

Yashil IQTISODIYOT va TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, siyosiy, ilmiy, ommabop jurnal

1
2024



08.00.01 Iqtisodiyot nazariyasi
08.00.02 Makroiqtisodiyot
08.00.03 Sanoat iqtisodiyoti
08.00.04 Qishloq xo'jaligi iqtisodiyoti
08.00.05 Xizmat ko'rsatish tarmoqlari iqtisodiyoti
08.00.06 Ekonometrika va statistika
08.00.07 Moliya, pul muomalasi va kredit
08.00.08 Buxgalteriya hisobi, iqtisodiy tahlil va audit
08.00.09 Jahon iqtisodiyoti

08.00.10 Demografiya. Mehnat iqtisodiyoti
08.00.11 Marketing
08.00.12 Mintaqaviy iqtisodiyot
08.00.13 Menejment
08.00.14 Iqtisodiyotda axborot tizimlari va texnologiyalari
08.00.15 Tadbirkorlik va kichik biznes iqtisodiyoti
08.00.16 Raqamli iqtisodiyot va xalqaro raqamli integratsiya
08.00.17 Turizm va mehmonxona faoliyati



74-91 xalqaro daraja
ISSN: 2992-8982



Yashil

IQTISODIYOT va TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, siyosiy, ilmiy, ommabop jurnal

Bosh muharrir:

Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich

Bosh muharrir o'rinbosari:

Karimov Norboy G'aniyevich

Elektron nashr. 788 sahifa.

E'lon qilishga 2024-yil 7-fevralda 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 Korea, 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
Xudoyqulov Sadirdin Karimovich, i.f.d., prof., TDIU YoMMIB 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 Bekdavat Aliyevich, f.f.d., TDIU professori
Axmedov Ikrom Akramovich, i.f.d. TDIU professori
Po'latov Baxtiyor Alimovich, t.f.d., profesor
Eshtayev Alisher Abdug'aniyevich, i.f.d., TDIU professori
Isakov Janabay Yakubbayevich, i.f.d., TDIU professori
Musyeva Shoira Azimovna, SamDu IS instituti professori
Axmedov Javohir Jamolovich, i.f.f.d., "El-yurt umidi" jamg'armasi ijrochi direktori o'rinbosari
Toxirov Jaloliddin Ochil o'g'li, t.f.f.d., TAQU katta o'qituvchisi
Xalikov Suyun Ravshanovich, i. f. n., TDAU dotsenti
Kamilova Iroda Xusniddinovna, i.f.f.d., TDIU dotsenti
Nosirova Nargiza Jamoliddin qizi, i.f.f.d., TDIU dotsenti
Rustamov Ilhomiddin, f.f.n., Farg'ona davlat universiteti dotsenti
Fayziyev Oybek Raximovich, i.f.f.d. (PhD), Alfraganus universiteti dotsenti
Sevil Piriyeva Karaman, PhD, Turkiya Anqara universiteti doktoranti
Mirzaliyev Sanjar Maxamatjon o'g'li, TDIU mustaqil tadqiqotchisi
Utayev Uktam Choriyevich, O'zR Bosh prokuraturasi boshqarma boshlig'i o'rinbosari
Ochilov Farxod, O'zR Bosh prokuraturasi iqtisodiy jinoyatlarga qarshi kurashish departamenti bo'limi boshlig'i
Yaxshiboyeva Laylo Abdisattorovna, TDIU katta o'qituvchisi

Ekspertlar kengashi:

