

Yashil IQTISODIYOT va TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, siyosiy, ilmiy, ommabop jurnal

2024



No 5

- 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 Kongirاتبay Avezimbetovich

Bosh muharrir o'rinbosari:

Karimov Norboy G'aniyevich

Elektron nashr. 1135 sahifa.

E'lon qilishga 2024-yil 30-mayda 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 Kongirاتبay 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 YoMMMB 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 Shoirazimovna, 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

Uy-joy qurilishi madaniyati, uning o'ziga xos xususiyatlari va tamoyillari.....	14
Davletov Islambek Xalikovich, Zikrullayev Valixon G'aybullayev o'g'li	
Hududlar investitsiya muhitini oshirish muammolari.....	20
Akbarov Bekmurod Miryakubovich	
Qoraqalpog'iston Respublikasi ellikqal'a tumanida turizm klasterini joriy qilish mexanizmi.....	26
Norchayev Asatullo Norbo'tayevich	
Small Business and Private Entrepreneurship is the Priority Direction of Our Country's Economy.....	34
Tulagan Tukhtaraliev, G'aniev Muhammadjon Xalilovich	
Resurs soliqlarini soliqqa tortish mexanizmlarini takomillashtirish.....	35
Tursunova Zulayxo Abdujobir qizi	
O'zbekistonda muqobil energiya manbalaridan foydalanish elektrotexnika sanoati rivojlanishining istiqboli sifatida.....	38
Uraimjonov Azizbek Raxmonjon o'g'li	
Oliy ta'limning raqobatbardoshligini ta'minlashda ta'lim sifatining mohiyati va asosiy tamoyillari (O'zbekiston misolida).....	44
Egamov Sevinchbek Maxsud o'g'li	
Financial Mechanisms of Supporting Textile Products Export.....	50
Gaybullayeva Gulbaxor Maxmudovna, Yakubova Ugiloy Mamasoliyevna	
O'zbekiston Respublikasida hududlarni mutanosib barqaror rivojlantirish masalalari va yechimlari.....	53
Hojiyev Tal'at Toshpo'latovich	
Raqamli iqtisodiyot sharoitida ayollar biznesini shakllantirish yo'llari.....	58
Ibodullayeva Malohat Sirojiddin qizi	
Davlatning iqtisodiy xavfsizligini ta'minlashda qishloq xo'jaligini rivojlantirishning xorijiy tajribasi.....	61
Bekmirzayev Mirzoxid Adashaliyevich	
Turizm sohasi rivojlanishining istiqbollari.....	65
Ergashev Rahmatulla Xidirovich, Jabborova Zuhra Abdig'ani qizi	
Jahonda kabel bozorini rivojlantirish xususiyatlari va tendensiyalari.....	72
Uralov Olimjon Mahammadjonovich	
Namangan viloyatida yoshlarning iqtisodiy faolligi ko'rsatkichlari dinamikasini tahlil qilish.....	76
Mirzatov Baxtiyor Toxirovich	
Turizm sohasiga malakali kadrlar tayyorlashdagi muammolar va ularning yechimlari borasida tavsiyalar.....	81
A. I. Raxmatov	
Трансформация внешнеторговых связей Республики Узбекистана.....	87
Ахмедова (Жабборова) Нилуфар Икболжон кизи	
Korxonalarda investitsiyalarni moliyalashtirish manbalari va usullarining tahlili.....	92
Kuziyeva Nargiza Ramazanovna, Xusanov Faxriddin Jamoliddin o'g'li	
Turizmning mohiyati xususida nazariy yondoshuvlar va ularning tahlili.....	98
R. I. Pardayev	
Katta hajmga ega bo'lgan maxsus qurtxonalarda boqilayotgan ipak qurtlariga harorat va namlikni ta'siri.....	105
Raxmanova Xurinisho Egamovna	
Mahalliy byudjet daromadlarini shakllantirishda mahalliy soliqlar va soliqdan tashqari tushumlarning ahamiyati.....	109
Rajjaboyeva Dildora Zakirovna	
Banklarda stress-test asosida ESG-risklarni baholash.....	114
Nilufar Sharipova	
Yashil iqtisodiyotni rivojlantirishda banklarda ekologik va ijtimoiy risklarni baholash va boshqarish tizimini joriy etishning ahamiyati.....	118
Karimov Shamsiddin Akram o'g'li	
Qimmatli qog'ozlarni qiymatini baholash usullari va modellari.....	126
Botirxo'ja Aziza Faxmuddin qizi	
Sanoat ishlab chiqarishda diversifikatsiyaning nazariy asoslari.....	131
Davronbek Sharibjonovich Raximov	
Mamlakatimizda innovatsiyalarni moliyalashtirishning amaldagi holati tahlili.....	137
Aminov Farrux Farxadovich	



Raqamli iqtisodiyotda moliyaviy hisobot tahlilini takomillashtirishning o'ziga xos xususiyatlari.....	142
G. J. Jumayeva	
Qurilish sohasida logistika tizimlariga zamonaviy texnologiyalar bilan ta'minlanganlarning amaliy jihatlari....	145
Mirsodiqov Abdulla Tursunaliyevich	
Raqamli iqtisodiyot sharoitida inson kapitalini boshqarishdagi muammolar	151
Nematova Shaxlo Egamberdiyevna	
Aholi daromdlari va omonatlarini shakllantirishning nazariy asoslari.....	153
Xakimov Zohid Norbo'tayevich	
Tasvirlarga raqamli ishlov berish jarayonini intellektuallashtirish algoritmini yaratish.....	162
Zoirov O'lmas Erkin o'g'li	
Mintaqa iqtisodiyotida investitsiya faoliyatini moliyalashtirish samaradorligini baholash	168
Chilmatova Dilnoza Abdurahimovna	
Возможности внедрения и развития исламских банковских продуктов в рынок Узбекистана.....	172
Иноятowa Камола Фуркатовна	
Davlat xizmatchisi faoliyatida ijtimoiy javobgarlikning o'rni	176
X. X. Ikramov	
Korporativ boshqaruv tizimida buxgalteriya hisobini tashkil qilishning o'ziga xos xususiyatlari	180
Abdug'aniyev Muhammadamin Abdug'affor o'g'li	
Hududiy kambag'allik chegaralarini aniqlashning ahamiyati (Qashqadaryo viloyati misolida).....	186
Hamdamov Shahzod Ilhom o'g'li, Alisher Yunusaliyevich Safarov	
Kichik biznesga mahalliy investitsiyalarni jalb qilish va ulardan samarali foydalanishda franshizaning roli	193
Rabimqulov Sherzod Murtozayevich	
Tijorat banklarida marketing strategiyalaridan foydalanishning ilmiy-nazariy asoslari.....	197
Maxamadjanov Akbar Maxamadaliyevich	
Davlat sherikchilik asosida maktab va maktabgacha ta'lim moliyashtirishligini o'ziga xos xususiyatligi.....	202
Boltaboev Murodbek Aybekovich	
Moliyaviy savodxonlikni rivojlantirish davr talabi	207
X. I. Boyev	
Banklarda chakana kreditlash turlari va ularni raqamli transformatsiya qilishning zarurligi	211
Axmedova Dilrabo Kurbondurdi qizi	
Rasmiy ish bilan bandlik – aholining munosib turmush darajasini ta'minlash demak.....	220
Farhod Bagibekovich Xalimbetov	
Jismoniy shaxslardan olinadigan daromad solig'i uchun qo'llaniladigan soliq imtiyozlarining amaldagi holati va tahlili.....	224
Valiyeva Sayyora Xushbaqovna	
Автомобильная промышленности развитых стран: становление, развитие, пути совершенствования.....	231
Назарова Раъно Рустамовна, Абдухамидова Мафтуна Турсуналт кизи	
Влияние цифровизации на внешнеэкономическую деятельность	236
Шермаматова Ирода Ойбековна, Тиллаев Хуршиджон Сулаймон ўгли	
ИИ в банковском бизнесе: ключ к конкурентной привлекательности	242
Фаттахова Муниса Абдухамитовна	
Tijorat banklari kapitalining iqtisodiy mazmuni va uning tarkibi	247
Ergashev Axmadjon Maxmudjon o'g'li	
Особенности банковского кредитования и факторы препятствующие финансово-кредитной поддержке субъектов сферы туристических услуг.....	252
Розоков Мухаммадазиз Мансурович	
Factoring Operations in Banks.....	257
Boykabilova Iroda, Davronova Dilnoza Damirovna	
Moliyaviy sektordagi aksiyadorlik jamiyatlarining korporativ strategiyasini shakllantirishda risklarni bartaraf etish.....	261
Jaxongirov Rustam Jaxongirovich, Xo'jamurodov Asqarjon Jalolovich	
O'zbekistonning jozibador investitsiya muhitini yaratishda huquqiy asoslarni yanada takomillashtirishning ilmiy va amaliy zaruriyati	268
Oybek Elmuratov	
Qurilish materiallarini ishlab chiqarish korxonalarning boshqarish tizimini takomillashtirish.....	272
Uzakova Umida Ruzievna	



