

Yashil IQTISODIYOT va TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, siyosiy, ilmiy, ommabop jurnal

2
0
2
4



No 8

- 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

Muharrir:
Qurbonov Sherzod Ismatillayevich

*Elektron nashr. 942 sahifa.
E'lon qilishga 2024-yil 7-avgustda ruxsat etildi.*

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
Abduraxmanova Gulnora Kalendarovna, i.f.d., prof., TDIU Ilmiy ishlar va innovatsiyalar bo'yicha prorektori
Kalonov Muxiddin Baxritdinovich, i.f.d., prof., Navoiy davlat pedagogika instituti rektori
Siddiqova Sadoqat G'afforovna, p.f.f.d., (PhD), Buxoro muhandislik-texnologiya instituti rektori
Xudoyqulov Sadirdin Karimovich, i.f.d., prof., TDIU Hududiy ta'lim muassasalari va markazlar bo'yicha prorektor v.b.
Yuldashev Mutallib Ibragimovich, i.f.d., TDIUprofessor
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
Axmedov Ikrom Akramovich, i.f.d., TSUE professori
Foziljonov Ibrohimjon Sotvoldixo'ja o'g'li, i.f.f.d., TDIU dotsenti
Utayev Uktam Choriyevich, O'zR Bosh prokuraturasi boshqarma boshlig'i o'rinbosari
Ochilov Farxod, O'zR Bosh prokuraturasi IJQKD boshlig'i
Eshtayev Alisher Abdug'aniyevich, i.f.d., TDIU professori
Musayeva Shoira Azimovna, SamDu IS instituti professori
Cham Tat Huei, (PhD) USCI universiteti professori, Malayziya
Axmedov Javohir Jamolovich, i.f.f.d.,(PhD) "El-yurt umidi" jamg'armasi ijrochi direktori o'rinbosari
Toxirov Jaloliddin Ochil o'g'li, t.f.f.d.,(PhD) TAQU katta o'qituvchisi
Djudi Smetana, p.f.n., Pitsburg davlat universiteti dosenti, Pittsburgh, Kansas, AQSH
Krissi Lyuis, p.f.n., Pitsburg davlat universiteti dosenti, Pittsburgh, Kansas, AQSH
Ali Kopak (Али Кўнак), i.f.d., prof., Karabuk universiteti dosenti, Turkiya
Glazova Marina Viktorovna, i.f.n., "LUKOIL-Energoservis" Kompaniyasi iqtisodchisi, Moskva.
Nosirova Nargiza Jamoliddin qizi, i.f.f.d., (PhD) TDIU dotsenti
Sevil Piriyeva Karaman, PhD, Turkiya Anqara universiteti doktoranti
Mirzaliyev Sanjar Maxamatjon o'g'li, TDIU mustaqil tadqiqotchisi

Yashil IQTISODIYOT va TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, siyosiy, ilmiy, ommabop jurnal

Editorial board:

Salimov Oqil Umrzokovich, Academician of the Academy of Sciences of Uzbekistan

Abdurakhmanov Kalandar Khodjaevich, Academician of the Academy of Sciences of Uzbekistan

Rae Kwon Chung, honorary professor of TSUE, Nobel laureate, South Korea,

Osman Mesten, member of the Turkish Parliament, head of the Turkey-Uzbekistan Friendship Society

Sharipov Kongratbay Avezimbetovich, DSc, Prof., Minister of Higher Education, Science and Innovation of the Republic of Uzbekistan

Buzrukkhanov Sarvarkhan Munavvarkhanovich, DSc, Deputy Minister of Higher Education, Science and Innovation of the Republic of Uzbekistan

Akhmedov Durbek Kudratillayevich, DSc, Prof., Deputy of the Legislative Chamber of the Oliy Majlis of the Republic of Uzbekistan

Akhmedov Sayfullo Normatovich CSc, Prof., Rector of Academy of Labor and Social Relations

Abdurakhmanova Gulnora Kalandarovna, DSc, Prof., TSUE Vice-Rector for Scientific Affairs and Innovation

Kalonov Mukhiddin Bakhritdinovich, DSc, Prof., Rector of the Navoi State Pedagogical Institute

Siddikova Sadokat Ghaforovna, PhD, Rector of the Bukhara Institute of Engineering and Technology

Khudoykulov Sadirdin Karimovich, DSc, Prof., acting Vice-rector for regional educational institutions and centers of TSUE

Yuldashev Mutallib Ibragimovich, DSc, Prof., of TSUE

Samadov Askarjon Nishonovich, CSc, Prof., of TSUE

Slizovsky Dimitriy Yegorovich, DSc, Prof., of the People's Friendship University of Russia

Mustafakulov Sherzod Igamberdiyevich, DSc, Prof., Rector of International "Nordic" University

Akhmedov Ikrom Akramovich, DSc, Prof., of TSUE

Foziljonov Ibrohimjon Sotvoldixo'ja ugli, DSc, Prof., of TSUE

Utayev Uktam Choriyevich, Deputy Head of the DGPO of the Republic of Uzbekistan

Ochilov Farkhod, Head of the DCECGPO of the Republic of Uzbekistan

Eshtayev Alisher Abduganievich, DSc, Prof., of TSUE

Shoira Azimovna Musaeva, professor of SamDu IS Institute

Cham Tat Huei, PhD, professor at USCI University, Malaysia

Akhmedov Javokhir Jamolovich, PhD, deputy of executive director of the "El-yurt umidi" fund

Tokhirov Jaloliddin Ochil ugli, PhD, Senior Lecturer at Tashkent University of Architecture and Construction

Judy Smetana CSc, Associate Professor, Pittsburgh State University, Pittsburgh, Kansas, USA

Chrissy Lewis CSc, Associate Professor, Pittsburgh State University, Pittsburgh, Kansas, USA

Ali Konak DSc, Prof., Associate Professor of Karabuk University, Turkey

Glazova Marina Viktorovna, CSc, economist at LUKOIL-Energoservis Company, Moscow.

Nosirova Nargiza Jamoliddin kizi, associate professor of TSUE

Sevil Piriyeva Karaman, PhD, doctoral student at Ankara University, Turkey

Mirzaliyev Sanjar Makhamatjon ugli, independent researcher of TSUE

Ekspertlar kengashi:

Berkinov Bazarbay, iqtisodiyot fanlari doktori, professor
Po'latov Baxtiyor Alimovich, t.f.d., profesor
Aliyev Bekdavlat Aliyevich, f.f.d., TDIU professori
Isakov Janabay Yakubbayevich, i.f.d., TDIU professori
Xalikov Suyun Ravshanovich, i. f. n., TDAU dotsenti
Rustamov Ilhomiddin, f.f.n., Farg'ona davlat universiteti dotsenti
Hakimov Ziyodulla Ahmadovich, i.f.d, TDIU dotsenti
Kamilova Iroda Xusniddinovna, i.f.f.d., TDIU dotsenti
G'afurov Doniyor Orifovich, p.f.f.d., (PhD)
Fayziyev Oybek Raximovich, i.f.f.d. (PhD), Alfraganus universiteti dotsenti
Tuxtabayev Jamshid Sharafetdinovich, i.f.f.d, TDIU dotsenti
Xamidova Faridaxon Abdulkarim qizi, i.f.d., TMI dotsenti
Yaxshiboyeva Laylo Abdisattorovna, TDIU katta o'qituvchisi
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.

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.