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

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

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



MUNDARIJA

Milliy iqtisodiyotni rivojlantirishda investitsiyalarning roli va ahamiyati.....	10
Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich, Zaynutdinova Umida Djalolovna	
Yashil iqtisodiyotga o'tishda konseptual, ilmiy, innovatsion yondashuvning zarurati	16
Gulnora Abdurahmonova	
O'zbekistonda "yashil" iqtisodiyotga o'tish muammolari va uni bartaraf etish yo'llari	22
S. R. Topildiyev	
Milliy strategik maqsadlar: ekologik va bojxona boshqaruvi mexanizmlarining maqbul kombinatsiyasi	28
Muratova Shohista Nimatullayevna	
Green Economy in Tourism in Uzbekistan.....	32
Alieva Makhbuba Toychievna	
Инновационные подходы в сельском туризме: "Зеленые маршруты"	36
Голышева Елена Вячеславовна	
Mamlakatimizda "yashil" iqtisodiyotni rivojlantirish strategiyasining ustuvor yo'nalishlari	42
Vaxabov Abduraxim Vasikovich, Nazarov Nazirjon Narzilloevich	
To'qimachilik sanoati korxonalarini barqaror rivojlantirish omillari.....	47
A.Yu. Mardanov	
Turizmni qayta jonlantirish strategiyasini ishlab chiqishda turizmni rejalashtirishning istiqbollari.....	52
A'zamov Saidakbarxon Avazxon o'g'li	
O'zbekistonda qayta tiklanuvchi energiya manbalaridan foydalanishi asosida barqaror rivojlanishga erishish	57
Abdullayev Elyorbek Odiljon o'g'li	
Barcha tadbirkorlik subyektlariga teng raqobat sharoitini yaratishda soliq imtiyozlarining o'rni	62
Akbarov Akmalxon Akrom o'g'li	
Turistik hududlarning barqaror rivojlanishini baholash metodologiyasida integral baholash ko'rsatkichlarini aniqlashning nazariy jihatlar.....	66
Asraqulov Abduraxmon Sultonovich	
Iqtisodiy rivojlanishni ta'minlashda "yashil" iqtisodiyot va uning ayrim masalalari.....	70
Axunova Shoxistaxon Nomonjanovna, Sultonova Gulbaxor Shoxnazimovna	
Davlatning iqtisodiy xavfsizligini ta'minlashda qishloq xo'jaligi faoliyatining nazariy tamoyillari va o'ziga xos xususiyatlari.....	74
Bekmirzayev Mirzoxid Adashaliyevich	
Mintaqa iqtisodiyotida agrar soha samaradorligini oshirishning ahamiyati.....	78
Butanova Dilnoza Rustamovna	
Global krizislar va ularning turizm iqtisodiyotiga ta'siri.....	83
Hallakova Barnoxon bahodirjonovna	
Agroturizm faoliyati rivojlanishining xorijiy tajribalari va ularda faoliyatni rivojlantirish modellarining qo'llanilishi.....	95
Husanboyev Sadafbek Yorqinjon o'g'li	
Yashil iqtisodiyotni kreditlashda banklarning o'rni.....	101
Ibragimova Sevara Muxamedjan qizi	
Qurilish materiallari sanoati korxonalari samaradorligini baholash masalalari.....	104
Isayev Jakhongir Muzaffarovich	
Iqtisodiyotni islomiy moliya tamoyillari asosida moliyalashtirish amaliyotini joriy etish istiqbollari	110
Kasimov Baxtiyor Usmanovich	
Oziq-ovqat sanoatida tadbirkorlik faoliyatini tashkil etishning iqtisodiy mexanizmi.....	113
Mahamatova Maftuna	
Turizm xizmatlar bozorida raqobatbardoshlik ko'rsatkichlarini takomillashtirish imkoniyatlari.....	119
Nurfayziyeva Mohinur Zayniddinovna	