Tashkent Economy – Locomotive of the Country's Economy	278
Akramova Aziza Abduvohidovna, Maqsudov Bunyod Abdusamadovich	
O'zbekiston Respublikasida ishbilarmonlik turizmining tashkiliy-iqtisodiy mexanizmini takomillashtirish yo'llari	282
Musayeva Shoira Azimovna, Usmonova Difuza Ilhomovna	
Mintaqalar iqtisodiyotining barqaror o'sishini ta'minlashda investitsiyalardan samarali foydalanish mezonlari va ularni hisoblash usullari	288
Norqobilov Nusrat Norsaitovich	
Marketing strategiyasi: raqobatchilik sharoitida tadbirkorlik faoliyatini yuritishning rivojlantirilishi	292
Kutbitdinova Moxigul Inoyatovna, Matrizayeva Dilaram Yusubayevna	
Mahalliy budjetlar mablag'laridan samarali foydalanishni ta'minlashning eng asosiy istiqbolli yo'nalishi	299
S. Y. Ismoilova	
Atrof-muhitga zararsiz, tabiiy tarkibli korroziya ingibitorlari turlarini tahlil qilish	304
Qurbonova Firuza Solexovna	
Oliy ta'lim muassasalarida xarajatlar smetalari ijrosi hisobini yuritish tartibi	310
AbdulAziz Norqochqorov Ziyadullayevich	
Tijorat banklarining investitsion faoliyati samaradorligi va uni rivojlantirish yo'llari	316
Olimova Nodira Xamrakulovna	
Baholangan majburiyatlar hisobini takomillashtirish	328
Ochilov Farxodjon Shavkatjon o'g'li	
Qurilish-pudrat tashkilotlarida auditorlik tekshiruvda faoliyat uzluksizligini baholash	335
Tulovov Erkinjon To'liqin o'g'li	
Основные направления развития инвестиционной деятельности предприятий	339
Махкамова Надира Саидмуратовна	
Milliy statistika axborot tizimlarining funksional jihatlari va o'ziga xos xususiyatlarining tahlili	344
Otajonova Gulhayo Maqsud qizi	
Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatini boshqarish axborot tizimini modellashtirish	349
Xudoyorov Laziz Niyozovich, Ergashova Nargiza Boboxonovna	
Mamlakatimizda aksiz to'lanadigan tovarlarni soliqqa tortish usullari	355
Alimardonov Muxammadi Ibragimovich, Qarshiyev Daniyar Eshpulatovich	
Iqtisodiy rivojlanish sharoitida investitsiya loyihalarini jalb qilgan mablag'lar orqali moliyalashtirishning zarurligi	361
Amonova Dilafro'z O'tkurovna	
To'lov tashkilotlarini tashkil etishda xatarlarni boshqarish	366
Axmedov Miraziz Alisherovich	
Korxonada inson kapitalini rivojlantirish tizimi va konsepsiyasini takomillashtirish imkoniyatlari	371
Hamrokulov M. O.	
Iqtisodiyotni modernizatsiyalash sharoitida kichik sanoat zonalari faoliyatining zarurligi va iqtisodiy-huquqiy maqomi	379
Shodmonqulov Kamoliddin Murodillayevich	
Bank tizimida marketing faoliyati orqali yangi innovatsion xizmatlarni joriy etishning zamonaviy holati	383
Raxmatov Temur Sotiboldiyevich	
Экономическая сущность инновационной деятельности в банковском секторе	392
Шадиева Дилдора Хамидовна	
Yengil sanoat taraqqiyotining xitoy tajribasi va undan o'zbekistonda foydalanish imkoniyatlari	396
Jumaniyazova Feruza Rajabovna	
Tut parvonasi zararkunandasining biologik tarqalishi va zararini oldini olish choralari	406
Oybek Toshtemirovich Karimov	
Ijtimoiy adolat va ayollar huquqlari: kasbiy kamsitish	410
Iminova Nargizaxon Akramovna	
Ishsizlik nafaqalari tayinlash va xalqaro tajriba	416
Sholdarov Dilshod Azimiddin o'g'li	
Takroriy ekinlar urug'ini to'g'ridan-to'g'ri nol ishlov berish orqali ekadigan qurilmaga tushadigan yuklamaning nazariy tadqiqoti	422
Abdullayev Baxodirjon Valijon o'g'li	
Banklarida jinoiy faoliyatdan olingan daromadlarni legallashtirishga qarshi kurashish tizimining roli	426
Abdullayeva Dildora Quدراتovna	



Biologik aktivlar hisobini moliyaviy hisobotning xalqaro standartari asosida tashkil etishning uslubiy jihatlari	429
Adxamov Samariddin	
Barqaror iqtisodiy o'sishga erishishda to'g'ridan to'g'ri xorijiy investitsiyalarning ahamiyati.....	434
Asqarova Mavluda Turabovna, Otajonova Charosxon Polvonquli qizi	
Ilmiy-innovatsion iqtisodiyotda suv xo'jaligini rivojlantirish muammolari, yechimlar va natijalar: fundamental asosda.....	439
Babadjanov Abdirashid Musayevich	
Budjet tashkilotlarida buxgalteriya hisobini yuritishning milliy va xalqaro standartlari.....	445
Maxamadaliyeva MahliyoXon MaxamadmuXod qizi	
Tijorat banklari aktivlari va ularni samarali boshqarish nazariy asoslari.....	452
Masharipov Maxmud Bekturdiyevich	
Tijorat banklarning moliyaviy faoliyatida yuzaga keladigan xavf-xatar va uning mohiyati	457
Rashidov Raximjon Iskandarovich, Abduraxmonov Anvar Akbar o'g'li	
Kichik sanoat zonalarini barpo etish va rivojlantirish omillari va hozirgi holatining tahlili	463
Samijonov Musobek G'ayratjon o'g'li	
Moliyaviy menejment tizimi samaradorligini oshirishda raqamli marketing strategiyasidan foydalanish	470
Sobirjonov Sanjar Sobirjonovich	
O'zbekiston Respublikasi moliyaviy tizimida byudjetdan tashqari jamg'armalarning ahamiyati va o'rni	477
Babanazarova Gulzar Ziautdinovna, Ajibayeva Rauiya Maxsudovna	
Aholi daromadlarini oshirishda asalarichilikning o'rni	483
Xudayarova Zuxra Yuldashevna	
Цифровые и традиционные методы сбора информации в маркетинговых исследованиях: сравнительный анализ	486
Бекназова Комилахон Миркамол кизи	
Tijorat banklari faoliyatida iqtisodiy risklar va ularni nazariy asoslari.....	494
Burxonov Asliddin Asqar o'g'li	
Biznes tuzilmalarini diversifikatsiya qilish modellari va usullari hamda innovatsion rivojlanish strategiyalarining qiyosiy tavsifi.....	501
Matyoqubova Dilfuza Olimboyevna	
Тенденции развития пищевой промышленности Узбекистана.....	507
Назарова Раъно Рустамовна, Нигматуллаева Гульчехра Нуруллаевна	
Soliq-bojxona siyosatining dolzarb masalalari va ularni takomillashtirish yo'nalishlari.....	513
Usmonov Kaxramonjon Akbaraliyevich	
Статистический анализ факторов, влияющих на бренд молока и молочных продуктов в Узбекистане	517
Холдарова Фариза Тухтабаевна	
Правовое регулирование рынка цифровых активов и криптовалют.....	523
Якубова Ш. Ш., Рашидов Рaxимжон Искандарович	
Efficiency of Internal Audit Service and Report Improvement: Control of Sanatorium-Wellness Institution	532
Shafkarov Fahriddin Khudaiberdievich	
Development of Digital TV Services in the Conditions of Digitalization of the Economy.....	538
Farhad Karimov	
Kichik biznes faoliyatida muhim muvaffaqiyat omillarini belgilashning ahamiyati va ularni baholash.....	542
Kabulova Nurgozal Umirbek qizi	
Barqaror iqtisodiy o'sishni ekonometrik tadqiq etish	545
Muminova Maxbuba Abduvafboyevna	
Korxonaning moliyaviy-xo'jalik faoliyati ko'rsatkichlarini baholash.....	552
Musurmonova Mahbuba Omonovna	
Tadbirkorlik subyektlari tashqi savdo faoliyatini ichki tartibga solishni takomillashtirishning ayrim jihatlari..	556
To'rayev Nurbek Muxammadovich	
Temir yo'l transportida xizmat ko'rsatish jarayonini rivojlantirishning retseptiv tahlili	561
Raxmonov G'ayrat Ismatulloyevich	
Strategik boshqaruv hisobi va uning uslubiyotini takomillashtirish masalalari.....	566
Sharipova Shoxida Abdinabiyevna	
O'zbekiston Respublikasida "yashil" iqtisodiyotni qo'llab-quvvatlashning iqtisodiy mexanizmlari.....	571
Shodmonov Ruslan G'olib o'g'li	
Institutsional investorlar faoliyatini tashkil etishning kontseptual jihatlari	578
Sultanov Maxmud Axmedovich	