MUNDARIJA

Benchmarking asosida oliy ta'lim muassasalarining raqobatbardoshlik xususiyatini oshirish.....	16
Qo'ng'irotboy Avezimbetovich Sharipov, Zaynutdinova Umida Djalolovna	
Mehnat resurslarini samarali boshqarish orqali ish bilan bandlikni ta'minlash	20
Shakarov Zafar Gafforovich	
Трансформация человеческого капитала в условиях цифровизации и внедрения искусственного интеллекта в банковскую экосистему	24
С.С. Исмаилов	
“Kreativ iqtisodiyot” va “kreativ industriya”: mohiyati, nazariy jihatlarining tahlili	32
Dusmuxamedov Oybek Suratbekovich	
Muammoli kreditlar va ularni bartaraf etish yo'llari.....	37
Tojiyev Sardor Dilmurod o'g'li	
Don mahsulotlari tarmog'ida mavjud kamchiliklar va ularning yechimlari	41
Sh.B. Donayev	
Eksportni rivojlantirish iqtisodiy o'sishning asosiy omillaridan biridir.....	45
Xursandov Komiljon Maxmatkulovich	
Yirik soliq to'lovchilar bo'yicha soliq ma'muriyatchiligini tashkil etish	49
Idrisov Alisher Otajonovich	
Institutsional investorlar faoliyatini tashkil etishning konseptual jihatlari.....	53
Sultanov Maxmud Axmedovich	
Poverty in developing countries: new problems and solutions.....	57
Amirdjanova Sitara Sunnat kizi	
Факторы, влияющие на успешное функционирование скандинавской модели развития экономики.....	61
Вохидова Мехри Хасановна	
Анализ зарубежного опыта методологии оценки финансового потенциала развитых стран.....	69
Буранова Лола Вахобовна	
Mamlakatimizda islom moliyaviy xizmatlarini joriy etishning zarurligi.....	78
Babamatov Tolib Hakimovich	
Davlat-xususiy sheriklik loyihalarining tashkiliy-huquqiy mexanizmlari	83
S.A.Karabayev	
O'zbekiston tijorat banklarida valyuta operatsiyalarini amalga oshirish yo'llari.....	90
Yusupov Aziz Shuxratovich	
Sanoatda raqamli transformatsiyaning shakllanishi va rivojlanishi	95
Gulbayeva Feruza Islamovna	
Oliy ta'lim muassasalarining mamlakat iqtisodiy rivojlanishiga ta'siri.....	102
Sherov Alisher Bakberganovich	
Maxsus kiyimlar tikishda foydalaniladigan gazlamalar tahlili	107
Sayidova Maftuna Hamroqul qizi	
O'zbekistonda elektron bank xizmatlarini o'zgartirishda raqamli texnologiyalardan foydalanish	111
Umarova Malika Baxtiyarovna	
Оценка влияния налоговой системы на финансовое состояние организаций.....	116
Умида Юлдашева	
Теоретическое обоснование интернет-маркетинга в социальных сетях.....	120
Арипходжаев Саидамир Фузулиддинович	



Sport tashkilotining marketing strategiyasini ishlab chiqish.....	127
Ismoilov Sherzod Dilshodovich	
Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik faoliyatini rivojlantirishda klaster tizimini joriy qilish jarayonlari.....	132
Ziyadullayev G'ayrat Umidulla o'g'li	
Hududlar soliq salohiyatini oshirishda soliq risklarini boshqarishning zamonaviy tendensiyalari	138
Sharipov Narzullo G'ulomovich	
O'zbekistonning xalqaro bozordagi faoliyatini kengaytirishda marketing strategiyalaridan foydalanish samaradorligi.....	144
Shadieva Madina Djaloliddin qizi	
Xususiy tadbirkorlik va kichik biznes subyektlarining rivojlanish tendensiyalari.....	148
Jumanazarova Z.K.	
Xalqaro savdoning O'zbekiston iqtisodiyotiga ta'siri	154
Rashidov Bekzod Ulug'bek o'g'li, Isayev Laziz Baxtiyorovich	
Oliygochlarni optimallashtirishda sinergiya samarasiga erishish yo'llari	158
Adizov Sanjar Rashidovich	
Iqtisodiyotni raqamlashtirish sharoitida bank tizimining barqarorligini ta'minlash asosida aholi kambag'allik darajasini qisqartirish	165
Xoliyorov Murod Qahramon o'g'li, Xoliyorova Shoxista Qahramon qizi	
Концептуальная основа маркетинга в социальных сетях в туризме.....	174
Касимова Зилола Гуламиддиновна	
O'zbekistonda don mahsulotlari klasterlarida ishlab chiqarish va xo'jalik faoliyatini rivojlantirish	182
Alimov G'ayratjon Abduraxmon o'g'li	
Актуальные проблемы и пути решения приватизации государственного имущества в узбекистане	186
Шахзод Сайдуллаев	
Ttijorat bank daromadlaridagi risklarni baholash va boshqarishni takomillashtirish	192
Ahmedov Komron Muhammadaliyevich	
Sanoat korxonalarini iqtisodiy salohiyatini oshirishga ta'sir etuvchi omillar tahlili.....	196
Quyjanov Xurshid Abdullayevich	
Tashkilotning moliyaviy natijalarini hisobga olishda auditni takomillashtirish masalalari	200
Bakayev Xurshid Maxmudovich	
Yirik soliq to'lovchilar bo'yicha hududlararo davlat soliq inspeksiyasi o'rni va ahamiyati.....	206
Normurzayev Umid Xolmurzayevich	
Анализ международного опыта в сфере тепличного овощеводства	214
Нурутдинова Зухра Алишеровна	
Hududda turizm xizmatlarini rivojlantirishda xorijiy mamlakatlar tajribalarining mohiyati	220
Madaminova Sanobar Askarovna	
Hududning iqtisodiy o'sishini "yashil" iqtisodiyot asosida shakllantirishning nazariy asoslari.....	226
Shomirzayev Abdug'affor Abdujabbor o'g'li	
Davlat tibbiy sug'urta jamg'armasi faoliyati tahlili.....	230
Umurzakova Mo'tabarxon Nodir qizi	
Qurilish materiallarini ishlab chiqarish korxonalarining boshqarish tizimini takomillashtirish.....	234
Uzakova Umida Ruziyevna	
O'zbekistonda turistik majmualarni boshqarishning zamonaviy konsepsiyalari va yondashuvlarining metodologik jihatlari.....	241
Xomidov Qaxxorali Qurbonali o'g'li	
Aktiv va reaktiv quvvatlari tushunchasi va ularni soliqqa tortishdagi mavjud muammolar	247
Boykabilov Bahodir Mustafayevich	



Kichik sanoat zonalari korxonalar va mahsulotlar raqobatbardoshligini baholashga uslubiy yondashuv	251
Ozoda Batirovna Sakiyeva	
Investitsion jozibadorlikni baholashning uslubiy jihatlari	255
N.N.Zikrillayev	
Hududlarda turizm tarmoqlari infratuzilmasi va uni rivojlantirishni boshqarishning metodologik jihatlari	263
Saidova Dilfuza Abdufattohovna	
The connection of legal protection of geographical indications and state's economic growth	268
Almosova Shahnoza Sobirovna	
Kichik biznesning integratsiyalashuv mexanizmlarini shakllantirish	273
Israilov Rustam Ibragimovich	
Aksiyadorlik jamiyatlarida biznes jarayonlarni samarali boshqarishning nazariy asoslari va o'ziga xos xususiyatlari	277
D.D. Suvanova	
Оптимизация маркетинговой деятельности вузов узбекистана для привлечения абитуриентов	283
Шамшиева Наргизахон Носирхужа кизи	
Davlat budjetidan aholini uy-joy bilan ta'minlashning o'ziga xos xususiyatlari	290
Xannarov Komiljon Karimovich	
Tijorat banklarida transformatsiyalashuv jarayonlarining tahlili	296
Yoqubov Murodjon Valibekovich	
Роль инновационных инфраструктур в обеспечении конкурентоспособности промышленных предприятий	302
Каримов Хожакбар Махамаджон угли	
O'zbekiston qishloq xo'jaligida Osiyocha ishlab chiqarish usuliga asos solinishi	306
Abdulla Abduqodirov	
Kichik biznes korxonalarida ishlab chiqarishda innovatsion jarayonlarni tadqiq qilish yo'llari	312
Nasrullayev Feruz Furqatovich	
Ijtimoiy-iqtisodiy adolat – barqaror rivojlanish kafolati	318
Alimov Nasimjon Hoshimovich	
“Istiqlol” memhonxonasi reklama faoliyati tahlili	322
Musayeva Shoirazimovna, Usmonova Dilfuza Ilhomovna	
To'g'ridan to'g'ri xorijiy investitsiyalarni jalb qilishda asosiy belgilovchi omillar	328
Xaydarov Xurshidbek Latipjonovich	
Enhancing Industrial Efficiency through Integrative Sustainability Approaches	334
Kholmukhamedova Feruza	
Современные способы получения нефтяных битумов	338
Юлдашев Норбек Худайназарович, Махмудов Мухтор Жамолович, Комолов Руслан Илхомбекович	
O'zbekistonda agrobiznes orqali hududlarni rivojlantirish masalalari	342
Islomov Jamshed Davronovich	
Зарубежный опыт трансформации железнодорожной транспортной системы	347
Саримсакова Малохат Хикматуллаевна	
Sog'liqni saqlash sohasida davlat xususiy sherikligini tashkil etishning mintaqaviy xususiyatlari	351
Qurbanov Jumanazar Omonovich	
Savdo korxonalarida buxgalteriya hisobini tashkil etish hamda hisob siyosatini shakllantirish	354
Uzakov Utkir Abdusattarovich	
Sanoatda raqamli transformatsiyaning shakllanishi va rivojlanishi	357
Gulbayeva Feruza Islamovna	



