeva, Nazarova Latofat Toirjon qizi	570
Asalarichilik mahsulotlari bozorida marketing strategiyasini amalga oshirish..... Rashidova Xadicha Tursunalievna	575
Iqtisodiyotni modernizatsiyalash sharoitida bank faoliyatini iqtisodiy-matematik modellashtirish yo'llari Raxmanov Mexridin Sindarovich	581
Korporativ boshqaruv amaliyoti bo'yicha hisobot tuzish bo'yicha xorijiy tajriba..... Tashmatov Rustam Xusanovich	586
Iqtisodiyotda davlat ishtirokini qisqartirish va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish istiqbollari Yuldashev Xusniddin Abdullayevich	592
Iqtisodiyotda turizm o'rnini statistik baholash uslubiyoti..... Zilola Jumanova	595
Финансовые риски в исламском финансировании для внедрения в Республики Узбекистан Абдуллоев Фуркат Олимджонович	602
Блокчейн-технология и информационная безопасность в цифровой экономике Узбекистана..... Кадиров Алишер Исмаилович	607
Цифровая платформа как инструмент трансформации бизнес-процессов Раупов Жамшид Рашидович	611



O'zbekistonda zamonaviy kabel va sim mahsulotlari ishlab chiqaruvchi korxonalar faoliyatiga nazar.....	617
Rashidova Odina Olimjon qizi	
Современные тенденции развития валютных отношений в Узбекистане	622
Камалов Камолатдин Кахрамонович	
Sug'urta sohasining O'zbekiston iqtisodiyotidagi o'rni	626
Sharobiddinov Akramjon Goyibbayevich	
Kichik biznes va tadbirkorlikni rivojlantirishning xorij tajribasi va undan O'zbekistonda foydalanish yo'nalishlari	630
Fayziyeva Aziza Azamat qizi	
Modeling the Stackelberg strategy in a linear model (linear city) Hotelling.....	635
Musayeva Shaira Azimovna, Usmonova Dilfuza Ilkhomovna	
Mulkning kapitallashuvi darajasini iqtisodiy jihatdan amalga oshirish samaradorligini baholash uslublari.....	644
Norboyev Odil Abrayevich	
Tijorat banklarining kredit portfelini amaliy holati va ekonometrik tahlillari: ATB "Aloqabank" misolida.....	649
Norov Akmal Ruzimamatovich, Norova Nozima Nabiyeвна	
O'zbekistonda "yashil iqtisodiyot" muhitida kreditlash va moliyalashtirish imkoniyatlari	654
Taxir Urkinbayev	
Budjet tashkilotlarida ichki nazorat tizimini tashkil qilishning xususiyatlari.....	658
Abduraxmanov Ramazon Abdullayevich	
Chinese Commercial Banks Experience in Asset Diversification	663
Uktamova Nozima Narzulla kizi	
Sanoat taraqqiyotida ishlab chiqarish korxonalarini ustuvor rivojlantirish istiqbollari.....	667
Yadgarov Akram Akbarovich	
Анализ деятельности коммерческих банков Узбекистана по кредитованию физических лиц.....	673
Базарова Нигора Равшановна	
Mahalliy va xorijiy investitsiyalarni jalb etishning innovatsion jarayonlarga ta'sirini baholash.....	684
Bobobekov Ergash Abdumalikovich	
Raqamli iqtisodiyot sharoitida innovatsiyalarning iqtisodiy samaradorligini oshirish yo'llari	689
Kuziyeva Nargiza Ramazanovna, Xusanov Faxriddin Jamoliddin o'g'li	
Tashqi mehnat migratsiyasi.....	694
O. N. Djurayev	
Raqamli iqtisodiyotda sanoat tarmog'ining davlat tomonidan qo'llab-quvvatlanishini baholash	699
Otaboyeva Dildora	
Nobank kredit tashkilotlarining moliyaviy xizmatlari sifatini oshirishning xorijiy mamlakatlar tajribasi	705
Raimov Xurshid Muxtorovich	
Tijorat banklarida moliyaviy injiniringni qo'llash istiqbollari	711
Saipnazarov Sherbek Shaylavbekovich	
O'zbekiston Respublikasi moliya bozorida tijorat banklari faoliyati: muammo va yechimlar	716
Toymuxamedov Ibroxim Rixsiboevich, Jumaev Islombek Akram o'g'li	
Agrar ta'lim tizimida boshqaruv samaradorligini oshirish yo'llari	723
Boltayev Nurali Shiramatovich, Beglayev Uchqun Xurramovich, Abdiyev Izzat Risqiboyevich	
O'zini o'zi band qilgan shaxslardan olinadigan soliqlarni takomillashtirish orqali yashirin iqtisodiyotni jilovlash masalalari	731
Davranov Iskandar Jumayevich	
Iqtisodiy konsentratsiyalarni tartibga solish va nazorat qilishni takomillashtirish.....	738
Luqmanov Sharifxon A'zam o'g'li	
Role of Private and Public Kindergartens in Early Childhood Development	744
Makhmudova Munisakhon Abbos qizi	
"Yashil" enegriya quvvatlarini barpo etish iqtisodiy barqarorlikni ta'minlash asosi sifatida.....	749
Muminova Elnoraxon Abduraimovna, Umarova Dilnoza Oybek qizi	
Xo'jalik yurituvchi subyektlarda CVP-tahlilni tashkil etishning muammoli jihatlari	754
Qlichev Baxtiyor Pardayevich	