Tijorat banklari foydasini soliqqa tortishning ayrim me'yoriy-huquqiy asoslari.....	582
Turanov M. Sh.	
O'zbekiston Respublikasi iqtisodiyotining rivojlanishida tijorat banklarining o'rni.....	590
Zubaydullayeva Zulayxo Karimovna, Kaxarova Dildora Erkinovna	
O'zbekistonda tayyor kiyimlar bozori ko'lamini oshirishda marketing strategiyalarining samaradorligi.....	600
Urazov Mansur Musurmanovich	
Yevropaga barqaror eksport va qishloq xo'jaligida yashil rivojlanish uchun Mosh bozori strategiyalarining ta'sirini baholash.....	603
Valiyeva Aziza Anvar qizi	
Rangli tasvirlarga raqamli ishlov berish jarayonlarini paralellashtirish.....	609
Xidirova Barchinoy Ilxomovna	
Korxonalarda ishchi personal ehtiyojlarini motivatsiyaga ta'siri.....	614
Aripov Oybek Abdullayevich, Axmedov Muzaffar Shokirjonovich	
Цифровые и традиционные методы сбора информации в маркетинговых исследованиях: сравнительный анализ.....	619
Бекназова Комилахон Миркамол кизи	
Iqtisodiyotning erkinlashtirilishi sharoitlarida kichik biznes sektori rivojlanishining imkoniyatlari.....	627
Botirova R. A., Sirojiddinov I. Q.	
Positioning Textile Products in Competitive Strategy.....	630
Икрамова Нодира Бурхон кизи	
Sanoatni tarkibiy o'zgarishlar asosida maqbullashtirish va samaradorlik ko'rsatkichlarini prognozlash.....	635
Kasimov Azamat Abduraimovich	
O'zbekiston Respublikasi budjetini shakllanishida egri soliqlarni undirishning fiskal samaradorligi.....	642
Abdulxayeva Shahnoza Muhammadiyevna	
To'qimachilik klasterlari eksport salohiyatini boshqarish masalalari.....	649
Mamasoliyev G'ayratbek Maxamadyusupovich	
Влияние плодородности почвы на урожайность хлопчатника в хлопково-текстильных кластерах Республики Каракалпакстан.....	654
Сагиева Молдир Оразбай кизи	
Оценка категории вейпов среди курильщиков электронных сигарет Узбекистана.....	659
С. М. Мирзалиев, М. О. Куролов, Г. К. Абдурахманова, Джуди Сметана, Крисси Льюис	
Jahon kabel bozorini tatbiq etish va rivojlantirish xususiyatlari.....	672
Uralov Olimjon Maxammadjonovich	
Moliyaviy hisobotlar va ularni tuzish va auditorlik tekshiruvdan o'tkazishning uslubiy jihatlarini rivojlantirish.....	677
Nomozova Qumri Isoyevna, Abdinazarov Samijon Abbos o'g'li, Jabbarov Azamat Murodullayevich, Boymurodov To'liqin Azamatovich	
Digital Transformation Implementation Directions and Instrument Analysis.....	684
Abdurakhmonov Abdumalik Abdurashidovich	
Understanding Financial Indicators and Their Strategic Utilization: Insights from Global Practices and Uzbekistan's Experience.....	688
Astanova Zarnigor Obid qizi, Tukhtabaev Jamshid Sharafetdinovich, Jurayev Xurshid Mamatkulovich, Ismatova Kamola Obid qizi	
Turizm xizmatlari eksportida zamonaviy texnologiyalar orqali xizmatlar sifatini oshirishning ahamiyati.....	694
Bakhromov Akmal Abduvahid o'g'li	
Sanoat korxonalarida personal mehnatini tashkil etishni optimallashtirish yo'llari.....	699
Dilovarxo'jayeva Dilnozaxon Shavkatxo'ja qizi, Rustamova Dilnoza Jamshid qizi, Axtamova Parizod Oybek qizi, Nuritdinova Maftuna Jahongirovna	
O'zbekiston Respublikasida pul-kredit siyosati instrumentlaridan foydalanish amaliyotini takomillashtirish..	705
Kaxarova Dilnoza Shavkatovna	
Bojxona faoliyatini transformatsiyalashda innovatsion boshqaruvni takomillashtirishga oid nazariy qarashlar.....	711
Ro'ziboyev Muhiddin Xushnudovich	
Xizmat ko'rsatish sohasida aholining tadbirkorlik faolligini oshirish tendensiyalari.....	714
Xudayarova Maftuna Shavkatovna	
O'zbekiston qishloq xo'jaligini rivojlantirishda xorijiy va mahalliy investitsiyalarning o'rni.....	721
Yusupov Komaliddin Baxtiyor o'g'li	



Факторы успеха в управлении инвестициями промышленных предприятий	725
Ёдгоров Сардорбек Самадович	
Issues of minimizing risks related to mortgage lending of commercial banks of the republic of Uzbekistan	730
Kulliev Istam Yangimurodovich	
O'zbekiston Respublikasida nomoddiy aktivlar hisobini moliyaviy hisobotning xalqaro standartlari talablari asosida tashkil etish xususiyatlari	739
Pardayeva Zulfizar Alimovna	
Tijorat banklari faoliyatida risklarni pasaytirish yo'llari.....	744
Toymuxamedov Ibroxim Rixsiboyevich	
Investitsiyalar – moliyaviy barqarorlik kafolati.....	750
Xaydarov Nizamiddin Xamrayevich	
Современные подходы к управлению системой заработной платы и льгот в условиях рыночной экономики	755
Дониерова Фотимабону Алишер кизи	
Atrof-muhit muhofazasida xulq-atvor iqtisodiyotining roli	763
Djalilov Farxod Abduganiyevich	
Eco-Paths of Uzbekistan: How Corporate Social Responsibility in Tree Planting and Transport Infrastructure is Paving the Way For Sustainable Futures.....	767
Oybekov Shohjahon Akmal o'g'li, Alfira Sofia, Yangiboyev Sirojiddin Jo'ramurodovich	
Oliy ta'lim xizmatlar bozorida raqamli marketingning ahamiyati.....	775
Ruziyeva Shaxlo Raupovna	
Sanoatning kon-geologiya korxonalari iqtisodiy xavfsizligini ta'minlash xususiyatlari.....	780
Xotamov Javohir Abdusharop o'g'li	
Qishloq xo'jaligi agrotexnologiyalarni tijorat banklari orqali kreditlash yo'llari	785
Isakov J. Ya.	
Savdo korxonalarini rivojlantirishda tijorat banklarining ahamiyati va ularni takomillashtirish istiqbollari.....	792
Aktamov Abduvali Abdug'ani o'g'li	
Ekologik muammolar va "yashil" iqtisodiyot.....	798
Axunova Shohista Nomanjanovna, Maxkamova S. Sh.	
Rivojlangan mamlakatlar tajribasida umidsiz soliqlar qarzini hisobdan chiqarish tartiblari va uni amaliyotda qo'llash masalalari.....	802
G'aybullayev Abdunabi Abduvohid o'g'li, Usubjanov Shavkat Sidiqjanovich, Abdulazizov Baxodirjon Muhammadzohid o'g'li	
Qishloq xo'jaligida qiymat yaratish zanjirini raqamli texnologiyalarni qo'llash asosida takomillashtirish	806
Iroda Turdibayevna Kudratova	
Soliq hisobi va tahlilini takomillashtirishning asosiy yo'nalishlari.....	812
Jumayev Umid Nazarovich, Xo'jayev Sadridin Mamatmurotovich, Gapparov Zokirjon Bozorovich	
Biznesni raqamlashtirishning iqtisodiy mazmuni va biznes transformatsiyasining nazariy asoslari.....	816
Mamajonov Fayzullo Abdusamatovich	
Tadbirkorlik subyektlari eksportini rivojlantirishda raqamli platformalardan foydalanishning xorijiy tajribalari va ulardan foydalanish yo'llari	820
Mamasoatov Dilshod Ravshanovich	
O'zbekistonda raqamli iqtisodiyotning ahamiyati va iqtisodiy rivojlanishga ta'siri.....	828
Maxmudaliyeva Manzuraxon Raxmon qizi	
Globalshuv sharoitida iqtisodiy xavfsizlikni ta'minlash masalalari	831
Qo'ziyev Shodiyor Qilichboy o'g'li, Xakimov Javohir Hamza o'g'li, Turganbaev Nursultan Bayram o'g'li, Masharipov Rasulbek Jo'rabekovich, Xasanov Ruslan Raxmatovich	
Davr xarajatlari va audit hisobini takomillashtirish.....	837
Quliyev Komiljon Shuxratovich, Ismatov Shohislom Nabi o'g'li, Qilichov Chingiz Ne'mat o'g'li, Shukurov Nurbek Akbarovich	
Innovatsion ta'lim texnologiyalarining mohiyati va nazariy asoslari.....	840
R. K. Ollaberganova	
Mamlakatda moliya bozorini takomillashtirishning asosiy yo'nalishlari.....	845
Rizayeva Laylo Patxulla qizi, Boboqulova Shaxlo Turg'in qizi, Aminjonova Nozima Naimjonovna	
Qishloq xo'jaligida pillachilik biznesini rivojlantirish sharoitlari va imkoniyatlardan samarali foydalanish tahlili	850
Turgunov Odilbek Maripovich	
Hudud investitsion faolligini oshirishda marketing strategiyalaridan samarali foydalanish yo'llari	857
Achilov Abrorjon Niyatqobilovich, Ergashev Alijon Hojimatovich	