Ta'lim muassasalarida namunaviy shtat, jadvallarni tuzish tartiblarini takomillashtirish	364
Ortiqov Xamroqul Abdumajidovich, Boliyev Bahromjon Rustam o'g'li	
Mamlakatimizda turizm sohasini istiqbolda rivojlantirishga ta'sir etuvchi ekzogen omillar tahlili	369
Yuldasheva Dilnoza Ulug'bekovna	
O'zbekiston Respublikasi tijorat banklarining masofaviy va boshqa xizmatlar bozorida raqobatni rivojlantirish masalalari.....	378
Ortiqov Oybek Abdullayevich	
Transport infratuzilmasining xususiyatlari.....	390
Shodmonbekova Nodira Kamoljon qizi	
Asosiy vositalarni xalqaro standartlar asosida hisobga olish tartibi	394
Shermatov Sirojiddin Haydarovich	
Logistika jarayonlarida raqamli yechimlar.....	399
Yarashova Vasila Kamalovna, Allabergenov Sherzod Maksudbayevich	
To'g'ridan to'g'ri sug'urta qilish operatsiyalari bo'yicha daromadlarning hisobini takomillashtirish.....	403
Abdusaidov S.J.	
Venchur kapitali: kelib chiqish tarixi va ilg'or horijiy tajribalar.....	409
Do'stov Firuz Ilxomovich	
Анализ статистического исследования рынка паломнического туризма в республике узбекистан	414
Мустаева Шохида Саъдуллаевна	
Структурно-функциональный анализ гастрономического туризма в республике узбекистан	420
Салиева Екатерина Сергеевна	
Вопросы привлечения внешнего финансирования металлургических предприятий в узбекистане.....	427
Татьяна Будей	
Mamlakat iqtisodiyotini rivojlantirishda investitsiyalardan foydalanishning afzalliklari	431
Khusanov Nodirbek Djumanazarovich	
Innovatsion g'oyalar va yangi ilmiy ishlanmalar asosida innovatsion mahsulotlar yaratishning boshqaruv tizimi samaradorligini oshirish yo'llari.....	437
Daliyev Xusan Xojakbarovich	
Macroeconomic factors in the development of the banking performance	442
Mamadiyorova Madina Nuriddin kizi, Dr.Susanti Kurniawati, X.S.Umarov	
Mamlakatimizda oziq-ovqat sanoatini rivojlanish holati va uning dolzarbligi	449
Turg'unov Muxridin Mo'ydinjon o'g'li	
Ecological sustainability and trade: economic and environmental implications of uzbekistan's accession to the WTO	453
Mironshokh Sattarov, Denny Andriana, Sirojiddin Yangiboyev	
Hududiy turizm rivojlanishining iqtisodiy samaradorligini oshirishni o'ziga xos tendensiyalari.....	458
Dustmurodov Orifjon Ismatilloevich	
Jismoniy shaxslar daromadlarini soliqqa tortishning ilmiy – nazariy asoslari.....	468
Davletov Po'lat Torabayevich	
Ekoshahar tashkil etishda "yashil" belbog' hamda "yashil" makonning o'rni	476
Karimova Muqaddas Zabixullayevna	
Необходимость изучения механизма управления социально-трудовыми отношениями при переходе республики узбекистан на "зеленую" экономику.....	479
Раматов Зафарбек Жуманиязович	

Klasterlarning rivojlanish tarixi, ularning o'ziga xos xususiyatlari va raqobatbardoshlikdagi o'rni.....	482
Sherkulov Shohruh Erkin o'g'li	
Soliqlarni raqamlashtirish: QQS ning muammo va istiqbollari	486
Abdulxayeva Shahnoza Muhammadiyevna	
Dehqon va tomorqa xo'jaliklarida sug'oriladigan yerlarning unumdorligini oshirish yo'llari.....	492
Xo'jageldiev Chorshanbi Pardayevich	
Topical issues of analytical support for financial resources management of business entities in modern conditions	498
Jiyanova Nargiza Esanboyevna	
Исследование цифровой валюты центрального банка как новой формы денег.....	506
Якубова Шамшинур Шухратовна	
Структуризация прибыли предприятия, факторы формирования и выявление резервов её повышения.....	513
Гафурова Азизахон Фатиховна	
Xorijiy mamlakatlarda oilaviy migratsiya masalalari.....	517
Kadirova Zulayho Abduhalimovna, Gaziyeva Sulxiya Saidmashrafvna	
Ta'limda innovatsion tadbirkorlikning tarixiy rivojlanishini asosiy bosqichlari.....	522
Madaminova Xusnidaxon Shuxratovna	
Integratsiya jarayonida bog'dorchilikda klasterlarni barpo qilishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlar va tarkibiy o'zgarishlarga ta'siri.....	526
Ergashov Ulug'bek Zoxidjonovich	
Banklarning moliyaviy xavfsizligi va uning iqtisodiy xavfsizlikka ta'siri.....	532
Mamatov Mamajan Axmadjonovich	
Qishloq xo'jaligida pillachilik biznesini rivojlantirish istiqbollarini belgilash jarayonini ekonometrik modellashtirish.....	535
Turgunov Odilbek Maripovich	
Zamonaviy pul-kredit siyosatining iqtisodiy o'sishni ta'minlashdagi rolini baholash.....	542
Mamanazarov Abdusamat Abdusaitovich	
The unique characteristics of governance systems in various countries: a comparative analysis.....	549
Bozorboev Otamurod Nurmuxammad ugli, Denny Andriana, Usmanov Bunyod	
GREEN ECONOMY AND GREEN CHEMISTRY: principles, priorities, advantages and it's impact to the future.....	553
Fozilova Firangiza Komilovna, Zokirova Ferangiz Zafarovna	
Kichik biznesda yoshlar tadbirkorligini shakllantirish va rivojlantirishning mohiyati va ahamiyati.....	557
Karimova Mavjuda Boxodirovna	
Tijorat banklari raqobatbardoshligini oshirishda xorijiy mamlakatlarning ilg'or tajribalari va ulardan foydalanish yo'llari.....	562
Zaynutdinov Bunyodjon Odiljon o'g'li	
Temir yo'l transportida yuk tashish samaradorligining iqtisodiy negizi tushunchasi va xususiyati.....	568
Shukurova Sultana Saida Sultanovna	
Tashqi savdo va iqtisodiy o'sish o'rtasidagi o'zaro aloqalarining hozirgi holati va tendensiyasi.....	572
Hayitova Nigora Ilxomovna	
Mamlakat tashqi qarzini boshqarishning samarali yo'llari.....	576
Choriyev Fazliddin Ishkuvatovich	
A comparative analysis of investment risk management in the non-profit sector	583
Rakhimov Shoxrux Abduqaxxor O'g'li, Muhamad Arief Ramdhany	
Роль налога на доходы физических лиц в формировании бюджета узбекистана.....	587
Наврузова Фарогаатхон	