Korxonada likvidlik riskini minimallashtirish orqali uning moliyaviy barqarorligini saqlab qolish	759
Latipova Shaxnoza Maxmudovna	
Развитие международных торгово-экономических связей Республики Узбекистан	766
Ким Татьяна Валерьевна, Гофуржонов Шахрибону Бахромжон кизи	
Kapital qurilishni boshqarish samaradorligini oshirishning dolzarb masalalari	774
A. Bektemirov, M. U. Sarimsoqov	
O'zbekiston mehnat bozorida yoshlarning ish bilan bandlik darajasini oshirish.....	780
Mambetjanov Qahramon Qurbandurdiyevich, Bahromov Shahzod Fazliddinovich	
Роль имиджа в улучшении инвестиционной привлекательности высших учебных заведений.....	787
Жанзаков Бекзот, Жонузиков Мирзабек	
Innovatsion kichik tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash bo'yicha xorij tajribasi va uni mamlakat iqtisodiyotida qo'llash imkoniyati.....	795
Toshaliyeva Saodat Toxirovna, Eshqulova Dilorom Abduravupovna	
Перспективы развития банковского сектора в Узбекистане для иностранных туристов	802
Муминов Шахзод Низомиддинович, Каримова Азиза Махомадризовна	
Innovatsion faoliyat moliyaviy modellari va mexanizmlarini rivojlantirishning konseptual asoslari	806
Ruzibayeva Nargiza Xakimovna	
Qishloq xo'jaligi tarmoqlarini innovatsion rivojlantirish bo'yicha xorijiy tajribalar va ulardan respublikamizda samarali foydalanish yo'llari	814
Ishniyazov Baxrom Normamatovich	
Turistik xizmatlarining o'ziga xos xususiyatlari va marketing tadqiqotlari.....	819
Berdiqulova Iroda Rayimqulovna	
Qoraqalpog'iston qishloq xo'jaligi: asosiy muammolar va rivojlanishining ustuvor yo'nalishlari	823
Yeshimbetov Uktamjon Xudaybergenovich	
Iqtisodiyotning erkinlashtirilishi sharoitlarida kichik biznes sektori rivojlanishining imkoniyatlari.....	832
Botirova R. A., Sirojiddinov I. Q.	
Kriptovalyuta va blokcheyn tadqiqotlari: tendensiyalar va istiqbollar	835
Berdiqulov Jurabek	
Bank risklarni monitoring qilish tizimini takomillashtirish	837
Hamroyev Sherzod Axtamovich	
O'zbekiston hududlariga xorijiy investitsiyalarni jalb qilishda ko'p qavatli "yashil" fermer xo'jaliklarini tashkil etishning ahamiyati	843
Turdimuratova Aziza Alisherovna	
Surxondaryo viloyatining mahalliy budjet daromadlarini oshirish yo'llari va uni arima modeli asosida prognozlash.....	846
Abdunazarova Shahnoza Norqo'chqor qizi	
Qishloq xo'jaligi tarmog'ining mamlakat iqtisodiyotidagi o'rni va undagi tarkibiy o'zgarishlarni statistik baholash.....	856
Zakirova Umida Maxamadaminovna	
O'zbekiston Respublikasida xizmat ko'rsatish korxonalarining ijtimoiy-iqtisodiy mohiyati	863
Pardayev Jamshid Muzaffarovich	
Turizm bozorini rivojlantirishda mehnat bozorining tutgan o'rni va ahamiyati	872
Berdiqulova Iroda Rayimqulovna, Berdikulov Jurabek	
Проблемы расчета определения и планирования прибыли предприятий в условиях модернизации экономики	876
Алиева С.С.	



INVESTITSİYALAR MARKETINGINING STRATEGIK ASPEKTLARI

Xodjamberdiyeva Dilnoza Bahtiyorovna
Buxoro viloyati Osiyo Xalqaro Universiteti magistranti



Annotatsiya: Maqolada korxonalar tomonidan investitsiyalarni jalb qilish sohasida marketing faoliyatini tadqiq qilish jihat-lari muhokama qilinadi. Muallif investitsiya marketingining mohiyatini ochib beradi, o'z oldiga investorlarni jalb qilishni maqsad qilib qo'ygan korxonalarga nisbatan marketing strategik elementlarini taqdim etadi. Zamonaviy iqtisodiy sharoit-larga qarab, investitsiya faoliyati mahsuloti, investitsiya marketingida strategik omilning o'ziga xos xususiyatlari, investit-siya mahsulotini joylashtirish va rag'batlantirish xususiyatlari aniqlanadi. Investitsion jozibadorlik darajasiga ko'ra taqdim etiladigan va investitsiya obyektni potensial imkoniyatda joylashtirish bosqichlari aniqlanadi. Investitsion mahsulotni ilgari surish vositalariga alohida e'tibor qaratilib, PR strategiyalari eng samarali tadbirlardan biri sifatida ko'rib chiqilgan. Joy-lashtirish va o'zaro targ'ibot kanallari strategik maqsadlar bo'yicha tadqiq qilingan.

Kalit so'zlar: Investitsiyalar marketingi, investitsiya faoliyati mahsuloti, investitsion jozibadorlik, investitsiya sig'imi, inves-titsion marketing strategiyasi, investitsiya mahsulotini rag'batlantirish, joylashishni aniqlash investitsiya mahsulotini ishlab chiqish.