Инструменты финансового рынка в сокращении уровня бедности в экономике Республики Узбекистан.....	861
Саиткулова Матлуба	
“Yashil” iqtisodiyot, ekologiyalashtirish va barqaror rivojlanish integratsiyasi: barqaror kelajakni ta’minlashga kompleks yondashuv.....	866
Tadjibayev Zakir Malikovich	
O‘zbekistonda iqtisodiy faollikni ta’minlashga qaratilgan fiskal va monetar siyosatlarining hozirgi holati.....	871
Xudeybergenova Nigora Turgunbayevna	
Davlat budjetida g‘azna ijrosining o‘rni.....	878
Jo‘rayeva Mohinur Norqul qizi, Axmedova Yashnar Abdulla qizi, Nosirova Jamila Akbarovna	
Davlat budjeti daromadlarining ijrosi va nazorati.....	882
G. M. Samandarova	
Sanoat korxonalarida intellektual resurslardan foydalanish samaradorligini oshirish mexanizmi.....	887
Q. A. Odinayev	
Tools of State Policy for Sustainable Development of Social Infrastructure in Uzbekistan.....	892
Abbasov Baurjan Madiyarovich, Navik Istikomah, Se M.Si, Nasriddinov Fazliddin	
Некоторые вопросы инноваций в развитии банковской деятельности.....	898
Джураев К. Т.	
Применение цифровых технологий в противодействии финансовым мошенничествам.....	905
Гадаев Исмаи Ядгарович	
Turizm sohasida kadrlar tayyorlashga ilmiy-nazariy yondashuvlar va kadrlarning zamonaviy kompetensiyalari.....	909
Yuldasheva Dilnoza Ulug‘bekovna	
Tijorat banklarining passiv operatsiyalarini samarali boshqarishni takomillashtirish.....	913
Sarimov Shaxbozali Soatali o‘g‘li	
Kichik biznes subyektlari tomonidan ishlab chiqarilgan mahsulotlar hajmi tahlili.....	919
Suvonov Ibrohim Izbasarovich, Yoqubjonov Azizjon Qobiljon o‘g‘li	
Pulga talab va taklifni statistik prognozlash masalalari.....	923
Ibrohimov Muhammadjon Abdullajanovich	
Tadbirkorlik subyektlari faoliyatini rivojlantirishda soliq tizimi.....	928
Akbarov Akramjon Ibroximjonovich	
Kichik biznes subyektlari faoliyatida raqamli texnologiyalardan foydalanishni takomillashtirish usullari.....	932
To‘rayeva Nafisa Odiljonovna	
Behavioral Theory of the Firm.....	938
Egamberdieva Oydin Abror kizi	
O‘zbekiston hududlarida turizm turlarini rivojlanish orqali bandlik darajasini oshirish.....	944
Bolqiboyeva Ug‘iloy Bolqiboy qizi	
Mintaqa soliq tizimida yashirin iqtisodiyot ta’sirini baholash omillari.....	949
Eshniyazova Yulduz Yuldashbayevna, Sapayev Maxsudbek Karimovich	
Sug‘urtaning iqtisodiyotdagi o‘rni va uning rivojlanishiga ta’sir etuvchi omillar.....	953
Iminov Toxirjon Karimovich	
O‘zbekistonda xizmat ko‘rsatish sohasini rivojlantirishda investitsiyalarni jalb qilish mexanizmini takomillashtirish.....	957
Malikova Shoiray Baxtiyorovna	
O‘zbekiston tikuv-trikotaj korxonalarining xalqaro bozorlardagi mavqeyini oshirish yo‘llari.....	962
Vafoyeva Dilafruz Ikromovna	
Kichik biznes sohasini istiqboldagi rivojlanishida davlat siyosati.....	968
Abdug‘aniyev Murodjon Shavkat o‘g‘li	
Innovative Development of Business Activity.....	972
Son of Otakhanov Sardorbek Makhammadali	
Aholi bandligini oshirishda xususiy tadbirkorlikning o‘rni.....	976
Mamajonova Gulbaxor Toxirjon qizi	
Turizm sohasida logistikani rivojlantirish masalalari.....	980
Muxtorova Indirabonu Yasharbek qizi	
Marketing logistikasining zamonaviy yondashuvlari.....	985
Pardayev Sherzod Xolmurodovich	



Raqamli transformatsiya sharoitida jamoat tashkilotlarini boshqarishni takomillashtirishga oid nazariy qarashlar	991
Raxmonov Abduxalil Rasulovich	
O'zbekistonda barqaror rivojlanish maqsadlarini amalga oshirishda iqtisodiy ko'rsatkichlar tahlili.....	995
Shodiyev Xurshedjon Karimovich, Ibragimov Elmurod Gulboynor o'g'li, Baxtiyorov Sherali Muzaffarovich, Burxanov G'ofur Baxodirovich	
Kichik biznesni qo'llab-quvvatlash infratuzilmasini rivojlantirishning innovatsion mexanizmini takomillashtirish	1000
Shomurodova Mahliyo G'ulomjonovna	
2020–2030-yillarda O'zbekiston Respublikasini “yashil” energiya bilan ta'minlash uchun olib borilayotgan islohotlar	1004
Tojiyev Bilol Abdirosulovich, Azimov Erkin Umidovich	
Ijtimoiy-iqtisodiy jarayonlarni takomillashtirish asosida inson kapitalini rivojlantirish	1009
Ubaydullayev G'ayrat Zuvaytovich	
Ways to improve internal audit in enterprises in the digital economy	1014
Kodirova Zulhumor Namazovna	
Investment Management is an Important Factor of Economic Development	1019
Yuldasheva G. A., Ziyayev Dilshodjon	
Tadbirkorlik kambag'allikni qisqartirish asosiy omilidir	1022
Aliyev Akmal, Bozorova Ozoda Raximovna	
Kichik biznesni mahalliy darajada boshqarish holatini baholashda mavjud iqtisodiy salohiyatni hisobga olgan holda yondashish uslubiyoti.....	1026
Ubaydullayev Akmal Tulkinboyevich	
Формирование механизмов стратегического управления развития химической отрасли.....	1033
Бибутова Шахло Саъдуллаевна	
Davlat-xususiy sheriklik munosabatlarini samarali tashkil etish mezonlari va omillari.....	1038
Z. Abdikarimova, S. Madaminov	
Особенности банковского кредитования и факторы препятствующие финансово-кредитной поддержке субъектов сферы туристических услуг	1042
Каримова Азиза Махмадризоевна, Розоков Мухаммадазиз Мансурович	
Mamlakat iqtisodiyotini rivojlantirishda kichik biznesning amaliy ahamiyati	1047
Mamajanova Gulbaxor Toxirjon qizi, Abdug'aniyev Murodjon Shavkat o'g'li	
Milliy innovatsion tizimning shakllanishida oliy ta'lim muassasalarining innovatsion rivojlanish prinsiplari...	1052
Nishonov Dilshod Shamsiddinovich	
Oliy ta'limda o'quv jarayonini samaradorligini oshirishda multimediya texnologiyalaridan foydalanish.....	1058
Saydullayeva Saodat Abdumajidovna	
Tadbirkorlik subyektlari faoliyatini rivojlantirishda mikromoliyalashtirishning xususiyatlari	1063
Tojiyev Javlonbek Rustamovich	
O'zbekiston Respublikasi fiskal siyosatining siklik xususiyatini aniqlash masalalari	1067
Sheraliev Javoxirbek Jaxongir o'g'li	
O'zbekistonda reklama faoliyatini tashkil etishning huquqiy asoslari	1073
Samadov Asqarjon Nishonovich	
To'qimachilik klasterlari eksport salohiyatini oshirish yo'llari.....	1079
Mamasoliyev G'ayratbek Maxamadyusupovich	
Повышение эффективности использования местных налогов и сборов в Кашкадарье	1084
Зохидов Шахзод Шавкат угли	
Tadbirkorlik tavakkalchiligini sug'urtalash tizimi.....	1087
Sabirova Asal Shuhratovna	
Innovatsion bank mahsulotlarini tashkil etishda xorijiy mamlakatlar tajribasi va raqamli transformatsiyaning roli.....	1091
Egamberganov Mirzabek Odilbek o'g'li	
Hududiy turizm xizmatlarining mohiyati, zaruriyati va ahamiyati	1099
Toshmamatova Marjona Olimjon qizi	
Namangan viloyati qurilish materiallari ishlab chiqarish korxonalarining faoliyati samaradorligini ta'minlash holati va tahlili	1106
Otajanov Umid Abdullayevich	

Анализ, состав и свойства нефтяных остатков и битумов.....	1114
Юлдашев Норбек Худайназарович, Махмудов Мухтор Жамолович, Комолов Руслан Илхомбекович	
Strategik boshqaruv hisobi axborot ta'minotining takomillashtirish yo'nalishlari	1123
Maxmudov Asliddin Sirojiddin o'g'li	
Tadbirkorlik faoliyatida istemolchilar xulq-atvorini o'rganish bo'yicha tadqiqotlarni takomillashtirish	1128
Sharopova Nafosat Radjabovna	