Принцип работы электронных денег в форме электронных кошельков в банковском секторе.....	592
Ширинова Шохсанам Собир кизи	
Дальнейшее повышение эффективности деятельности постов удаленного электронного декларирования путем преобразования их структуры и алгоритма взаимодействия.....	598
Вахидова Феруза Алимовна	
Ishbilarmonlik muhitining mohiyati hamda uni baholashning zamonaviy usullari.....	603
Majidov Faxriddin Abdurazzok o'g'li	
Davlat moliyaviy siyosatining ijtimoiy-iqtisodiy mohiyati	609
Jabborova Dilafuz Sodiq qizi	
Mamlakat iqtisodiyoti rivojlanishida kichik biznes subyektlari faoliyatining ahamiyati	614
Ismoilov Narimonjon No'monjon o'g'li	
Tijorat banklari tomonidan biznes loyihalarni moliyaviy qo'llab-quvvatlashning o'ziga xos xususiyatlari.....	619
Asrorov Azizbek Isomiddin o'g'li	
Telekommunikatsiya sanoatining rivojlanish tendensiyalari.....	625
Toshmatov Salohiddin Zayniddinovich	
O'zbekistonda xizmatlar sohasi va uning amaldagi holati tahlili.....	631
Suyunov Asror Baxtiyorovich	
Makroiqtisodiy ko'rsatkichlarning atrof-muhitni yaxshilash va iqlim o'zgarishlariga qarshi kurashish munosabatlari tahlili.....	637
Raximova Mohinur Dilshod qizi	
OTMlarining ta'lim faoliyatini boshqarish jarayonida qo'llaniladigan innovatsion shakl va metodlar	645
Esanova Shohida Utkirovna	
Investitsiya loyihalari samaradorligini baholashda moliyaviy modellashtirishning muhim jihatlari.....	651
Rabimqulov Sherzod Murtozayevich, Zokirova Feruza Farxod qizi	
Internal factors influencing the competitiveness of the textile industry.....	657
Ikramova Nodira Burkhon kizi	
Mamlakatimiz tijorat banklari aktivlari samaradorligini baholash dolzarbligi.....	662
Xolmuradov Musurmon Avlaqulovich, Baltabaev Maxmud Toshpo'latovich	
Xalqaro bozordagi eng katta birlashish va sotib olish (m&a) operatsiyalari bo'yicha tahlili.....	667
Ahamdjonov Abdulloh Ahadjon o'g'li	
The impact of markets for innovative banking products on the economy.....	675
Abdurakhimova Dilora Karimovna	
Increasing the effectiveness of using marketing tools in public transport.....	686
Nosirova Nargiza Jamoliddin qizi, G'iyosidinov Boburbek Baxtiyor o'g'li, Wang Cheng	
E-commerce strategies for global market expansion.....	694
Allanazarova Dilnoza, Gulnora Abdurakhmanova, Vanessa Gaffar	
Chinese commercial banks experience in asset diversification.....	704
Uktamova Nozima Narzulla kizi	
Issues of greening the economy in ensuring sustainable economic growth.....	708
Nurmetova Muyassar Jumanazarovna	
“Риск-ориентированный надзор в банковском секторе узбекистана: актуальные практики и вызовы”	712
Суюнов Жасур Бозорович	
Рейтинг устойчивости субъектов предпринимательства: некоторые теоретические и практические аспекты	715
Исроилов Баходир Ибрагимович, Ibragimov Boburshoh Boxodir ugli	

Tijorat banklarida kredit riskini boshqarish amaliyotini takomillashtirish yo'llari.....	718
Raxmanov Ilxom Xurramovich	
O'zbekistonda moliyaviy razvedka xizmati faoliyatini rivojlantirishning ustuvor yo'nalishlari	725
Abdug'aniyev Uchqun Habibulla o'g'li, G'aniyev Samariddin Murodullo o'g'li	
Передовые методы сбора данных для точных маркетинговых исследований	730
Бекназова Комилахон Миркамол кизи	
Budjet tashkilotlarida ichki auditni tashkil etish va uning uslubiyotini takomillashtirish.....	733
Alimardonov Muxammadi Ibragimovich, Djalilova Malika Shuxratovna	
Raqamli iqtisodiyot sharoitida sun'iy intellekt texnologiyalaridan foydalangan holda logistikaning nazariy va uslubiy asoslari.....	740
Mirzanova Nozima Maratovna	
Tijorat banklarining transformatsiyalash jarayonlarini masofaviy bank xizmat turlari orqali rivojlantirish	744
Farmanova O'g'iloy Aliqul qizi	
Budjet daromadlarini shakllantirishning xorij tajribasi	748
Saipnazarov Shaylavbek Aktamovich	
Ma'naviy-ma'rifiy tadbirlar – o'zbekistonni yanada rivojlantirish strategiyasining tarbiyaviy omili.....	753
Gulxayo Samandarova Abdulkarim qizi	
Potential of vineyard tourism in Cappadocia region.....	761
Xashimova Shaxnoza Shuxrat qizi	
Aloqa xizmatlarini ko'rsatishning bugungi muammo va yechimlari.....	767
Shirinova Gulnoza Xudoyor qizi	
Mamlakatlarga xos xatarlarni baholash metodologiyalari tahlili	771
Bahriddinov Viqorjon Akbar o'g'li	
Tijorat banklarida faktoring operatsiyalariga ta'sir qiluvchi omillarning empirik tahlili	779
Usmonov Farrux Farxodovich	
A Comprehensive Analysis between Entrepreneurship and Unemployment in Uzbekistan.....	787
Shomurodov Tokhir Boymurod ugli, Rakhmonov Bekzod Sharibjon ugli, Kuziyeva Gulnoza Rashidovna	
English language competency as a catalyst for promoting sustainable development education in economics programs	792
Askarova Feruza Abdullaevna	
O'zbekiston misolida inson kapitali va tadqiqotlar boshqaruvini tadqiq qilish.....	798
Abdullayev Baxodir	
The role of insurance enterprises in securing global maritime trade.....	804
Sohibjamol Abirkulova	
Fond bozori orqali investitsiya faoliyatini moliyalashtirish yo'llari.....	809
Haydarov O'ral Axmadovich	
Bozor bahosi usullari asosida loyiha tannarxining bir qismi sifatida mehnat xarajatlarini hisoblashning iqtisodiy modeli.....	815
Suvonov Bekniyoz Baxtiyor o'g'li	
Анализ теоретического основы государственного внутреннего финансового аудита Республики Узбекистан.....	821
А.Нурниязов, Б. И. Исроилов	
O'zbekistonda kichik biznes va tadbirkorlikni rivojlantirishda infratuzilmaning ahamiyati.....	829
Raxmonov Bekzod Sharibjon o'g'li, Shomurodov Tohir Boymurod o'g'li, Botirova Hulkar Olimjonovna	
Innovatsion biznesni rivojlantirishning nazariy jihatlari.....	836
M.E.Ostanova	
O'zbekiston respublikasi davlat budjeti daromadlarini o'rta muddatli prognozlash.....	841
Fayzullayev Doston Mahmud o'g'li	