Abstract: The article discusses the aspects of marketing activity research in the field of investment attraction by enter-prises. The author reveals the essence of investment marketing, presents strategic elements of marketing for enterprises aiming to attract investors. Depending on the modern economic conditions, the product of investment activity, the specific characteristics of the strategic factor in investment marketing, the characteristics of investment product placement and promotion are determined. According to the level of investment attractiveness, the stages of placement of the investment object in a potential opportunity are determined. Special attention was paid to the means of promotion of the investment product, and PR strategies were considered as one of the most effective activities. Placement and cross-promotion chan-nels are researched for strategic purposes.

Key words: Investment marketing, investment activity product, investment attractiveness, investment capacity, invest-ment marketing strategy, investment product promotion, positioning investment product development.

Аннотация: В статье рассматриваются аспекты исследования маркетинговой деятельности в сфере привлечения инвестиций предприятий. Автор раскрывает сущность инвестиционного маркетинга, представляет стратегические элементы маркетинга предприятий, стремящихся привлечь инвесторов. В зависимости от современных эконо-мических условий, продукта инвестиционной деятельности определяются конкретные характеристики стратеги-ческого фактора инвестиционного маркетинга, особенности размещения и продвижения инвестиционного про-дукта. По уровню инвестиционной привлекательности определяются этапы размещения объекта инвестирования в потенциальной возможности. Особое внимание было уделено средствам продвижения инвестиционного про-дукта, а PR-стратегия признана одним из наиболее эффективных направлений деятельности. Каналы разме-щения и перекрестного продвижения исследуются в стратегических целях.

Ключевые слова: Инвестиционный маркетинг, продукт инвестиционной деятельности, инвестиционная привлека-тельность, инвестиционный потенциал, стратегия инвестиционного маркетинга, продвижение инвестиционного продукта, позиционирование разработки инвестиционного продукта.

MAVZUGA OID ADABIYOTLAR SHARHI

Milliy iqtisodiyotda investitsiya bozorining shakllanishi ushbu bozorda marketing tamoyillaridan foydalanish zaruratini taqazo qiladi. Investitsiyalar marketingi bu investitsion faoliyat marketingini anglatmada keng ma'noda investitsion faoliyatda marketing tizimini ishlab chiqish va undan foydalanish kompleksini anglatadi. Bu investit-sion faoliyat natijasi marketing tizimi bilan qanchalik bog'liq yoki unga zarurat yuzasidan kelib chiqadi.

Investitsiya marketingining mohiyatini ikki nuqtayi nazardan ko'rib chiqaylik. Nazariy nuqtayi nazardan, bu yakuniy iste'molchilarning real ehtiyojlari va potensial manfaatlariga mos keladigan investitsiyalar sohasida ishlab chiqarish va iqtisodiy qarorlarni yaratishga qaratilgan keng qamrovli, dasturiy faoliyatdir.

Investitsiyalar marketingi va uning strategik xususiyatlari ba'zi olimlar tomonidan umumiy, xususiy yoki maxsus jihatlari bo'yicha tadqiq qilingan.

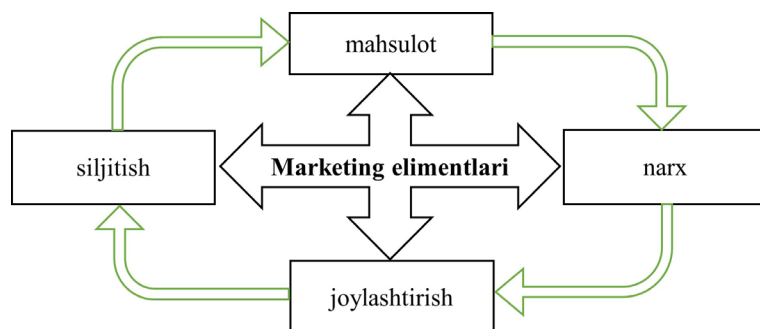
1. Asaul A. N., Graxov V. P. Investitsiyalar va qurilish sohasidagi integratsiyalarni boshqarish jihatlari tadqiq qilgan ^[1]. Ashimxonova S.Z. Investitsion faoliyatni brend nuqtayi nazardan tadqiq qilgan ^[2].
3. Kotler F., Armstrong G., Sonders G., Vong V. Marketing asoslari darsligida investitsion marketing va uning strategiyalarini umumiy tamoyillar jihatidan o'rgangan ^[3]. Polunin L.V. Innovatsion korxonalarning investitsiya jarayonlarining mintaqaviy jihatlari tadqiq qilgan ^[7]. Xrutskiy V. E., Kornyeva I. V. zamonaviy marketing elementlarini investitsion faoliyat bilan bog'lab tushintirishga harakat qilgan ^[10]. Shelest A.P. biznesida integratsiyalashgan marketingni tashkil etishni kengroq o'rgangan^[11].

Shunday bo'lsa-da investitsiyalar marketingi strategiyasini tizim sifatida tadqiqotlar yetarli emas va bu mavzuning dolzarbligini belgilab beradi. Yuqoridagi olimlarning tariflarini umimlashtirib quyidagi xususiy tavsiyalarini keltirishimiz mumkin.

Investitsion faoliyat mahsuloti – bu o'zining kuchli va zaif tomonlariga ega bo'lgan aniq obyektga investitsiya. Obyektga investitsiyalar marketingi ma'lum bir investitsiya loyihasining marketingini anglatadi. Amaliy nuqtayi nazardan – bu marketing va real investitsiya faoliyatining sintezidir ^[1; 12].

TAHLIL VA NATIJALAR

Marketing faoliyati, xususan, marketing strategiyalari orqali investitsiyalarni jalb qilish uchun quyidagi asosiy an'anaviy kompleks elementlarni asos qilib olish kerak: mahsulot, narx, joylashishni aniqlash va ilgari surish (1-rasm) ^[3].