TADBIRKORLIK FAOLIYATIDA ISTEMOLCHILAR XULQ- ATVORINI O'RGANISH BO'YICHA TADQIQOTLARNI TAKOMILLASHTIRISH

ORCID: 0000-0001-9595-0655

Sharopova Nafosat Radjabovna

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti
Marketing kafedrası dotsenti, PhD

Annotatsiya: Ushbu maqolada tadbirkorlik faoliyatini samarali yuritishda iste'molilar xulq-atvorini o'rganishning nazariy va ilmiy asoslari batafsil yoritilgan. Shuningdek, xorijiy tajriba asosida O'zbekistonlik iste'molchilarning xulq-atvorlarini chuqur tahlil qilish maqsadida so'rovnoma o'tkazildi. Tahlil natijalari shuni ko'rsatdiki, O'zbekistonlik iste'molchilarning sotib olish qarorlariga brendning ijtimoiy tarmoqlarda faolligi hamda mahsulot reklamasi, narxi, Halol sertifikatining mavjudligi va sifati kabi ko'rsatkichlar nisbatan yuqori ta'sirga ega. Shu jihatdan, muallif tomonidan mamlakatimiz tadbirkorlari o'z faoliyatlarida ushbu omillarga ahamiyat qaratishlari lozimligi ta'kidlangan.

Kalit so'zlar: marketing tadqiqotlari, tadbirkorlar, iste'molchilar xulq-atvori, marketing strategiyalari, bozor tadqiqotlari, raqobatchilar tadqiqoti, so'rovnoma, respondentlar

Abstract: This article describes in detail the theoretical and scientific foundations of studying consumer behavior in the effective conduct of business. Also, based on foreign experience, a study was conducted to deeply analyze the behavior of Uzbek consumers. The results of the analysis showed that brand activity in social networks and such indicators as product advertising, price, availability and quality of the Halal certificate have a relatively high impact on decisions about buying Uzbek consumers. In this regard, the author emphasized that entrepreneurs in our country should pay attention to these factors in their activities.

Key words: marketing research, entrepreneurs, consumer behavior, marketing strategies, market research, competitor research, survey, respondents.

Аннотация: В данной статье подробно описаны теоретические и научные основы изучения потребительского поведения при эффективном ведении предпринимательской деятельности. Также на основе зарубежного опыта было проведено исследование с целью глубокого анализа поведения узбекских потребителей. Результаты анализа показали, что активность бренда в социальных сетях и такие показатели, как реклама продукции, цена, наличие и качество сертификата «Халяль», оказывают сравнительно высокое влияние на решения о покупке узбекских потребителей. В связи с этим автор подчеркнул, что предпринимателям нашей страны следует обращать внимание на данные факторы в своей деятельности.

Ключевые слова: маркетинговые исследования, предприниматели, поведение потребителей, маркетинговые стратегии, исследование рынка, исследование конкурентов, опрос, респонденты.

KIRISH

Kuchli raqobat sharoitida mahsulot yoki xizmatlarni qanday sotishni hal qilishdan oldin maqsadli bozorni chuqur tahlili qilish va tushunish talab etiladi. Tadbirkor yoki marketologlar uchun iste'molchilar xulq-atvorini tahlil qilish ularning xulq-atvoridagi muhim jihatlarni tushunish, shuningdek xaridorlar qanday qilib va nima uchun sotib olish to'g'risida qarorlarni qabul qilishlarini tahlil qilish orqali potensial mijozlarning ehtiyojlari va talablarini maksimal darajada qondirish uchun o'z mahsulotlarini, marketing strategiyalarini va umumiy marketing yondashuvlarini moslashtirishlari mumkin bo'ladi.

Iste'molchilar xulq-atvorini tadqiq qilish iste'molchilarning xohish-istaklari, xatti-harakatlari va munosabatlari haqidagi ma'lumotlarni to'plash, tahlil qilishning tizimli jarayonidir [1]. Ushbu tadqiqot natijasida, biznes egalari iste'molchilarning xarid qilish odatlarini, motivatsiyalarini, istaklarini va qaror qabul qilish jarayonlarini o'rgani-shadi va ayniqsa, ular nima uchun ma'lum bir tanlovlarni amalga oshirishlarini har tomonlama tushunishadi.



Maqsadli auditoriyani tushunish va tahlil qilish biznes egalari uchun xaridorlari shaxsi (portreti chizish)ni yaratish va ularni o'z mahsulotlariga sozlash uchun juda muhimdir [2]. Shuningdek, iste'molchilarning xulq-atvorini o'rganish marketing strategiyalarini rejalashtirish hamda mijozlar kutganlarini qondirish uchun ham foydali bo'lib, raqobatchilardan oldinda bo'lishga yordam beradi [3]. Iste'molchilarning xulq-atvorini o'rganishga qaratilgan tizimli va tezkor tadqiqotlar olib borish biznes egalari mahsulotni sotib olishga nima undayotganini aniqlashga yordam beradi [4]. Tadbirkorlar o'z mahsulot va xizmatlarini sotish uchun mijozlarni qidirmoqdalar, lekin agar ular o'z xaridlariga qiymat qo'shsa, bu albatta katta farq qiladi.

MAVZUGA OID ADABIYOTLAR TAHLILI

Iste'molchilar xulq-atvori tadqiqotlari strategik qarorlar qabul qilish [5], maqsadli bozorlarni segmentlash [6], innovatsiyalar yoki yangi mahsulotlarni ishlab chiqish [7], samarali marketing kampaniyalarini amalga oshirish [8] va raqobatchilarni chuqur o'rganish [9] kabi dolzarb masalalarda amalga oshiriladi.

Iste'molchilar xulq-atvori tadqiqotlarida asosan ularning xatti-harakatlariga ta'sir etuvchi besh turdagi omillar (madaniy, ijtimoiy, iqtisodiy, psixologik va shaxsiy omillar)ni chuqur o'rganish va tahlil qilishga katta e'tibor qaratiladi [10]. Chunki, bu kabi tadqiqotlar potentsial xaridorlarning to'liq tushunishda katta ahamiyat kasb etadi.

Marketing strategiyasini ishlab chiqish, joriy etish va nazorat qilishni yana takomillashishiga olib keladi [11,12,13]. Marketing takliflarini yanada yaxshilashga yordam beradi [14]. Kompaniyalarning veb-sayti, onlayn qidiruv tizimi va display reklama faoliyatini qanday yaxshiroq ishlatish va mijozlarni nimasi bilan jalb qilishi mumkinligi kabi biznesni samarali boshqarish uchun qimmatli ma'lumotlarni taqdim etadi [15,16]. Xorijiy olimlarning ilmiy ishlarini o'rganish asosida aytish mumkinki, to'g'ri va tizimli o'tkazilgan xulq-atvor tahlil natijalariga asoslangan qimmatli takliflarni kompaniyalar marketing strategiyasiga kiritish orqali nafaqat potentsial xaridorlarga ega bo'lish, balki bozordagi raqobatchilardan bir qadam oldinda turish mumkin bo'ladi.

Iste'molchilarning xatti-harakatlari bo'yicha tadqiqot o'tkazish tadbirkorlarga mahsulot va marketing strategiyasini yaxshiroq ishlab chiqish maqsadida iste'molchilarni nimani xoxlayotgani, qanaqa istaklari va ehtiyojlarini borligini tushunishga yordam beradi. Iste'molchilar xulq-atvori tadqiqoti miqdoriy (ma'lumotlarga asoslangan) va sifatli (tushuntirishga asoslangan) tadqiqot jarayonlaridan iborat bo'lib, unda kuzatish, so'rovlar, intervyular, fokus-guruhlar kabi tadqiqot usullaridan keng foydalaniladi.

Xulosa qilib aytganda, iste'molchilar xulq-atvorlarini chuqur tahlil qilish orqali marketing harakatlarini muayyan segmentlarga moslashtirish va mijozlar kutganlarini qondirish mumkin bo'ladi. Ayniqsa, mijozlar ehtiyojlari va afzalliklariga mos keladigan takliflarni yaratish uchun ham muhimdir. Iste'molchi xatti-harakatlarini tushungan biznes egalari noyob qiymat takliflarini yaratishi va raqobatchilardan ajralib turishi mumkin.

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Xorij olimlarining ilmiy adabiyotlarini o'rganish hamda rivojlangan brendlarning tajribalarini o'rganish asosida O'zbekistonlik iste'molchilarning tovar xizmatlarni xarid qilish jarayonlariga doir xulq-atvorlarini chuqur tahlil etish, xaridor portretini chizish, ularning har qanday biznes turiga yuqori ta'sir qilishi mumkin bo'lgan xatti-harakatlarini chuqur o'rganish maqsadida so'rovnoma tashkil etildi.

So'rovnoma ikki turdagi tadqiqot usullaridan foydalangan holda tashkil etildi:

Kuzatuv usuli: maxsus bozorlar, supermarketlarda to'g'ridan-to'g'ri kuzatish hamda ijtimoiy tarmoqlar orqali kuzatuvlar amalga oshirildi.