Islom moliyalashtirish xizmatlari asosida kichik va o'rta biznesni moliyalashtirish usullari.....	124
Said Po'latov Maxamedovich	
Using Innovative Technologies in Hotels as a Factor of Sustainable Development of Tourism Industry	128
Sayfutdinov Shuxratjon Sultonovich, Egamberdiyev Sirojiddin Sattor o'g'li	
Dorivor o'simliklar yetishtirishning dunyo mamlakatlari iqtisodiyotidagi o'rni va xalqaro bozor savdosida prognozlar.....	135
To'xtabayev Jamshid Sharofiddinovich, Maftuna Ermatova Arslonbek qizi	
O'zbekistonga turistlar tashrifini ko'paytirishda raqamli texnologiyalarning o'rni	142
Toshmurod Kulmanov	
Agrobiznesni moliyaviy quvvatlash va rivojlanish istiqbollari	147
Tursunova Dilnavo Islomovna	
Oziq-ovqat bozorini qandolat mahsulotlari bilan to'ldirishda marketing strategiyalaridan foydalanishni takomillashtirish.....	150
Azlarova Munira Muxammad-Amin qizi	
Yoshlar turizmini rivojlantirish holati va uni takomillashtirish yo'llari.....	159
Allayor Norboyev Ismoilovich	
Biologik aktivlarni baholashning uslubiy jihatlarini takomillashtirish.....	162
Boltayev Abror Sayitmuradovich	
Agrosanoat ishlab chiqarishida innovatsion jarayonlarni tadqiq qilishga uslubiy yondashuvlari.....	168
Dusmatov Begmuhammad Olimjonovich	
Suv resurslaridan samarali foydalanishda suv solig'ining ahamiyatini oshirish	174
Ikramov Nuriddin Kamolitdinovich	
Xizmat ko'rsatish sohasida innovatsiya va innovatsion faoliyat bilan bog'liq tushunchalarining nazariy masalalari	179
Mamayunus Qarshibayevich Pardayev, Temur Olimovich Mamayunusov	
Aglomeratsiya iqtisodiyoti – Agglomeratsiya iqtisodiyoti – hududiy rivojlanishni harakatlantiruvchi omili sifatida	185
Raximbayev Akmal Azatboyevich	
Korxonalarni boshqarish samaradorligini oshirishda innovatsion yondashuvlardan foydalanish mexanizmlari	190
Saipnazarov Sherbek Shaylavbekovich	
Globalashuv sharoitida turizm sohasida innovatsion faoliyatni rivojlantirishni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash mexanizmini takomillashtirish	195
Salimov Dilshodbek Davronovich	
To'qimachilik sanoat korxonalarida marketing strategiyasi.....	199
Tillyaxodjayev Azizxon Aloxonovich	
Oziq-ovqat sanoati korxonalari raqobatbardoshligini oshirish yo'llari	203
Nilufar Umarova	
O'zbekistonda transport xizmatlari ko'rsatilishi tahlili	207
Xasanov Sarvar Ulug'bek o'g'li	
Agrar sektorga jalb qilingan investitsiyalarning sohadagi intensiv iqtisodiy o'sishga ta'sirining tahlili	213
Yangiboyev Sirojiddin Jo'ramurodovich	
Mustaqil Davlatlar Hamdo'stligiga a'zo davlatlarda auditning xalqaro standartlarini qo'llash xususiyatlari	220
Meliyev Isroil Ismoilovich	
Raqamli bank xizmatlarini yanada takomillashtirish: muammolar va yechimlar	227
Melikov Otabek Maxmadiminovich	
Innovatsion iqtisodiyotda inson kapitalining tutgan o'rni.....	232
Abdikarimov Islombek Ibragimovich	
Kimyo sanoati korxonalarini boshqarish modellariga oid zamonaviy tajribalar.....	237
Avulchayeva Feruza Djurakuziyevna	
Задачи предмета «русского языка» на современном этапе	243
Адилова Солияхон	