Ular an'anaviy 4P funktsiyasidan biroz farq qiladi (Mahsulot, Narx), taqsimlash (joy), ko'tarilish, (Rag'batlantirish), J. Makkarti tomonidan taklif qilingan ^[3; 5].

Investitsiyalarni jalb qilishda marketing elementlarining tipologik funktsiyasi strategik omillar bilan uning samarasi o'rtasidagi bog'liqlik marketing funktsiyasini ifodalaydi va quyidagi ko'rinishda tavsiflanadi. $Im = f(M, N, J, S)$.

Korxonaning investitsion faoliyati strategiyalaridan kelib chiqib, boshqa domenat yoki qo'shimcha marketing elementlari kiritilishi mumkin. Bu korxona yoki ixtiyoriy xo'jalikning umumiy, xususiy yoki maxsus maqsadlaridan kelib chiqadi. U holda investitsion marketing strategiyasining tizimli kompleks omilli funktsiyasi shakllantiriladi. U ikki kompleksdan iborat bo'ladi. Birinchisi ishlab chiqarish ikkinchisi sotuv kompleksi. Ishlab chiqarish kompleksi quyidagi elementlardan singari tarkiblanishi mumkin:

$Im = f(x, r, i)$ xaridor, raqobatchi, infratuzilma;

$Ichs = f(p, ik, k)$ resurs, ishchi kuchi, kapital;

$Io = f(t, m, p)$ texnologiya, mutaxassis, pul;

Korxonaning sotish strategiyasining tizimli kompleks omilli funktsiyasi;

$Ss = f(M, J, B)$ marketing, joy, bozor;

$ss = f(P, lk, K)$ vositachi, reklama, kommunikatsiya;

$Ss = f(T, M, P)$ brend, merchandayzing, siljitish.

Marketing elementlariga ustunlik berish shu elementlar bazasi bilan bog'liq ma'lum strategiyalarni qo'llash orqali tegishli imkoniyatlarni beradi. Ya'ni har bir marketing elementi alohida strategik birlikni pirovardida kompleks strategiyani tashkil qiladi. Investitsion faoliyatda marketing strategiyalaridan foydalanish quyidagi asosiy samaralarni ta'minlaydi:



- natijaviy sohalarga investitsiya afzalligi;
- yuqori rentabellik va past risklar;
- bozor afzalliklarini amalga oshirish va potensial muvaffaqiyatli chiqish. Investitsiyalarni jalb qilish sohasidagi marketing faoliyatining asosiy yo'nalishi – bu muayyan obyektning imijini maqsadli shakllantirish, ijobiy rivojlantirish va targ'ib qilish.

Investitsion marketing elementlariga asoslangan strategiyalar aksar hollarda umumiy bo'lgan uch tip strategiyalar orqali amalga oshiriladi.

1-jadval: Investitsion marketing strategiyalari yo'nalishlari¹

Investitsion marketing strategiya tiplari	Bozorga kirish atributlari	Ko'lam atributlari	Harakat atributlari	Risk atributlari	Xos element atributlari
agressiv	Moliyaviy ustunlik	Yirik va monopolistik korxonalar	Moliyaviy, texnologik tashkiliy va shiddatli barqaror bosim	Oligopolistik risk	Mahsulot
sokin	Kichik va boshlang'ich imkoniyatlar	Dastlabki kichik va o'rta korxonalar	Sokinlik bilan o'sib borish	Vaqtomili riski	siljitish
kumulyativ	Sirli	O'rta va yirik korxonalar	Kutilmagan sirli harakat	Kutilmagan risk	PR va reklama

Investitsion marketing strategiyalarining agressiv tipida, asosan, moliyaviy imkoniyatlari yuqori bo'lgan korxonalar foydalanadi. Bozorga kirishda moliyaviy, texnologik tashkiliy imkoniyatlari kattaligi sababli shiddatli barqaror bosim orqali bozorni o'zlashtira boshlaydi. Asosiy xatar katta moliyaviy manevrlar oxirigacha amalga oshirilmasdan qolsa, o'ta katta yo'qotishlarga sabab bo'ladi. Chunki uning raqiblari ham shu strategik tipdan foydalanadi.

Kichik va boshlang'ich imkoniyatlarga xos bo'lgan korxonalar sokin bozorga kirib o'sib kattarish strategiyasidan foydalaniladi va bu eng xavfsiz va kam yo'qotishlar strategiyasi hisoblanadi. Asosiy xatar bu o'sish davomiyligida vaqt omili qaymog'ini olish imkoniyatidan mahrum qilish ehtimoli bor.

Kumulyativ strategiya esa boshqa raqiblari uning keyingi xatti-harakatini bashorat qila olmasligi, bozorga kirish va qaymog'ini olish uchun to'satdan paydo bo'lish imkoniyatini beradi. Asosiy xatar taktik choralar hamma vaqt ham rejadagidek samara bermasligi mumkin.

Investitsion marketingdagi narx strategiyalari oddiy mahsulot marketingidagidan sezilarli darajada farq qiladi. Potensial investor "narx"ni hisobga olgan holda bitta narx bilan emas, balki uning ko'plab tarkibiy qismlari bilan shug'ullanadi. Narx strategiyalari narxni shakllantirish va narx o'yinlari orqali amalga oshiriladi.