So'rov usuli: Ushbu usul so'rovnoma o'tkazish, telefon va intervyu shaklida suhbatlar o'tkazish orqali tashkil etildi. So'rovnoma qog'oz shaklida hamda Google Form ilovasi yordamida onlayn shaklda asosan Telegram, Feysbuk va Youtube kabi ijtimoiy tarmoqlar orqali so'rovnoma o'tkazildi. Ushbu so'rovnomalarni tarqatish va aholini keng jalb etish maqsadida tanishlar va O'zbekistonlik mashhur blogerlardan yordam so'raldi. Shuningdek, ushbu blogerlarning ramiy sahifalari orqali so'rovnoma savollari asosida intervyu shaklida savol-javoblar ham amalga oshirildi.

So'rovnomada ishtirok etgan jami respondentlarning umumiy soni 1543 nafarni tashkil etdi. Shundan, sohaga doir ma'lumotlarni tahlil qilish usullari uchun yaroqli hisoblangan 1289 nafar respondent javoblariga ega bo'lindi. Ba'zi so'ralgan savollarga javob bermagan va "So'rovnomaning haqiqiylikini tekshirish testlari"dan o'tmagan javoblar ma'lumotlar bazasidan chiqarib tashlandi.

So'rov jarayonlarida respondentlar bo'yicha tanlanmalar xorij tajribasi asosida to'g'ri tashkil etildi. Bunda asosan, respondentlarning demografik ma'lumotlari (yoshi, jinsi, yashash joyi va hududi, ma'lumotlilik darajasi) bo'yicha ulushlari jihatidan teng bo'lishiga katta e'tibor qaratildi. Shu jihatdan, tahlilni respondentlarning yashash hududlari bo'yicha tanlamadagi ulushining tahlil qilishdan boshlash maqsadga muvofiq hisoblandi. Shuningdek, so'rovnomada respondentlarning yashash joylari tahlil qilinib, unga ko'ra, 35,6 foiz qishloqliklar va 64,4 foiz shaharliklar ishtirok etgan.



So'rovnoma ishtirok etish uchun respondentlar yosh bo'yicha 5 guruhga segmentlarga ajratildi. Bunda ularning yoshlari 18 yoshdan boshlanib, 65 yosh va kattalar ham jalb etish rejalashtirilgan edi. Lekin, 65 yosh va undan kattalardan so'rovnoma ishtirok etishda bir qancha muammolarga duch kelinganligi sababi, 18-60 yoshlilar o'rtasida tashkil etildi. O'tkazilgan so'rovnoma respondentlarning yosh bo'yicha tahlillariga ko'ra, so'rovnoma 18-25 yoshli segmentlar ko'p ishtirok etib, ularning ulushi 510 foizni tashkil etgan. Eng kam ulushga ega bo'lgan yosh bo'yicha segment – 46-60 yoshlilar bo'ldi.

Shuningdek, xaridorlarning sotib olish qarorlariga ularning yashash joyi va hududlari kabi respondentlarning oilaviy ahvoli ham yuqori ta'sirga ega. Tahlil natijalariga ko'ra, bevalar – 2,3 foiz, oilalilar – 47,7 foiz, turmush qurmaganlar – 46,4 foiz va ajrashganlar – 3,5 foizni tashkil etdi.

Xorijiy olimlarning ilmiy ishlarida mahsulotlarni xarid qilish jarayonlarida iste'molchilarning jinsi (erkak, ayol) yashash joyi va boshqa asosiy demografik ma'lumotlari kabi yuqori ahamiyatga ega ekanligi hamda sotib olish qarorlariga yuqori ta'sir etishi aniqlangan. Shu sababli, respondentlarning jinsi bo'yicha tanlanmani imkon qadar teng taqsimlashga harakat qilindi. Tahlil natijalariga ko'ra, so'rovnoma ishtirok etgan respondentlarning 43 foizi ayollar va 67 foizi eraklardan iborat bo'lgan. Sababi, xorij tajribasiga ko'ra, qo'yilgan tadqiqot maqsadi va gipotezalarni ilmiy asoslash uchun shu tartibda respondentlarning demografik ma'lumotlari bo'yicha segmentlarga ajratish talab etiladi.

Iste'molchilarning ma'lumotlilik darajasini tahlilida jami respondentlardan bakalavr ma'lumotiga ega segmentlar eng yuqori ulushga ega, shuningdek, eng kam ulushga o'rta umum ta'lim ma'lumotiga egalar bo'ldi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Marketingda iste'molchi xulq-atvorlarini tahlil qilishning asosiy jihatlari sifatida iste'molchilarning ehtiyojlari va istaklarini tahlil qilish, iste'molchi xulq-atvoriga ta'sir qiluvchi ichki va tashqi omillarni o'rganish, iste'molchi motivlarini tushunish, ularga ijtimoiy va madaniy ta'sirlarni hisobga olish, iste'molchilarning xatti-harakatlarini bashorat qilish hamda iste'molchilarning sadoqati va qoniqishini baholash masalalarini sanab o'tish mumkin.

Shu jihatdan, O'zbekistonlik iste'molchilarning har qanday mahsulot va xizmatlardan foydalanish hamda xarid qilish jarayonlarida ularning xulq-atvorlarini chuqur tahlil qilish maqsadida olingan so'rovnoma natijalari asosida quyidagi jadvallarda keltirilgan tahlillar amalga oshirildi (1-jadval).

1-jadval. Mahsulot xarid qilganda asosan qaysi xususiyatiga e'tibor qaratasiz savoliga berilgan javoblar tahlili.¹

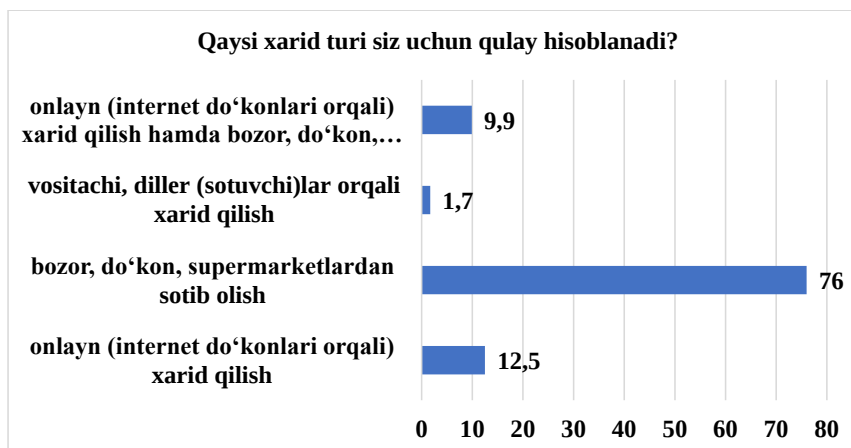
Savollar	Javoblar soni, foizda
Sifati	33,6
Xizmat ko'rsatish muddati	2,57
Ishlab chiqargan firmasi (brendi)	2,0
Narxi	5,2
Keyinchalik yana biror maqsadda foydalana olish xususiyatiga	1,7
Avval foydalangan bo'lsam, shuni tanlayman	5,4
Sifati, xizmat ko'rsatish muddati, ishlab chiqargan firmasi (brendi)	11,9
Sifati, narxi, dizayni	5,5
Sifati, narxi	4,0
Sifati, ishlab chiqargan firmasi (brendi), narxi, dizayni	15
Sifati, ishlab chiqargan firmasi (brendi), narxi, avval foydalangan bo'lsam, shuni tanlayman	4,1
Sifati, narxi, avval foydalangan bo'lsam, shuni tanlayman	3,2
Sifati, xizmat ko'rsatish muddati, ishlab chiqargan firmasi (brendi), narxi	4,9
Ko'p reklama qilinganligi	0,9
Jami	100

1 Muallif tomonidan o'tkazilgan so'rovnoma natijalari asosida tuzildi.



Yuqoridagi jadval ma'lumotlariga ko'ra, iste'molchilar mahsulot xarid qilganda asosan birinchi navbatda, mahsulot va xizmatlarning sifati (33,6 foiz)ga, ikkinchi o'rinda sifati, xizmat ko'rsatish muddati va ishlab chiqarigan brendi (11,9 foiz)ga, uchinchi o'rinda avval o'zlari foydalanganlari (5,4 foiz) ni tanlar ekanlar.

Shuningdek, iste'molchilarning atigi 0,9 foizi ko'p reklama qilinganligi uchun, 1,2 foizi sifati, ishlab chiqarigan brendi, narxi va avval foydalanganlarini hamda 1,7 foizi esa keyinchalik yana biror maqsadda foydalana olish xususiyatiga qarab tanlashar ekan. Lekin, shunday xaridorlar borki, xarid qilish jarayonlarida turli xildagi imkoniyatlarni berilishiga qarab, o'z munosabatlarini o'zgartiradilar. Bunga misol tariqasida, xarid qilish turlarini keltirish mumkin. Xaridorlardan qaysi xarid turi siz uchun qulay - deb so'ralganda, jami respondentlarning 76 foizi bozor, do'kon va supermarketlardan mahsulotlarni sotib olish javobini bergan. Demak, bundan O'zbekistonlik aksariyat xaridorlar onlayn yoki vositachi, diller, sotuvchilardan mahsulot va xizmatlarni xarid qilishdan ko'ra, an'anaviy hisoblangan bozor va do'konlardan borib xarid qilishni xush ko'radilar (1-rasm).