Tijorat tashkilotlarining investitsiya faoliyati	247
Farhod Mahmudovich Tirkashyev, Asomiddinov Husan Asomiddin o'g'li	
Korrelyatsion-regression tahlil orqali turizm xizmatlari samaradorligini oshirish mexanizmlari.....	252
Gapparov Azim Qayumovich	
O'zbekistonda monetizatsiya darajasi va uni makroiqtisodiy ko'rsatkichlarga ta'siri.....	258
Isayev Atabek Djurabayevich	
Prospects for the Development of Bond Circulation in the Capital Market.....	266
Jurabek Sobirov	
Ta'lim xizmatlari bozorida oliy ta'lim muassasalarining rivojlanish holati tahlili.....	270
Kuldashev Sherzod Alimardonovich	
Iqtisodiyotga investitsiyalarni jalb qilish va ularning barqaror iqtisodiy o'sishdagi roli	276
Mamadiyeva Dilrom Ravshon qizi	
Surxondaryo viloyatlarning marketing salohiyatini shakllantirish holati tahlili	280
Mamadjanova Tuyg'unoy Axmadjanovna	
Improving Internal Control System	287
Mexmonaliyev Ulug'bek Erkinjon o'g'li	
Oliy ta'lim xizmatlarini targ'ib qilishda OTMLar veb-saytlari samaradorligini oshirish.....	291
Musayev Bekjon Shukurillayevich	
Korxonaning narx-navo tizimi va narx siyosatini tahlil qilish	298
Musayeva Shoira Azimovna, Usmonova Dilfuza Ilhkomovna	
Raqamli iqtisodiyot sharoitida tibbiyot sohasini moliyalashtirish istiqbollari.....	302
Muxammadiyev Ramz Zoirjon o'g'li	
Xizmatlar ko'rsatish subyektlarida biznes-modellarining raqamli transformatsiyalashuv konsepsiyalari.....	306
N. B. Yahyoxonov	
Mikromoliyaviy xizmatlar ko'rsatuvchi kredit tashkilotlarining samaradorligiga ta'sir etuvchi omillarning ekonometrik tahlili.....	311
Nazarova Muslima Nazarovna	
Sanoat korxonalarida aylanma mablag'lardan foydalanishning ilmiy-amaliy jihatlarini	317
Nurmatov Mirzaakbar Mirzaaliyevich	
Biznesni yuritishda korxonalararo integratsion jarayonlarni rivojlantirish masalalari.....	322
Olimova Nodira Xamrakulovna	
O'zbekistonda turizmni rivojlantirishning moliyaviy mexanizmlari: tahlil va istiqbollar	329
Oppoqxonov Nurmuhammadxon Po'latxon o'g'li	
O'zbekistonda davlat korxonalari transformatsiyasini jadallashtirish yo'nalishlari.....	333
Qahhorov Azizjon Ahror o'g'li	
Aholining turmush darajasini oshirish sharoitida mehnat bozori transformatsiyasining dinamikasi	338
Rahimboyev Muxtorbek Ikrom o'g'li	
Tijorat banklarida iqtisodiy-matematik modellashtirish samaradorligini yanada oshirish usullari.....	341
Raxmanov Mexridin Sindarovich	
Aholi moliyaviy savodxonligiga investitsiya kiritishning ahamiyati.....	345
Ruzibayeva Nargiza Xakimovna	
Makroiqtisodiy barqarorlikni ta'minlashda valyuta siyosatini samarali tashkil etish.....	350
Samandarov Zuxriddin Raup o'g'li	
Sharq va G'arb tamaddunida gender qarashlar	355
Samandarova Gulxayo Abduraim qizi	
Imkoniyati cheklanganlarga to'siqsiz turizm xizmatlarini tashkil etish istiqbollari	359
Tilovmurodov Dostonbek Furqat o'g'li	
To'qimachilik korxonalarining inqirozga qarshi boshqaruvida davlat tomonidan tartibga solishning ahamiyati	363
Todjimamatova Mashxura Erkinovna	
Mintaqalarning ekologik-iqtisodiy xususiyatlari va ularning barqaror rivojlanish bilan bog'liqligi	367
Toshboyev Muzaffar Muxtorovich	