Conceptual Foundations of Applying Public-Private Partnership Mechanisms in the Tourism Sector	847
Saidov Utkir Uralboyevich	
Tijorat banklarining likvidligini ta'minlashda xorij tajribasi.....	852
Sattorova Nasiba G'anijon qizi	
Sanoat tarmog'ini davlat tomonidan qo'llab-quvvatlanishini statistik baholash.....	856
To'rayeva Zilola Turg'unovna	
Tadbirkorlik faoliyatida mijozlar bilan barqaror aloqalarni o'rnatishda CRM strategiyalarining roli.....	860
Xalilova Nafisa Komilovna	
Ways to improve the efficiency of banking services in our country	863
Muminova Masuda Bakhtiyorovna	
Agrar sohada investitsion loyihalarni tutgan o'rni va o'ziga xos jihatlari.....	867
Utanov Bunyod Kuvandikovich	
Анализ тенденций развития инновационной деятельности свободных экономических зон узбекистана	872
Ачилова Ширин Шавкат кизи	
Korxonani boshqarish samaradorligini oshirish yo'llari	880
Nazarov Sherzod Abdusattor o'g'li	
Роль акционерных обществ в национальной экономике: анализ вклада крупных акционерных обществ в валовой внутренний продукт Узбекистана, их роль в создании рабочих мест и осуществлении инновационной деятельности	884
Халекеева Зоя Пирниязовна, Эшов Алишер Ахтамович	
Investitsiya faoliyatini moliyalashtirish manbalarini shakllantirishning mohiyati va nazariy asoslari	888
Ashurov Azizbek Asqaraliyevich	
Mamlakat iqtisodiyotini rivojlantirishda erkin iqtisodiy zonalarning ahamiyati	892
Xakimova Gulzora Jamshidovna	
Xorijiy mamlakatlar miqyosida elektron xizmatlarning rivojlanish tendensiyalari va ularning ko'rsatkichlari.....	896
Xudoyorova Mehrangiz	
Iqtisodiy o'sish samaradorligini ta'minlashda tabiiy va moliyaviy resurslardan unumli foydalanish masalari.....	901
Xomidova Kamola G'olib qizi	
“Silk road stations” turizm rastalarini tashkil etish loyihasini amalga oshirishning tashkiliy-iqtisodiy yo'nalishlari	907
Suxrob Ramazonovich Bobokalonov	
Investitsiya loyihalarini moliyalashtirishda fond bozorining rolini oshirish mexanizmlari.....	916
Kamilova Iroda Xusnitdinovna	
Transport xizmatlari bozorini shakllantirish va rivojlantirishda ahamiyati	921
Muxtorova Indirabonu Yasharbek qizi	
Banklarda kredit operatsiyalari hisobi va tahlilini takomillashtirish yo'llari.....	927
G'olib Tashmanov, Hilolaoy Egamberdiyeva	
Innovatsion iqtisodiyotda telemeditsina xizmatlarini tashkil etishning zamonaviy shakllari.....	933
S.M. Raximova	
Marketing tadqiqotlarining iqtisodiy mazmuni, turlari va bozorni segmentlarga ajratish masalari.....	937
Valiyeva Aziza	



MARKETING TADQIQOTLARINING IQTISODIY MAZMUNI, TURLARI VA BOZORNI SEGMENTLARGA AJRATISH MASALALARI

Valiyeva Aziza

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti mustaqil izlanuvchisi

Annotatsiya: Maqolada marketing tadqiqotlarining iqtisodiy mazmuni, turlari va bozorni segmentlarga ajratish masalalari yoritilgan. Marketing tadqiqotlari atamasiga iqtisodchi olimlar tomonidan berilgan ta'riflar o'rganilgan va mualliflik yondashuvi shakllantirilgan. Marketing tadqiqotlarining turlarini guruhlarga va bozorni segmentlarga ajratish bo'yicha xulosa va takliflar ishlab chiqilgan.

Kalit so'zlar: marketing, marketing tadqiqotlari, marketing tadqiqotlari turlari, bozorni segmentlarga ajratish.

Abstract: The article examines the economic content, types and issues of segmentation of the marketing research market. The definitions given by economists to the term "marketing research" are studied, and the author's approach is formed. Conclusions and proposals are made on dividing the types of marketing research into groups and the market into segments.

Key words: marketing, marketing research, types of marketing research, market segmentation.

Аннотация: В статье рассматриваются экономическое содержание, виды и вопросы сегментации рынка маркетинговых исследований. Изучены определения, данные экономистами термину "маркетинговое исследование", и сформирован авторский подход. Сделаны выводы и предложения по разделению видов маркетинговых исследований на группы и рынка на сегменты.

Ключевые слова: маркетинг, маркетинговые исследования, виды маркетинговых исследований, сегментация рынка.

KIRISH

Hozirgi kunda raqobat muhitining keskinlashuvi, iste'molchilarning ehtiyoj va talablarining o'zgaruvchanligi, hamda yangi texnologiyalarning tezkor rivojlanishi natijasida marketing tadqiqotlari har qanday biznesning muvaffaqiyatli faoliyat ko'rsatishi uchun muhim ahamiyat kasb etmoqda. Marketing tadqiqotlari orqali korxonalar bozor tendensiyalarini aniqlash, iste'molchilarning xulq-atvorini o'rganish, raqobatchilar faoliyatini tahlil qilish va bozorda o'z pozitsiyasini mustahkamlash imkoniyatiga ega bo'ladilar.

Marketing tadqiqotlarining iqtisodiy mazmuni korxonaning strategik qarorlarini qabul qilishda zarur bo'lgan aniq va ishonchli ma'lumotlarni to'plash, tahlil qilish va ular asosida tegishli tavsiyalar ishlab chiqishga qaratilgan. Bu tadqiqotlar korxonaning bozordagi holatini baholash, iste'molchilarning hozirgi va kelajakdagi ehtiyojlarini aniqlash, yangi mahsulotlar yoki xizmatlar uchun bozor talabini bashorat qilish kabi masalalarda muhim rol o'ynaydi.

Marketing tadqiqotlari turlari o'z oldiga qo'yilgan maqsadlar, uslubiyat va qo'llanilish sohasiga ko'ra turlicha bo'lishi mumkin. Bozorni segmentlarga ajratish esa marketing tadqiqotlarining muhim qismi hisoblanib, iste'molchilarning ehtiyojlari va xulq-atvorlarini to'g'ri aniqlash orqali korxonalarga o'z mahsulot va xizmatlarini aniq maqsadli auditoriyaga yo'naltirish imkonini beradi. Bu esa o'z navbatida, marketing strategiyasini samarali tashkil qilish va resurslardan oqilona foydalanish imkoniyatlarini yaratadi.

MAVZUGA OID ADABIYOTLAR SHARHI

Marketing faoliyatini shakllantirish va uning strategiya hamda taktikasini belgilashning asosi marketing tadqiqotlari hisoblanadi. Marketing tadqiqotlarining maqsadi va mazmuni doimo va tizimli ravishda axborotlar to'plash, ularni tahlil qilish va natijalaridan korxonani boshqarish jarayonida foydalanishni tashkil etadi.

Marketing tadqiqotlarining juda ko'p ta'riflari, uning korxonaga faoliyatidagi roli va undan foydalanish maqsadlari haqidagi qarashlar mavjud. Marketing tadqiqotlarining klassik ta'rifi F.Kotlarning ta'rifi hisoblanadi: "Marketing tadqiqotlari - bu kompaniya oldida turgan marketing vaziyati bilan bog'liq holda zarur bo'lgan ma'lumotlar doirasini tizimli ravishda aniqlash, ularni to'plash, tadqiq qilish va natijalar bo'yicha hisobot berishdir" [1]. N.H.Engle marketing tadqiqotini: "tovar va xizmatlarni iste'molchiga o'tkazish va sotish bilan bog'liq barcha muammolarni o'rganish; ishlab chiqaruvchi va iste'molchi o'rtasidagi "munosabatlarni" yaxshilash; tovarlarni sotishga tayyorlash va ularni jismoniy taqsimlash; ulgurji va chakana savdo" deb ta'riflagan [2]. Shu bilan birga,



u marketing tadqiqotlari va bozor tadqiqotini farqlash juda muhimligini aniqlaydi, chunki ikkinchisi faqat ma'lum bir bozor yoki marketing sohasini ozgina tahlil qilgan holda faktlarni aniqlashga ishora qiladi, birinchi atama esa nafaqat ma'lum bozorlar haqidagi faktlarni to'plash, shuningdek, marketing usullari, marketing siyosati, to'plangan faktlarni tahlil qilish va ulardan tegishli tavsiyalar xulosasini ham o'z ichiga oladi.

Amerika Marketing Assotsiatsiyasi marketing tadqiqotlariga quyidagicha ta'rif beradi: "Marketing tadqiqoti – bu ishlab chiqaruvchi, iste'molchi va jamoatchilikni ma'lumot, ya'ni marketing imkoniyatlari va muammolarini aniqlash uchun foydalaniladigan ma'lumotlar orqali, sotuvchi bilan bog'laydigan funktsiya; marketing faoliyatini yaratish, takomillashtirish va baholash; marketing kampaniyalarining samaradorligini nazorat qilish va marketingni jarayon sifatida tushunishni yaxshilash" [3].