1-rasm. Xarid turlari bo'yicha iste'molchilarning fikrlari tahlili (Muallif tomonidan o'tkazilgan so'rovnoma natijalari asosida tuzildi).

Shunisi e'tiborni tortadiki, so'rovnomada ishtirok etgan respondentlarning 12,5 foizi onlayn (internet do'konlari orqali) xarid qilishni, 1,7 foizi vositachi, diller, sotuvchilardan xarid qilishni xohlar ekanlar. Hattoki, onlayn (internet do'konlari orqali) hamda vositachi, diller, sotuvchilardan xarid qilishni atigi 10 foizi xohlar ekanlar.

Amaliyotda, iste'molchilarning xulq-atvorlariga brendning ta'siri mavjud bo'lib, bu bo'yicha ko'plab tadqiqotlar olib borilgan. Brend tadqiqoti tadbirkorlarga maqsadli xaridorlarning istaklari, talablari va boshqa muhim omillar haqida ko'proq bilib olishga imkon beradi. Mijozlarning sotib olish qarorlariga har doim brend va uning raqobatchilarini qanday qabul qilishlari ta'sir qiladi. Shu sababli, brend qiymatini muntazam ravishda puxta va strategik baholashni amalga oshirish muhimdir.

Shuningdek, bugungi kunda eng keng tarqalgan brendga sodiqlik tadqiqotlarida mijozlarning sodiqlik darajasi hamda takroriy sotib olish xatti-harakatlari o'rganiladi. Bu brendlarga mijozlarning sodiqligini oshiruvchi omillarni tushunishga va mijozlarni ushlab turish strategiyasini aniqlashga yordam beradi. Quyidagi 2-jadvalda O'zbekistonlik iste'molchilarning biror brendni yaqinlariga tavsiya etganlarida, aynan ushbu brendning qaysi jihatlarini ta'kidlashlari bo'yicha tahlillar keltirilgan.

2-jadval. Biror brendni yaqinlaringizga tavsiya etganda qaysi jihatlariga urg'u berasiz savoliga berilgan javoblar tahlili.²

Savollar	Javoblar soni, foizda
24/7 shaklda faoliyat ko'rsatishadi	1,1
Arzon	16,3
Ishonchli	7,6
Bepul xizmat ko'rsatadi	3,9
Chegirma narxlar ko'p bo'ladi	4,7
Doim shu brenddan xarid qilaman	5,4
Halol mahsulot (xizmat)lari	15,2

² Muallif tomonidan o'tkazilgan so'rovnoma natijalari asosida tuzildi.



Ko'pchilik foydalanadi	6
Ko'p reklama qilinadi	2,6
Sifatli	22,6
So'ngi trendda yuradi	11,3
Juda xushmomala, barcha savollarga javob berishadi	3,2
Jami	100

Yuqoridagi 2-jadval ma'lumotlariga ko'ra, respondentlarning 22,6 foizi biror brendni yaqinlariga tavsiya etganda, "sifatli", 16,3 foizi esa "arzon", 15,2 foizi "halol mahsulot (xizmat)lari" so'zlari bilan izohlar ekanlar.

Shuningdek, eng kam qismi, ya'ni 1,1 foizi 24/7 shaklda faoliyat ko'rsatishadi" deb ta'riflar ekan. Demak, ushbu tahlillardan xulosa qilish mumkinki, iste'molchilar tomonidan o'z brendlarini targ'ib etishga erishish uchun tabirkorlar reklamalari va ijtimoiy tarmoqlardagi kontentlarida "halol mahsulot (xizmat)lar, arzon va sifatli" so'zlaridan kengroq foydalanishlari tavsiya etiladi. Shunda iste'molchilarning ushbu mahsulotlarga bo'lgan munosabatlarini ijobiy tomonga o'zgartirishga va uni eslab qolishlariga erishish mumkin bo'ladi.

Yana bir muhim jihati borki, bugungi kunda aksariyat iste'molchi-larning sotib olish qarorlariga yuqori ta'sir ko'rsatib kelmoqda. Bu bo'yicha berilgan savollarga javoblarning tahlili 3-jadvalda batafsil yoritilgan.

3-jadval. Korxonalarning mahsulotlarni yetkazib berish xizmatlariga bo'lgan iste'molchilarning munosabatlari tahlili.³

Savollar	Javoblar soni, foizda
Bugungi kunda barcha korxonalar yetkazib berish xizmatini ko'rsatishlari shart	21,3
Men uchun ahamiyati yo'q	15,0
Pullik yetkazib berilsa ham, har bir korxonada yetkazib berish xizmati bo'lishi kerak	5,6
Xaridorlarning korxonaga bo'lgan ishonchi va sodiqligi oshadi	8,2
Yetkazib berish xizmatining mavjudligi korxonaning nufuzini yanada oshiradi	14,3
Yetkazib berish xizmati – tekin bo'lishi lozim	13,35
Yetkazib berish xizmati mijozlar uchun katta qulaylik tug'diradi	22,5
Jami	100

Korxonalarning mahsulotlarni yetkazib berish xizmatlariga bo'lgan iste'molchilarning munosabatlari tahlil natijalari shuni ko'rsatdiki, 22,5 foizi yetkazib berish xizmati mijozlar uchun katta qulaylik tug'dirishini, 21,3 foizi bugungi kunda barcha korxonalar yetkazib berish xizmatini ko'rsatishlari shart degan javoblarni berganlar. Lekin, 15 foiz respondentlar uchun yetkazib berish xizmatlarining mavjudligi ularning xarid qilish qarorlariga hech qanday ahamiyat kasb etmasligini bildirganlar.

Shuningdek, eng kam ulushga ega bo'lgan javoblar sifatida pullik yetkazib berilsa-da, har bir korxonada yetkazib berish xizmatlari ko'rsatilishi lozim (5,6 foiz) hamda yetkazib berish xizmatlarining ko'rsatilishi xaridorlarning korxonaga bo'lgan ishonchi va sodiqligini oshiradi (8,2 foiz) deb javob berganlar (4-jadval).

4-jadval. Iste'molchilarning sotib olish qarorlariga ta'sir etuvchi omillar tahlili.⁴

Savollar	Javoblar soni, foizda
Kafolat muddati	2,9
Mahsulot ma'qul kelsa, xarid qilaveraman	25,3
Narxdan chegirmalar berilsa	7,1
Odatda, turmush o'rtog'imning fikri muhim	7,9
Shu mahsulot haqida internetda bildirilgan fikrlar	28,7
Sotuvchilarning tavsiyasi	3,4

³ Muallif tomonidan o'tkazilgan so'rovnoma natijalari asosida tuzildi.

⁴ Muallif tomonidan o'tkazilgan so'rovnoma natijalari asosida tuzildi.



Sovg'alar taqdim etilsa	1,7
Yaqinlarimning fikri	15,7
Narxdan chegirmalar berilsa, sovg'alar taqdim etilsa	4,8
Yaqinlarimning fikri, sotuvchilarning tavsiyasi	2,6
Jami	100

Yuqoridagi 4-jadvalda iste'molchilarning sotib olish qarorlariga qanday omillarning ta'siri yuqori ekanligi ko'rib chiqilgan. Bunga ko'ra, respondentlarning 29 foizi mahsulot haqida internetda bildirilgan fikrlar va izohlarga qarab o'z fikrlarini o'zgartirishlari mumkinligin. 25 foiz respondent uchun mahsulot ma'qul kelsa, xaridni amalga oshirishadi. 16 foizi uchun yaqinlarining fikri muhim bo'lib, ularning sotib olish qarorlarini o'zgartira olar ekan.

Yana shuni ta'kidlash mumkinki, 2 foizga yaqin respondentlar sovg'alar taqdim etilganda, 2,6 foizi yaqinlarining fikri hamda sotuvchilar tavsiya etishiga ko'ra sotib olishlari hamda 3 foiz tovarlarga beriladigan kafolat muddatiga ko'ra sotib olish qarorlarini o'zgartirishlari mumkin ekan.

Demak, tadbirkorlar mahsulot yoki xizmatlari haqidagi internet saytlari hamda ijtimoiy tarmoqlarda bildirilgan va bildirilayotgan fikrlar va izohlarga katta e'tibor qaratishlari lozim. Shuningdek, ushbu izohlarni sun'iy intellekt va Chat botlar kabi zamonaviy boshqarish dasturlaridan foydalanish tavsiya etiladi. Shu orqali biznes egalari mahsulot yoki korxona haqidagi salbiy fikrlar, shuningdek faoliyatlariga doir muammolarga tezkor javob berishlari hamda ularni o'z vaqtida samarali hal etishlari mumkin bo'ladi.