Birinchi holatda mumkin bo'lgan xarajatlarning standart to'plami quyidagilarni o'z ichiga oladi:

- asosiy xarajatlar (ishlab chiqarish xarajatlari jami tarkibi);
- muomala xarajatlari (sotish xarajatlari jami tarkibi);
- qurilish xarajatlari;
- soliqlar xarajatlari;
- ma'muriy to'siqlarni bartaraf etish xarajatlari va boshqalar.

Xarajatlarning alohida turlarini ham baholash kerak. Masalan, investitsiya loyihasini amalga oshirishda milliy xo'jalikning o'ziga xos muammolari paydo bo'ladi: byurokratik to'siqlarni bartaraf etishga sarflangan vaqt va his-tuyg'ular, hokimiyatdan o'tgan vaqt.

Joylashish strategiyasi – bu mahsulot, mahsulot yoki xizmatning raqobatbardoshligini oshiradigan jozibali imijini yaratishdi. Investitsion jozibadorlik obyektini to'g'ri joylashtirish orqali rivojlantirish uchun katta mablag'larni jalb qilishingiz mumkin. Bu mahsulotning asosiy xususiyatlarini targetlaydi. Raqobatbardoshlik parametrlarini baholab, investitsiya mahsuloti qaysi toifaga tegishli ekanligini aniqlash mumkin^[7]. Investitsion jozibadorlik darajasiga ko'ra mahsulotlarni quyidagi turlarga bo'lish mumkin:

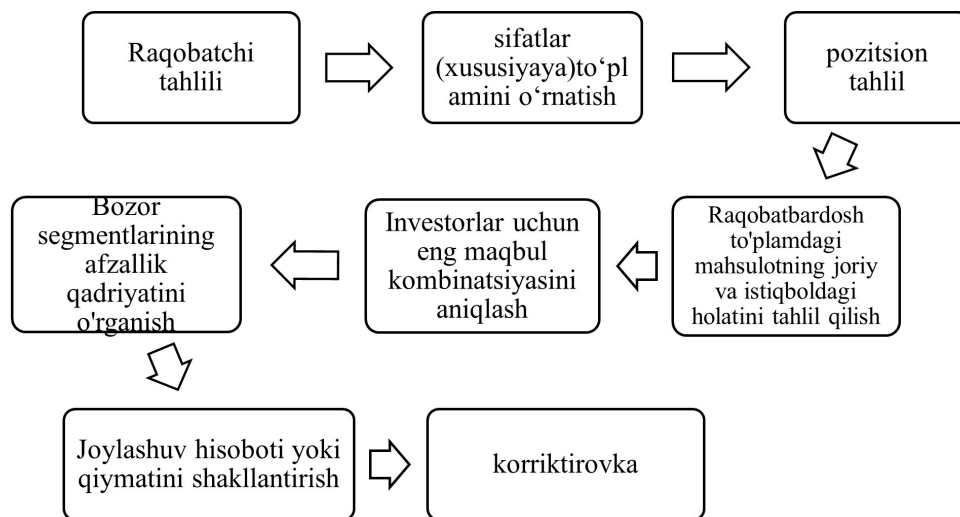
- **"Asos" mahsulot.** U past raqobatbardoshlikka ega va istiqbolsiz bozorda sotiladi. Bu uning juda past investitsion jozibadorligini ko'rsatadi va yalpi daromadning katta qismini egallashi kompaniya uchun juda xavflidir, chunki ushbu mahsulotni qo'llab-quvvatlash va ilgari surish uchun katta vasvasa mavjud. "Asosiy" mahsulot uchun to'g'ri strategiya – hech bo'lmaganda ko'proq istiqbolli mahsulotlar kerakli pul yordamini olmaguncha investitsiya qilish strategiyasidir.

¹ Muallif ishlanmasi.



- **“Shirin” mahsuloti.** Siz oxirgi chora sifatida ushbu mahsulotga pul sarflashingiz kerak yoki ishlab chiqarishni butunlay to'xtatish kerak. Eng zaif nuqta – bu tarqatish, uni kuchaytirish kerak.
- **“Tezkor” mahsulot.** Qisqa muddatli investitsiyalar uchun eng jozibador mahsulot. Tavsiya etilgan strategiya: chakana savdo tarmog'idagi ishtirokingizni maksimal darajada kengaytiring, yanada jozibador bozor segmentiga kirish imkoniyatini ko'rib chiqing.
- **“An'anaviy” mahsulot.** Bu eng muammoli pozitsiya. Raqobatbardoshlikni oshirish uchun qancha sarmoya talab qilinishi (tasvir, reklama) yoki yangi bozorlarga chiqish imkoniyatlari haqida qo'shimcha ma'lumot kerak. Umumiy tavsiya: agar investitsiyalar yetarli bo'lsa, unda siz ushbu mahsulot bilan ishlashingiz mumkin, agar mablag'lar cheklangan bo'lsa, ularni “Tez” va “Yangi” mahsulotlar uchun ishlatish yaxshiroqdir.
- **“Yangi” mahsulot.** O'rta muddatli investitsiyalar uchun eng jozibador mahsulot. Tavsiya etilgan strategiya: potensial iste'molchilarni mahsulot va uning afzalliklari haqida xabardor qilish, PR tadbirlarini o'tkazish bo'yicha faoliyatga e'tibor qaratish ^[4; 6].