Robert Dahlstrom, Arne Nygaard va Jody L. Crosno marketing tadqiqotlariga bag'ishlangan va Journal of Marketing Research jurnalida 1986–1990 va 1996–2000 yillarda nashr etilgan 844 ta maqolalarni tahlil qilib, marketing tadqiqotlari bo'yicha 12 asosiy tematik yo'nalishlari (branding, tarqatish kanallari, iste'molchining xulq-atvori, marketing usuli, marketing falsafasi, narxlash, mahsulot, reklama, davlat siyosati, savdo, xizmat ko'rsatish, strategiya) ni va marketing tadqiqotlari maqolalarida eng ko'p qo'llaniladigan 9 ta tadqiqot strategiyalari (nazariya/adabiyotni ko'rib chiqish, namunalarni o'rganish, laboratoriya tajribasi, simulyatsiya model-lashtirish, maydon, birlamchi ma'lumotlarni o'rganish dala tadqiqotlari, ikkilamchi ma'lumotlarni o'rganish dala tadqiqotlari, dala tajribasi, baholash vazifasi, miqdoriy modellar)ni aniqladilar.

Yuqoridagi ta'riflardan xulosa qilishimiz mumkin, marketing tadqiqotlari kompaniyani boshqarish jarayoni bilan bevosita bog'liq bo'lgan faoliyatdir. Bundan tashqari, marketing tadqiqotlari: yagona yoki vaqti-vaqti bilan yuzaga keladigan muammolarni hal qilish; mijozlarning va umuman bozorning ehtiyojlarini aniqlashga qaratilgan; marketing tadqiqotlari natijalari javob berishi kerak bo'lgan savollarning keng doirasi tufayli tadqiqotning vazifasi va maqsadiga qarab bir necha xil tipologiyalar mavjud.

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Ushbu tadqiqot ishlarini amalga oshirishda ilmiy tadqiqot metodologiyasida keng qo'llaniladigan usullardan foydalanildi. Xalqaro moliya institutlari faoliyatining davlatlar rivojlanishiga ta'siri tendensiyalarini o'rganishda umumiylikdan individuallikka va aksincha tartibda deduksion yoki induksion usullardan foydalanish samara bersa, abstrakt-mantiqiy fikrlash usuli esa jarayonni tizimli tahlil qilishda ahamiyatlidir. Ilmiy tahlil jarayonida ana shu ilmiy tadqiqot usullaridan, xususan, kuzatish, umumlashtirish, guruhlash, taqqoslash, tahlil qilishda esa sintez va tahlil usullarini keng foydalanildi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Marketing tadqiqotlari funktsiyasiga ko'ra besh turga bo'linadi [4]. Qidiruv (izlash) tadqiqotlari – dastlabki yig'ish va qiziqish obyekti haqidagi ma'lumotlarni tizimlashtirish; axborot bazasini shakllantirish; ishlaydigan gipotezani ilgari surish. Tasvirolovchi (ta'riflovchi) tadqiqot o'rganilayotgan obyekt to'g'risidagi faktlarni aniqlash uchun amalga oshiriladi. Eksperimental tadqiqot – eksperimental tadqiqotlar yordamida gipotezalar tekshiriladi. Tasodifiy (analitik) tadqiqot – tahlil qilinadigan obyektlar o'rtasidagi sabab-oqibat munosabatlarini aniqlash. Tadqiqotning oldingi bosqichlari natijalarining to'g'riligini baholash uchun test tadqiqotlari o'tkaziladi.

Funksiya bo'yicha tipologiyadan farqli o'laroq, hal qilinayotgan vazifalar va maqsadlarga ko'ra marketing tadqiqotlarining ko'plab tipologiyalari ishlab chiqilgan. Birinchidan, bu marketing tadqiqotlari amaliyotining o'zi XIX-asrning oxirlariga to'g'ri kelishi bilan bog'liq. Ikkinchidan, korxonada faoliyat yuritadigan bozor ham mavjud marketing tadqiqotlari turlarida kuchli iz qoldiradi. Masalan, chakana savdo sohasidagi marketing tadqiqotlarida hashamatli tovarlarni sotish va qadoqlash/yorliqlash turlari ajratiladi. Lekin, farmatsevtika sanoatida ajratib bo'lmaydi [5]. Ushbu tadqiqotda marketing tadqiqotlaridagi umumiy tendensiyalarga e'tibor qaratishga harakat qilindi.

Marketing tadqiqotlarining ikkita tipologiyasini ko'rib chiqamiz: adabiy manbalarni tahlil qilish paytida ishlab chiqilgan tipologiya va marketing tadqiqotlari bo'yicha ishlar ma'lumotlar bazasini tahlil qilish paytida ishlab chiqilgan tipologiya.

Birinchi tipologiyani N.H.Engle ishlab chiqqan. U o'z izlanishlarida marketing tadqiqotlarining 4 ta asosiy yo'nalishini belgilaydi, ya'ni: bozorni o'rganish, tarqatish kanallarini o'rganish, marketing funktsiyalarini tahlil qilish va marketing xarajatlarini tahlil qilish. Har bir guruh uchun tadqiqotchi tadqiqotning uchdan ettigacha kichik guruhini ham aniqlaydi:

1. Bozorni o'rganish: bozor hajmi, bozorning joylashuvi, xarid qobiliyati, iste'molchilarning afzalliklari, raqobatchilar tahlili, bozorning to'yinganligi. 2. Tarqatish kanallari: integratsiyalashgan marketing, ishlab chiqaruvchilar tomonidan to'g'ridan-to'g'ri sotish, yirik chakana sotuvchilar tomonidan to'g'ridan-to'g'ri xaridlar, funktsional vositachilardan foydalanish, ulgurji savdo, qo'shma marketing, qishloq xo'jaligi kooperativlari va



boshqalar. 3. Marketing funksiyalarini tahlil qilish: funksiyasi bo'yicha ixtisoslashuv, sotib olish-yig'ish, savdoni qo'llab-quvvatlash, reklama, shaxsiy sotish, saqlash-omborlash, transport-etkazib berish, moliya-kredit, standartlashtirish-baholash. 4. Marketing xarajatlarini tahlil qilish: mahsulot bo'yicha, tarqatish kanali bo'yicha, marketing funksiyasi bo'yicha.

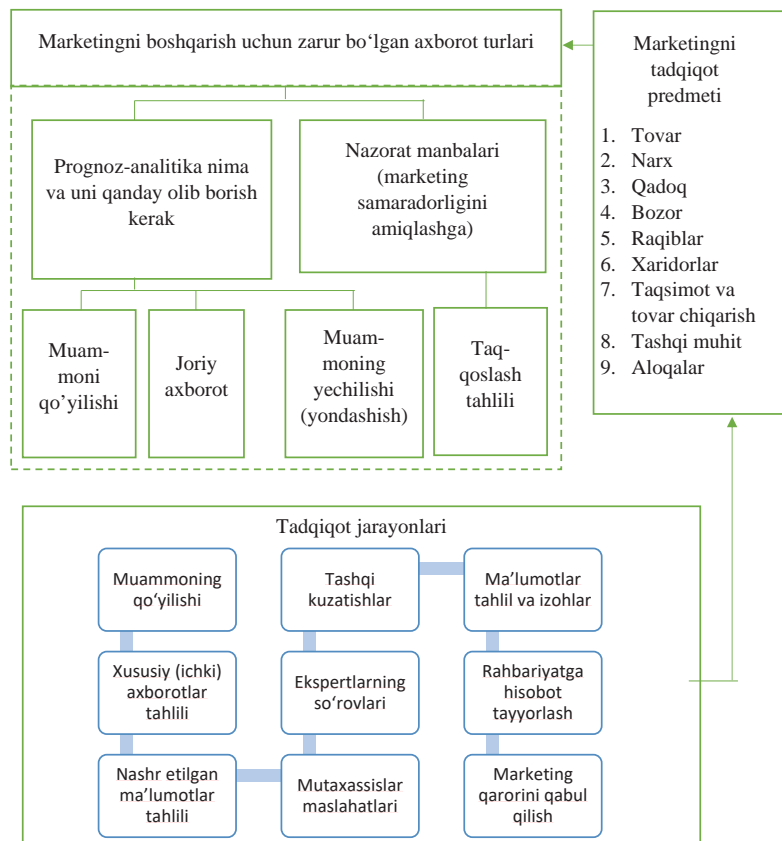
Ikkinchi tipologiya Robert Dahlstrom, Arne Nygaard va Jody L. Crosno tomonidan taklif qilingan. Mualliflar marketing tadqiqotlariga bag'ishlangan va Journal of Marketing Research jurnalida 1986-1990 va 1996–2000-yillarda nashr etilgan 844 ta maqolalarni tahlil qilib, marketing tadqiqotlari bo'yicha 12 asosiy tematik yo'nalishlari (branding, tarqatish kanallari, iste'molchining xulq-atvori, marketing usuli, marketing falsafasi, narxlash, mahsulot, reklama, davlat siyosati, savdo, xizmat ko'rsatish, strategiya) ni va marketing tadqiqotlari maqolalarida eng ko'p qo'llaniladigan 9 ta tadqiqot strategiyalari (nazariya/adabiyotni ko'rib chiqish, namunalarni o'rganish, laboratoriya tajribasi, simulyatsiya modellashtirish, maydon, birlamchi ma'lumotlarni o'rganish dala tadqiqotlari, ikkilamchi ma'lumotlarni o'rganish dala tadqiqotlari, dala tajribasi, baholash vazifasi, miqdoriy modellar) ni aniqladilar.