Xulosa o'rnida ta'kidlash mumkinki, iste'molchilarning xulq-atvorini tadqiq etish raqobatbardosh bozorlarda muvaffaqiyat qozonish uchun juda muhimdir. Ushbu tadqiqotlar bozorda mijozlar ehtiyojlari to'liq qondirilmayotgan bo'shliqlarni o'z vaqtida aniqlash hamda ularni maksimal darajada qondirish maqsadida innovatsiyalar va yangi mahsulotlarni ishlab chiqish uchun imkoniyatlar yaratadi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Iste'molchilarning afzalliklari va og'riqli nuqtalarni tushunish, shuningdek umumiy mijozlar tajribasini yanada yaxshilash orqali ularning qoniqish darajasini oshirishga olib keladi. Chunki, qoniqqan mijozlar sodiq bo'lishlari va takroriy xaridlarni amalga oshirishlari yehtimoli yuqoriroq bo'lib, u uzoq muddatli biznes muvaffaqiyati uchun juda muhimdir.

Iste'molchilarning xulq-atvorini o'rganish korxonalarga o'z bozorini samarali ravishda segmentatsiyalash va maxsus marketing kampaniyalari bilan muayyan guruhlariga yo'naltirish imkonini beradi. Iste'molchilar xulq-atvori tadqiqotlari korxonalarga mijozlar ehtiyojlarini yaxshiroq qondirish uchun marketing aralashmasini (mahsulot, narx, joy, reklama) optimallashtirishga yordam beradi.

O'zbekistonlik tadbirkorlar mahalliy iste'molchilarning xulq-atvorini chuqur tahlil qilishlari kelgusida mahalliy bozorlarda raqobatbardosh bo'lishda katta yordam beradi. Lekin, rivojlangan davlatlardagi kichik biznes va xususiy tadbirkorlarning faoliyatini o'rganish asosida fikrimizcha, yurtimiz tadbirkorlari ham xalqaro bozorlarga kengroq kirib borishlari lozim bo'ladi. Shu jihatdan, xorij tajribasini o'rganish asosida xorijiy iste'molchilarning xulq-atvorini o'rganish bo'yicha tadqiqot metodologiyasini ishlab chiqish maqsadga muvofiq bo'lar edi. Iste'molchilar xulq-atvorini o'rganishga qaratilgan tadqiqotlarni o'tkazish bo'yicha tavsiyalar:

mahsulot yoki xizmatlardan foydalanganlaridan keyingi taasurotlari haqida bilish uchun iste'molchilardan sharh va izohlar yozishlarini so'rash;

xaridorlarning mahsulot yoki xizmatlar haqida fikr-mulohazalarini tezkor va davomli o'rganib borish;

Likert shkalasi bo'yicha 10-12 ta savollardan iborat bo'lgan so'rovnoman tuzish va uni o'tkazish;

so'rovnomada demografik (yoshi, jinsi, kasbi, daromadi, millati, yetnik kelib chiqishi, yashash joyi, bola soni, oilaviy sharoiti va boshqalar) ma'lumotlari bo'yicha savollarni kiritish;

mahsulotlarning dizayni, ishlashi, chidamliligi, sifati kabi turli xil xususiyatlari haqida o'z fikrlarini baham ko'rishlarini so'rash;

Web-sayt orqali onlayn so'rovlarni o'tkazish tez va oson usul hisoblanadi;

batafsil va aniqroq fikrlarni olish uchun fokus-guruh so'rovlarini o'tkazish.

Yuqorida keltirilgan tavsiyalar yordamida tadbirkorlar xorijiy iste'molchilarning xatti-harakatlaridagi tendentsiyalarni tahlil qilish orqali korxonalar bozordagi o'zgarishlarni oldindan bilishlari va o'z strategiyalarini faol ravishda o'zgartirishlari mumkin bo'ladi. Rivojlanayotgan tendentsiyalarni tushunish tadbirkorlarga iste'molchilarning xohishlariga mos keladigan mahsulotlarni yangilash va rivojlantirishga yordam beradi.

Tadqiqot maqsadli auditoriyaga mos keladigan til, ohang va kontentni tanlashga yordam beradi va marketing kommunikatsiyalarini yanada samarali amlag oshirishga yordam beradi. Shuningdek, ushbu tadqiqotlar



demografiya, psixografiya, xatti-harakatlar va ehtiyojlar asosida turli iste'molchilar segmentlarini aniqlashga yordam beradi.

Iste'molchilar qayerda va qanday ma'lumot olishni afzal ko'rishlari haqidagi tushunchalar, yeng samarali marketing kanallarini tanlashda katta ahamiyatga ega. Iste'molchilarning xulq-atvori haqidagi tushunchalar mahsulotni ishlab chiqishdan bozorga chiqish strategiyasigacha bo'lgan strategik biznes qarorlari uchun asos bo'lib xizmat qiladi. Iste'molchilarning xatti-harakatlarini tushunish yangi mahsulotlarni ishlab chiqish va marketing kampaniyalari bilan bog'liq bo'lgan xavfni mijozlar kutishlari bilan yaqindan moslashtirish orqali kamaytiradi.

Iste'molchilarning qarorlariga nima ta'sir qilishini bilish orqali korxonalar o'z resurslarini yanada samaraliroq taqsimlashi mumkin, bu yesa yuqori ta'sir ko'rsatadigan sohalarga ye'tibor qaratish mumkin bo'ladi. Iste'molchilarning xatti-harakatlarini o'rganish orqali korxonalar o'z takliflarini shaxsiylashtirish imkoniga ega bo'ladilar.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Yanchuk, T., & Gorelova, D. (2024). Modern approaches to assessing the effectiveness of marketing at small businesses. *Business Navigator*, (1(74)). <https://doi.org/10.32782/business-navigator.74-6>.
2. Duman, S. (2021). Experimental design in marketing research. In *Handbook of Research Methods for Marketing Management*. Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.4337/9781788976954.00012>
3. Bhattacharyya J. (2023). The structure of sustainability marketing research: a bibliometric review and directions for future research. *Asia-Pacific Journal of Business Administration*, 15(2), 245–286. <https://doi.org/10.1108/APJBA-06-2021-0239>
4. Svend Hollensen, Philip Kotler, and Marc O. Opresnik (2023) *Social Media Marketing: A Practitioner Approach*. 5th edition, *Transnational Business and Management* 2 (1): 67-68. DOI:10.33182/tbm.v2i1.3322
5. Xharavina, N., Kapoulas, A., & Miaoulis, G. (2020). Netnography as a marketing research tool in the fashion industry in Southeast Europe. *International Journal of Market Research*, 62(4), 499–515. <https://doi.org>
6. Blagorazumnaia, O., & Trifonova, L. (2024). Comparative analysis of marketing research methods and their impact on product and service development. *Journal of Research on Trade, Management and Economic Development*, 10(2(23)), 18–29. <https://doi.org>
7. Esteban-Bravo, M., & Vidal-Sanz, J. M. (2021). *Marketing Research Methods*. Marketing Research Methods. Cambridge University Press. <https://doi.org>
8. Talafuse, A. (2021). Marketing research: Innovation, experiential learning, and student engagement. *Journal of Education for Business*, 96(8), 552–556. <https://doi.org>
9. De Villiers, R., Tipgomut, P., & Hess, A. C. (2022). The adoption journey of QCA as research method: A meta-analysis of a decade in marketing academic literature. *Journal of Global Scholars of Marketing Science: Bridging Asia and the World*, 32(2), 198–221. <https://doi.org>
10. Silintowe, Y. B. R., & Made Sukresna, I. (2023). Green Innovation in Marketing Research: A Systematic Literature Review and Bibliometric Analysis (pp. 4–22). <https://doi.org>
11. Tzempelikos, N. (2022). Some Reflections on the State of Business-to-Business Marketing Research. *Journal of Business-to-Business Marketing*, 29(2), 119–130. <https://doi.org>
12. Stocchi, L., Pourazad, N., Michaelidou, N., Tanusondjaja, A., & Harrigan, P. (2022, March 1). Marketing research on Mobile apps: past, present and future. *Journal of the Academy of Marketing Science*. Springer. <https://doi.org/10.1007/s11747-021-00815-w>
13. Rambocas, M., & Pacheco, B. G. (2018, May 25). Online sentiment analysis in marketing research: a review. *Journal of Research in Interactive Marketing*. Emerald Group Holdings Ltd. <https://doi.org/10.1108/JRIM-05-2017-0030>
14. Moro, S., Pires, G., Rita, P., Cortez, P. and Ramos, R.F. (2023), «Discovering ethnic minority business research directions using text mining and topic modelling», *Journal of Research in Marketing and Entrepreneurship*, Vol. 25 No. 1, pp. 83. <https://doi.org>
15. Nunkoo, R., Teeroovengadum, V., & Ringle, C. M. (2021). Introduction: advances in marketing research methods. In *Handbook of Research Methods for Marketing Management*. Edward Elgar Publishing. <https://doi.org>
16. Kreutzer, R. T. (2023). Marketing Planning and Marketing Research. In *Practice-Oriented Marketing* (pp. 67–143). Springer Fachmedien Wiesbaden. <https://doi.org>

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. № 5

© 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.