Investitsion obyekt turini aniqlagandan so'ng, biz keyingi harakatlar to'g'risida qaror qabul qilamiz. Mahsulotni investitsiya sifatida joylashtirishning yangi muammosi – bu tarqatiladigan ma'lumotlarning hajmi va diqqat markazi hamda mahsulotga investorlarning qiziqishini jalb qilish maqsadi. Investitsion obyektning joylashuvi potensial investorning ongida bir qator bosqichlarni o'z ichiga oladi (2-rasm) ^[10].



2-rasm: Investitsion jozibador obyektning joylashtirish jarayonining bosqichlari

Joylashtirishning samarali usullaridan biri investitsion mahsulotni ishlab chiqish – bu o'ziga xoslik, tan olinishi va ijobiy imijga ega bo'lishi kerak bo'lgan o'z brendingizni yaratishdir.

Investitsion brendlar odatdagi iste'molchi brendlari kabi o'zini tutmaydi. Uning auditoriyasi professional xaridorlar va yakuniy iste'molchilardan iborat. Professional xaridorlar odatda vositachilardir (moliyaviy maslahatchilar yoki loyiha homiylari kabi). Chakana investorlardan mintaqadagi oxirgi foydalanuvchilar badavlat mijozlar uchun ishtirokchilarni rejalashtirmoqda. Talab har bir segmentning ehtiyojlari va istaklari bir biridan har xil mezonlarga (iste'molchi tanlovi va afzal ko'rishi) ko'ra alohidalashadi. Professional xaridorlar birinchi navbatda intellektual dalillar va ma'lumotlarga moyil bo'ladi.

Investitsion brendlar asosiy qaror qabul qiluvchi mutaxassislar tomonidan talab qiladigan fakt va raqamlarni taqdim etishlari shart. Investorlar o'z pullari bilan ishonadigan odamlarga ishonishlari kerak. Muvaffaqiyatli investitsiya brendlarini harakatga keltiradigan aql va hissiyotlarning uyg'unligidir ^[2].

Investitsion mahsulotni ilgari surish yoki siljitish – bu, birinchi navbatda, marketing kommunikatsiyalari majmuasidan foydalanishdir. Axborotni targ'ib qilish kanallarini, uning hajmini belgilaydigan, ta'sir darajasini nazorat qiluvchi va kerakli o'zgarishlarni amalga oshiradigan reklama rejasini ishlab chiqish kerak. Hozirgi vaqtda ko'plab marketing kommunikatsiyalari vositalari mavjud, masalan reklama, savdoni rag'batlantirish, PR kabi (Jamoatchilik bilan aloqalar), shaxsiy sotish, to'g'ridan-to'g'ri marketing, tashviqot, Internet marketing, lekin investitsiya mahsulotini ilgari surish uchun hammasi mos emas. Keling, PRni batafsil ko'rib chiqaylik, chunki bu maxsus vosita investitsiya mahsulotini ilgari surishda asosiylaridan biri hisoblanadi. PR (jamoatchilik bilan aloqalar) – bu odamlarning fikri va xatti-harakatlarini o'z foydasiga o'zgartirish uchun jamoatchilikka qaratilgan tashkilotning muvofiqlashtirilgan harakatlaridir.



PRning Funktsional komponentlaridan biri investor munosabatlari (investorlar bilan munosabatlar) hisoblanadi. Bu yerda PR texnikasi bu:

- potensial investorlar va bevosita qaror qabul qiluvchilar pulini aniqlash;
- investorlar uchun asosiy ma'lumotlar paketini shakllantirish (butun soha tavsifi, kompaniya strategiyasi, kompaniya boshqaruvi to'g'risidagi ma'lumotlar, raqobat muhitini tahlil qilish va boshqalar);
- asosiy xabarlarni ishlab chiqish va maqsadli auditoriyaga yetkazish;
- chiquvchi axborot oqimini ta'minlash va nazorat qilish (yillik hisobot, sharhlar, ixtisoslashtirilgan va ijtimoiy-siyosiy nashrlardagi nashrlar, mansabdor shaxslarning chiqishlari va bayonotlari);
- potensial investorlar uchrashuvlarni tashkil etish va qo'llab-quvvatlash ^[8].

PRning eng keng tarqalgan turlari investorlar bilan bog'liq faoliyat bo'lishi mumkin:

1. Press-relizlarni yozish va tarqatish – bu potensial investorlar e'tiborini jalb qilish uchun zudlik bilan nashr etilishi va tarqatilishi kerak bo'lgan hujjatlar va ma'lumotlarni o'z ichiga olgan matbuot, radio, televideniya xodimlar uchun maxsus axborot byulletenlari.
2. Tadbirlar, taqdimotlar, master-klasslar, konferentsiyalar, ochiq eshiklar kuni va boshqalarni tashkil etish. Ushbu tadbirlar PR va reklama doirasida kompaniyaning o'zini o'zi taqdim etishning keng tarqalgan shakli hisoblanadi. Ular investorlarga kompaniya faoliyati bilan tanishish imkonini beradi, uning rejalari, boshqaruvni qiziqtirgan savollarni o'z ichiga oladi.
3. Press-tur – PR xizmati tomonidan rejalashtirilgan, jurnalistlar uchun maxsus mo'ljallangan, muddati uzaytirilgan, ommaviy axborot vositalarida xolis jurnalistik nashrlarni olish maqsadida o'tkaziladigan tadbirdir. Press-turni o'tkazish sababi investorlarni tashkilot faoliyati bilan tanishtirish zarurati yoki tashkilot bevosita ishtirok etadigan har qanday muhim voqea bo'lishi mumkin.
4. Homiylik – bu kompaniya tomonidan notijorat tashkilotlarga turli tadbirlar davomida ular bilan alohida munosabatlar o'rnatish huquqi evaziga ko'rsatiladigan moliyaviy yordamdir. Homiylik faoliyati ko'pincha kompaniya imijini yaxshilash va ijobiy fikr yaratishga qaratilgan faoliyati haqida ma'lumot beradi.
5. PR tadbirlarida brend vositasidan foydalanish, ya'ni shaxs (ko'pincha shou-biznes, siyosiy yoki iqtisodiy soha vakili), bu brend imijiga to'liq mos keladi va kompaniyaning asosiy qadriyatlarini baham ko'radi. Brend elchisining vazifasi mahsulotdan foydalanish, iloji bo'lsa, hamma joyda ma'lum bir brendga sodiqligini eslatib o'tish va brend nomidan ijtimoiy tadbirlarda qatnashishdir.
6. Axborotni ommaviy axborot vositalarida (veb-sayt, blog, ijtimoiy tarmoqlar va boshqalar) tarqatish.
7. Mahsulotni joylashtirish – yashirin reklama qilish texnikasi, undan iborat filmlar, teledasturlar, kompyuter o'yinlari, musiqiy videolar, kitoblar, illyustratsiyalar va rasmlarda qahramonlar tomonidan qo'llaniladigan rekvizitlarning haqiqiy tijorat o'xshashligi bor.
8. O'zaro reklama – bu reklama faoliyatining ta'sir qilish obyekti bir xil maqsadli auditoriya bo'lsa, ikkita raqobatdosh bo'lmagan brendlar tomonidan birgalikda amalga oshiriladigan marketing tadbirlari to'plamidir ^[9].

Albatta, PR faoliyati bilan birgalikda turli xil vositalardan foydalangan holda muvofiqlashtirilgan aloqa xabarlari orqali potensial investorlar oldida yagona qulay imijni shakllantiradigan ma'lum bir sinergik effekt yaratadigan boshqa marketing kommunikatsiyalari vositalarini unutmasligimiz kerak ^[10]. Bunday aloqa vositalariga nisbat berish mumkin:

- investitsiya taklifi, unda quyidagi ma'lumotlar miqdori bo'lishi kerak:
- xulosa; kompaniya tarixi va mulkchilik; mahsulotlar va xizmatlar;
- boshqaruv va ishlab chiqarish xodimlari; tarmoq, bozor va raqobat tavsifi;
- kompaniya faoliyati; moliyaviy tarix; strategik reja; xavf omillari va xavfni kamaytirish strategiyasi; moliyaviy taklif; ilovalar.
- ixtisoslashtirilgan nashrlarda (tarmoqqa qarab) va muntazam matbuotda reklama;
- kapital imkoniyatlar haqida ma'lumot beruvchi seminarlar o'tkazish biznes hamjamiyatlari bilan aloqalar o'rnatish uchun qo'shimcha imkoniyatlar yaratadi. Muhimi, konferentsiyaga tayyorgarlik ko'rayotgan xodimlar muammolari muhokama qilinayotgan biznes sohasidagi mavjud vaziyatni yaxshi tushunishi, bu potensial investorlar bilan o'zaro tushunishga erishish imkonini beradi.



- kompaniya taqdimoti. Professional tarzda tayyorlangan taqdimot materiallarining mavjudligi va loyiha jamoasining muvofiqlashtirilgan harakatlari guruhlarini investorlarni taqdim etilayotgan loyihadagi ishtirok etishga ishontirishga yordam beradi. Loyihani investorga taqdim etish bir tomonlama aloqani anglatmaydi. Investor, u yoki bu darajada, biznesda taqdim etilgan ma'lumotlar bilan allaqachon tanish bo'lgan rejada emas va aniq savollarga javob kutmoqda, buning asosida u loyihaga kirish imkoniyati va bitim shartlari bo'yicha yakuniy qaror qabul qilishi mumkin bo'ladi;
- investitsiya ko'rgazmalarida ishtirok etish. Korxona va tashkilotlarning ko'rgazmalarda ishtirok etishi ularning marketing siyosatining eng samarali vositalaridan biridir;
- "keyingi parvarish" korxonaga allaqachon kelgan investorlarni qo'llab-quvvatlashni anglatadi. Vasiylik dasturi aniqroq yo'naltirilgan va inverter bilan chuqur va keng qamrovli munosabatlarni rivojlantirishga yo'naltirilgan bo'lib, investor duch kelishi mumkin bo'lgan barcha keyingi qiyinchiliklarni engishga yordam beradi;
- biznes bilan o'zaro munosabat. Xuddi homiylik dasturi kabi, bu turdagi yordam beradi.
- biznes bilan bevosita va bilvosita hamkorlik qilish, masalan, savdo-sanoat palatalari yoki hududiy birlashmalar orqali hamkorlik qilish;
- potensial investorlarga bevosita "sotish". Investorlarni jalb qilish bilan shug'ullanadigan ko'plab korxonalar bozorning ma'lum bir qismi bilan ishlashni alohida xodimlarga topshiradilar.