“Marketing tadqiqotlari bo'yicha izlanishlarning mavzulariga kelsak, bu erda marketing tadqiqotlarida qo'llaniladigan usullar bo'yicha tadqiqotlar soni sezilarli darajada kamayganini (birinchi davrda 24,8 %, ikkinchi davrda 5,8 %) va aksincha, brandingga bag'ishlangan tadqiqotlar esa sezilarli darajada o'sishini kuzatishimiz mumkin (12,0 % dan 29,9 % gacha). Mahsulotlar, strategiyalar, marketing falsafasi va xizmat ko'rsatish mavzularidagi izlanishlar soni ham sezilarli darajada oshdi. N.H.Engle hamda Robert Dahlstrom, Arne Nygaard va Jodi L. Crosnoning tipologiyalarini solishtirish asosida tadqiqot jurnallari asosan o'ziga xos va aniq muammoni hal qilishga qaratilgan marketing tadqiqotlarini: branding, xizmat ko'rsatish, reklama va boshqalarni ko'proq nashr ettganini ta'kidlash mumkin. Biroq, ikkala tadqiqot mualliflari ta'kidlashlaricha, ko'pchilik marketing tadqiqotlari, qoida tariqasida, istiqbolli emas, balki biznes amaliyotining hozirgi yoki o'tmishdagi holatini aks ettiradi, bu esa umuman marketingning rivojlanishini sekinlashtiradi” [6].

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Marketing tadqiqotlarining iqtisodiy mazmuni, turlari va bozorni segmentlarga ajratish masalalarini o'rganish jarayonida kuzatish, marketing usuli, sotish usuli, eksperiment, panelli o'rganish, so'rov va boshqa tadqiqot usullaridan foydalanilgan.

Marketing tadqiqotlari axborot turlari, predmeti va jarayonlari 1-rasmda aniq ifodasini topgan.



1-rasm. Marketing tadqiqotlari axborot turlari, predmeti va jarayonlari.



“Birinci bo‘limda qaysi axborot, qanday maqsad uchun to‘planishi va tahlil qilinishi ko‘rsatilgan. Eng muhimi nima qilish kerak? Marketing muammosini qanday hal qilish kerak? Uning yechimini topishga yondashish bo‘yicha savollarga javob topishda kerak bo‘ladigan axborotlar keltiriladi.

Ikkinchi bo‘limda marketing tadqiqotlari obyekti ko‘rsatilgan. Obyektni o‘rganish, izlanishning predmeti va turini ham tadqiq qilishni talab etadi. Bunday tadqiqotlar asosan bozor elementlari (talab, taklif, baho, iste‘molchi) va mahsulotlarni sotish sharoitlari hamda ularning infrastrukturasi o‘rganishni qamrab oladi.

Uchinchi bo‘limda marketing tadqiqotlarining tashkiliy-uslubiy tuzilishi yoki marketing qarorini qabul qilishga olib keluvchi o‘zaro bog‘liq jarayonlar tasvirlangan. Shu bo‘limning 2-7-qismlarida axborotlar manbai va to‘plash yo‘llari ko‘rsatilgan” [7].

Bugungi kunda bozorda muvaffaqiyatga erishish, ilmiy-texnika taraqqiyoti natijasida korxonaning ishlab chiqarish, moliyaviy va texnologik salohiyati bilan emas, balki marketing tadqiqotlari o‘tkazishdagi faollik, tashabbuskorlik va tajribasi bilan aniqlanadi degan fikr-mulohazalar hukm surmoqda. Buni tasdiqlovchi haqiqat shuki, “keyingi 10-15 yilda marketing tadqiqotlari zamonaviy biznesning katta mustaqil sohasiga aylanib bo‘ldi. Ma‘lumotlarga ko‘ra, “50 foizdan ko‘p amerikalik, 86 foiz yevropalik va 60 foiz Yaponiya biznesmenlari, firma va kompaniyalari marketing tadqiqotlarini o‘z kuchlari bilan olib boradilar. Qolganlari esa maxsus tadqiqot muassasalariga murojaat qilishadi. Hozir marketing tadqiqotlari bilan juda ko‘p ilmiy-tekshirish byurolari, firmalari, agentliklari, universitetlari, davlat muassasalari shug‘ullanishmoqda. Masalan, G‘arbiy Germaniyada 120 dan ko‘proq 3 ming kishilik ilmiy xodimlari bo‘lgan tashkilotlar marketing tadqiqoti olib bormoqda. Fransiyada bunday muassasalar 100, Angliyada 200, AQSh da 800 dan -ko‘proq bo‘lib, ushbu tashkilot va muassasalar bir yilda 1 milliard dollar atrofida mablag‘ aylantiradi” [7].

Marketing tadqiqotlariga shunday qiziqishning asl ma‘nosi - bozorda raqobat shaklining o‘zgarib borishi va aholi talabiga ilmiy-texnika yutuqlarining katta ta‘sir o‘tkazishidir. ““Baholar urushi” deb atalgan 30-60-yillardagi raqobat uslublari o‘rnini mahsulotning tayyorlanish sifati, assortimentining tez o‘zgarishi, sotishdan keyingi servis va texnika xizmat ko‘rsatishlar egallamoqda” [7].

Hozir raqobatda yutib chiqishning asosiy sharti yangi, yuqori sifatga ega bo‘lgan tovar va kompleks servis-texnika xizmatlarini hamda samarali sotish usullarini qo‘llashdan iborat bo‘lib qoldi. Ana shu talablar asosida marketing tadqiqotlarining ustuvor turi – iste‘molchilarni o‘rganish, o‘z navbatida bozorni segmentlash (tabaqa-lash)dan boshlanadi. Chunki bozor bir xil subyektlar - qatnashchilardan tashkil topgan emas.

Bozorni segmentlarga ajratish - uning iste‘molchilarini maxsus guruhlash demakdir.

Marketing amaliyotida bozorni segmentlarga bo‘lishda uch xil yondashish ishlab chiqilgan. Birinchi – ommaviy bozor. Korxonaga kirishda, keng xaridorlar ommasiga qaratilgan bir xil marketing dasturiga ega bo‘ladi. Ikkinchi – segmentlashgan bozor. Korxonada, asosiy e‘tiborini alohida belgilarga ega bo‘lgan bir xil segmentlarga qaratadi. Ana shu segment uchun maxsus dastur ishlatiladi. Uchinchi – ko‘pchilik ko‘rsatkichlari bilan tabaqalashgan bozor. Bunda o‘z xususiyatlari bilan farqlanadigan bir yoki ikki xil segment alohida ishlab chiqiladi. Bozor segmentlari doimiy emas. Har doim korxonaga o‘zining imkoniyatlari va maqsadlariga mos holda bozorni quyidagi segmentlarga bo‘lishi mumkin. Masalan, iste‘mol tovarlari bozorida quyidagi segmentlar mavjud:

- xaridorlar segmentlari (iste‘molchilar, ularning talablari, xatti-harakatlari va boshqa belgilar);
- tovar segmentlari (ommaviy va arzon, qiymat va maxsus kundalik, yangi va hokazo);
- savdo segmentlari (tovar harakati, sotish usullari va boshqalar);
- geografik segmentlar (iqtisodiy rivojlanish darajasi bo‘yicha tuman, shahar, viloyatlar) aholi soniga va joylashishiga qarab bo‘linadi.

Amaliyotda albatta bozorni yuqoridagi va boshqa belgilariga qarab segmentlanadi. Ammo, hamma vaqtda, segmentlar orasida tafovut ajralib turishi, aksincha, chakana xaridorlarda esa o‘xshashlik bo‘lishi shart. Korxonaga o‘zi tanlagan segmentlari xususiyatlarini va talablarini o‘lchay olishi va ularga chiqish yo‘llarini egallashi lozim. Segmentlar kerakli keng hajmi va kelajagi porloq bo‘lishi kerak.

Iste‘molchilar sifatida, bozorda ishlab chiqaruvchilar, ulgurji va chakana savdo, davlat va boshqa notijorat muassasalari qatnashishlari mumkin. Iste‘molchilarning asosiylari - tovarlar va xizmatlarning shaxsiy va oilaviy ehtiyojlarini qondirish uchun xarid qiluvchi kishilardir.

Marketingda tadqiqotlar o‘tkazish va segmentlashning asosiy maqsadi ana shu iste‘molchilarning bozordagi xatti-harakatlarini chuqur o‘rganib, ularning modelini yaratish va kelajakdagi ehtiyoj (talab)larini tasavvur qilishdan iborat.

Marketing kontsepsiyasi (tamoyili)ga asosan, har qanday korxonaga, bozorda muvaffaqiyatga erishish uchun eng avvalo iste‘molchilar tilak-istaklarini nazarda tutishi kerak. Bu esa iste‘mol jarayonini, aholi ehtiyoji va talabini bilish va ularga mos tushadigan tovarlar va xizmatlar taklif etishini taqozo qiladi.

Ushbu masalani yechishda quyidagi qoidalarga rioya qilinadi:

1. Xaridorni tushunish va uning qiziqish doirasini aniqlash
2. Tovar va xizmatlarning mulkchiligini ta‘minlash



3. Tovarlar haqida kerakli axborotlar yetkazib berish.

Yuqoridagi qoidalarni bajarish, marketingning quyidagi to'rt aksiomasiga asoslanadi: Birinchi: "Qiziqtirish muvaffaqiyat garovi". Ikkinchi: "Raqobat tanlashni rag'batlantiradi". Uchinchi: "Tanlov qiyinchilik tug'diradi". To'rtinchi: "Tanlovdagi raqobat tovarni takomillashtiradi".

Marketing nazariyasi va amaliyoti iste'molchilar talablarini o'rganishda, ularning ijtimoiy-iqtisodiy va demografik tavsiflariga ko'ra (daromad, yashash joyi va sharoiti, oila tarkibi, jinsi, yoshi, mashg'uloti va boshqalar) darajalab turlarga bo'lish uslubini ishlab chiqqan. Shu bilan birga iste'molchilar xatti-harakatini psixografika asosida tahlil qilinishi (qiziqishlari – xobbi, yangiliklarga progressiv va konservativ qarashlari, hayotiy mo'jizalar to'g'risidagi fikrlari va boshqalar) orqali, ularni empirik turlarga ajratish keng rivojlanmoqda. Natijada iste'molchilar, ijtimoiy-iqtisodiy va demografik o'xshashliklariga qarab "Modani quruvchilar", "programmachilar", "nafosatshunoslar", "texnikasevarlar" va boshqalarga bo'linadi.

Bozorlarni segmentlashda uslubiy va axborot to'plash hamda turlarga bo'lish asosi bo'lib Panelli o'rganish hisoblanadi. Iste'molchilar panelli – oldindan tayyorlangan dastur asosida doimo kuzatib boriladigan tanlanma iste'molchilar guruhi (oilalar) yoki qishloq, mahalla, ovul, tuman va shahar bo'lishi mumkin.

"Iqtisodiyoti rivojlangan mamlakatlarda iste'molchilarning madaniy saviyasi yuqorilashib borgan sari, ularning o'z huquqlarini bozorda himoya qilishlari uchun kurash ham kuchayib bormoqda. "Kons'yumerizm" – deb ataluvchi ana shunday ittifoqlar 60-yillarda vujudga keldi. Ular bozorda paydo bo'lib qolayotgan, tekshirilmagan dorilar, sabzavot, poliz ekinlari va hokazolarga qarshi kurashmoqdalar. Hozir iste'molchilar huquqini himoyalash kurashi keng rivojlangan. Ularning talablari bilan iste'molchilarga atalgan jurnallar, reklama, maslahatlar, tovarlarni ekspertiza qilish va sifatsiz mahsulot ishlab chiquvchilarni javobgar qilishgacha bo'lgan tadbirlar amalga oshirilmoqda" [7].

"Ana shu harakat qatnashchilari talabi va ta'siri natijasida 1985 yilda Birlashgan Millatlar Tashkiloti Assambleyasi "Iste'molchilarni himoya qilishga oid quyidagi rahbarlik talablarini" ishlab chiqdilar:

- zararli tovarlar ishlab chiqaruvchi korxonalariga milliy va xalqaro miqyosda qarshi kurashishda mamlakatlarga yordam berish;
- iste'molchilarga bozorda past narxlar bilan ko'p miqdorda tovar taklif etish sharoitlari yaratilishini rag'batlantirish;
- tovar va xizmatlar ishlab chiqaruvchilar orasida iste'molchilarga yuqori darajada estetik (nafosat bilan) munosabatda bo'luvchilarni alohida siylash" [8].

Bu talablar iste'molchilar salomatligini va xavfsizligini himoya qilishga qaratilgan. "Hozir iste'molchilar Ittifoqining xalqaro tashkiloti mavjud. Unga 100 ortiq davlatlar va 200 dan ortiq yirik firma va kompaniyalar a'zo bo'lgan" [9].

XULOSA VA TAKLIFLAR

Xulosa qilib aytganda, "marketing tadqiqotlari" atamasiga iqtisodchi olimlar tomonidan berilgan ta'riflari va shu sohadagi tashkilotlarning yondashuvlari e'tiborga loyiqligini e'tirof etgan holda quyidagi yondashuvni shakllantirdik: "Marketing tadqiqotlari - bu bozor kon'yunkturasi: narxlar, raqobatchilar, foydalanuvchilar va boshqalar haqidagi ma'lumotlarni to'plash, tasniflash va tahlil qilishdir. Marketing tadqiqotlari - bu bozor, mahsulot yoki xizmat haqidagi ma'lumotlarni yig'ish, tahlil qilish va sharhlash uchun vositalar to'plamidir".

Shunday qilib, marketing tadqiqotlari maqsadini to'g'ri aniqlash va uni o'tkazishda mavjud uslublardan samarali foydalanish talab etiladi. Shuningdek, marketing tadqiqotlarida bozorni segmentlarga ajratishga katta e'tibor qaratish lozim.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Котлер Ф. Основы Маркетинга. Краткий курс [Текст] / Ф. Котлер. К.: Вильямс, 2015. 496 с.
2. Беляевский И.К., Серебровская Т.П. Маркетинговые исследования [Текст] / И.К. Беляевский, Т.П. Серебровская. М.: Московская финансово-промышленная академия, 2006. 163 с.
3. American marketing association. <https://www.ama.org/>
4. Engle N.H. A Program for Marketing Research [Text] // Journal of Marketing, 1937. Vol. 1. P. 280-282.
5. Parsons A.G., Descatoires E. Retail marketing: A novel research agenda [Text] // Australasian Marketing Journal, 2016. Vol. 24. P. 102-107.
6. Dahlstrom R., Nygaard A. Strategic, Metric, and Methodological Trends in Marketing Research and Their Implications for Future Theory and Practice [Text] // Journal of Marketing Theory and Practice, 2008. Vol. 16. P. 139-152
7. Солиев А., Усмонов А. МАРКЕТИНГ. Тошкент, "Ўқитувчи", 1997.
8. United Nations guidelines for consumer protection. <https://unctad.org/topic/competition-and-consumer-protection/un-guidelines-for-consumer-protection>
9. Consumers International. <https://www.consumersinternational.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. № 8

© 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 kelmasligi 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.