Investorlarni muntazam ravishda jalb qilishni kutayotganlar uchun. Ular investorlarni jalb qilmoqchi bo'lgan korxona, jumladan, til va madaniy xususiyatlar haqida juda keng bilimga ega. Natijada, ular istiqbollarni baholashda va bo'lajak investorlarga ta'sir qilishda muvaffaqiyatli bo'lishi mumkin. Bu, ayniqsa, mahalliy biznes patronaj dasturlari orqali olingan ma'lumotlarga asoslangan dasturlar uchun juda muhimdir;

- xorijiy tashkilotlarga a'zolik. Konferentsiya va seminarlarda qatnashishdan tashqari, ba'zi milliy iqtisodiy rivojlanish agentliklari korxonalarning texnik ishlab chiqarish birlashmalarida faol rol o'ynaydi. Bunday ishtirok etish maqsadli biznes sohasiga ta'siringizni oshirish va yaratish usulidir
- investorlar bilan bevosita yozishmalar. So'rovning eng kutilmagan natijalaridan biri bu usuldan deyarli barcha korxonalar tomonidan qo'llanilishi bo'ldi. Bu potensial investorlarga erishishning eng maqsadli va samarali usuli, ammo samaradorlik reytingidir. Shunday qilib, investitsiya loyihalari marketingi – bu investitsiya bozorida ishlashning ma'lum bir usuli bo'lib, u bir qator bosqichlarni o'z ichiga oladi: loyiha mazmunini va unga xos bo'lgan xavflarni aniqlash, biznes-rejani tayyorlash; "maqsadli segment" -potensial investorlar va investitsiyalarning mumkin bo'lgan shakllarini aniqlash uchun investitsiya bozorini o'rganish, loyiha muayyan investorning talablariga muvofiq yakunlanadi. Amaliy harakatlar nuqtayi nazaridan investitsiya loyihalari marketingini potensial investorlarga korxonalar tomonidan ilgari surilgan loyihalarni baholash va tanlashda yordam berish uchun mo'ljallangan jarayon sifatida aniqlash mumkin. Metodologik nuqtayi nazardan, investitsiya loyihalari marketingidagi asosiy tushunchalar maqsadli bozor va loyihalarni bozorga olib chiqish tizimidir.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. Asaul A. N., Graxov V. P. Investitsiyalar va qurilish sohasida integratsiyalashgan boshqaruv. Sankt-Peterburg, 2007. URL: <http://www.aup.ru>
2. Ashimxonova S.Z. Investitsion brendlarning roli. 2013. URL: <http://www.rusnauka.com>
3. Kotler F., Armstrong G., Sonders G., Vong V. Marketing asoslari. M., 2012. URL: <http://www.f-kotler.narod.ru>
4. Krestova T. A. Raqobatbardoshlik va strategik marketing. 2007. URL: <http://www.ma-na-ger.ru>
5. Kutserubov A. E. Marketing: kontseptual apparat anarxiyasi muammosi // Ijtimoiy-iqtisodiy hodisalar va jarayonlar. Tambov, 2012. No 11. P. 148-151.
6. Lapshin V. Yu., Yazykova P. V. Rossiyaning zamonaviy sharoitida kichik shaharni joylashtirish va raqobatbardoshligini oshirish strategiyasi // Tambov universiteti axborotnomasi. Gumanitar fanlar seriyasi. 2012. T. 110. No 6. B. 62-66.
7. Polunin L.V. Innovatsion korxonalarning investitsiya jarayonlarining mintaqaviy jihatlari // Ijtimoiy-iqtisodiy hodisalar va jarayonlar. 2012-yil. 11-son.
8. Romanov A. A., Sinyaeva I. M., Polyakov V. A. Marketing kommunikatsiyalari. M., 2011-yil.
9. Romanov A. A., Panko A. V. Marketing kommunikatsiyalari. M., 2008-yil.
10. Xrutskiy V. E., Korneeva I. V. Zamonaviy marketing. –M., 1991-yil.

Jurnal sayti: <https://yashil-iqtisodiyot-taraqqiyot.uz>

Yashil

IQTISODIYOT va TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, siyosiy, ilmiy, ommabop jurnal

Ingliz tili muharriri: Feruz Hakimov

Musahhih: Xondamir Ismoilov

Sahifalovchi va dizayner: Iskandar Islomov

2024. № 4

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Yashil" iqtisodiyot va taraqqiyot" jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar ma'sul. Tahririyat fikri har vaqt ham mualliflar fikriga mos kelamasligi mumkin. Tahririyatga yuborilgan materiallar qaytarilmaydi.

Mazkur jurnalda maqolalar chop etish uchun quyidagi havolalarga maqola, reklama, hikoya va boshqa ijodiy materiallar yuborishingiz mumkin.

Materiallar va reklamalar pullik asosda chop etiladi.

El.Pochta: sq143235@gmail.com

Bot: [@iqtisodiyot_77](https://t.me/@iqtisodiyot_77)

Tel.: 93 718 40 07

Jurnalga istalgan payt quyidagi rekvizitlar orqali obuna bo'lishingiz mumkin. Obuna bo'lgach, [@iqtisodiyot_77](https://t.me/@iqtisodiyot_77) telegram sahifamizga to'lov haqidagi ma'lumotni skrinshot yoki foto shaklida jo'natishingizni so'raymiz. Shu asosda har oygi jurnal yangi sonini manzilingizga jo'natamiz.

"Yashil" iqtisodiyot va taraqqiyot" jurnali 03.11.2022-yildan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Adminstratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan №566955 reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan.

Litsenziya raqami: №046523. PNFL: 30407832680027

Manzilimiz: Toshkent shahar, Mirzo Ulug'bek tumani
Kumushkon ko'chasi, 26-uy.



Jurnalning ilmiyligi:

"Yashil" iqtisodiyot va taraqqiyot" jurnali

O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi Oliy attestatsiya komissiyasi rayosatining 2023-yil 1-apreldagi 336/3-sonli qarori bilan ro'yxatdan o'tkazilgan.