Перспективы развития сферы услуг в Узбекистане.....	373
Tsoy Marina Petrovna, Li Marina Rudolfova, Romashkin Roman Anatolyevich	
Opportunities for Bicycle Tourism in Zomin, Bulungur and Bakhmal Districts.....	379
Urozaliev Elyor Shuxrat ogli, Xujamov Bobur bahodir ogli, Saydullayev Abbosjon Murodovich	
Pul-kredit siyosati va moliyaviy inqiroz: uslubiyot va saboqlar	384
Xakimov Dilshodjon Rahmonaliyevich	
Korxonalarda barqaror rivojlanishni tatbiq etish istiqbollari.....	391
Xidirova Marg'uba Rustamovna, Jumayeva Guzal Sherxon qizi	
Telekommunikatsiya korxonalari faoliyati samaradorligini oshirishda raqamli texnologiyalardan foydalanish.....	396
Xusanov Ulugbek Nishanovich	
Milliy iqtisodiyotning raqamli transformatsiyasini kengaytirish imkoniyatlari.....	402
Xuseynova Feruzabonu Mamadaliyevna	
O'zbekiston iqtisodiyotida raqamli texnologiyalardan foydalanish imkoniyatlari.....	405
Yo'ldosheva Dilnoza G'ayrat qizi	
Необходимость соблюдения этических норм в профессиональной деятельности бухгалтеров	408
Абдуллаханова Гулбахор Саттаровна	
Mintaqalarda kichik innovatsion korxonalarni rivojlantirishning o'ziga xos xususiyatlari.....	412
Abdulkakimov Zuxrali Tursunaliyevich, Axmadjanov Ilyosbek Ilxomjon o'g'li	
Tadbirkorlik faoliyatini rivojlanishini nazariy masalalari.....	416
Abdulkakimov Zuxrali Tursunaliyevich, Abduraxmonov Sherali Sharifjonovich	
Пути повышения прозрачности бюджета Республики Узбекистан.....	420
Адашов Гайрат Рустамович	
Mamlakatning investitsiyaviy jozibadorligi va uning lizing munosabatlari rivojlanishi bilan bog'liqligi	424
Axmediyeva Aliya Toxtarovna	
Тенденции и факторы развития пищевой промышленности в Узбекистане	432
Б. А. Хакимов	
Роль платежных систем в функционировании электронной коммерции.....	438
Бабаева Гузаль Яшиновна	
"Sirdaryo" va "Sirdaryo-Farm" erkin iqtisodiy zonasidagi xorxonalari erishgan yutuqlari, berilgan imtiyozlar va yaratilgan shart-sharoitlar to'g'risida	444
Davlayev G'olib Ashurovich	
Milliy iqtisodiyotga jalb qilingan investitsiyalarning tahlili	447
Djalilov Dostonbek Abduazizovich	
Ishlab chiqarish tafovutining Markaziy Bank monetar siyosati qarorlariga ta'siri.....	452
Duskobilov Umidjon Sharofiddinovich	
O'zbekistonda innovatsion jozibadorlik asosida oliy talim xizmatlarini rivojlantirish.....	457
Jonuzokov M. K.	
Aksiyadorlik jamiyatlarida korporativ boshqaruvni takomillashtirishda xorij tajribasidan foydalanish.....	461
Ismailov Allayor Rashidovich	
Особенности формирования ценовой стратегии на рынке плодоовощной продукции.....	465
Исроилов Абдурашид Абдурахманович	
Iqtisodiyotni globalashuvi sharoitida xo'jalik yurituvchi subyektlar barqarorligining nazariy metodologiyasini takomillashtirish	471
Kalandarova Nargiza Narimanovna	
Проблемы регулирования и защиты инвесторов в развитии электронной коммерции и пути их решения	475
Кенжебаева Гульфуза Рахматиллаевна	
Сущность, цели и задачи определение уровня финансовой устойчивости предприятия в современных условиях	478
Киличев А. А.	
Sug'urta tashkilotlari tomonidan taqdim etiladigan hisobotlarni xalqaro standartlarga muvofiq takomillashtirish	485
Kodirkulov Oybek Turdiboyevich	



Классификация институциональных факторов, определяющих предпринимательскую активность в Узбекистане.....	490
Курпаяниди Константин Иванович	
Ho'jalik yurituvchi subyektlarning kredit va qarz mablag'laridan foydalanish samaradorligi tahlilini takomillashtirish.....	497
Mahmudova Go'zal Samadjon qizi	
Muqimiy ijodiDA milliy uyg'onish va iqtisodiy, falsafiy qarashlar	502
Muxlisa Muxitdinova	
Совершенствование управления портфелем залогов для обеспечения финансовой устойчивости: инсайты и рекомендации для Узбекистана	505
Наимов Шахрух	
Определение специфических особенностей и факторов влияющие на процесс внедрения международных требований и стандартов в коммерческих банков Республики Узбекистан.....	509
Хайдаров Зохири Шарирович, Каражанова Гулноза Толлиевна, Хайдари Фидои Зохири Зода	
Inson kapitalida mujassam bo'lgan fazilatlar, ularning jamiyat rivojlanishidagi o'rni va roli	514
Mamayunus Qarshibayevich Pardayev, Sevara Abdinazarovna Babanazarova, Mexrangiz Olimovna Mamayunusova	
Развитие рыночных отношений и усиление их влияния на рост объёмных и качественных показателей культурного туризма.....	521
Пулатова Сурайё Юлдашевна	
Основные направления цифровой трансформации в банковском секторе.....	525
Рахимова Гавхар Ойбековна	
O'zbekistonda ayollarni tadbirkorlik faoliyatini moliyalashtirishda bank kreditlarining roli	530
Saidova Subhinigor Azizovna	
Xizmat ko'rsatish sohasini rivojlantirish asosida kambag'allikni qisqartirishning innovatsion yo'llari	535
Sultonov Shodiyor Abduhalilovich, Nazarov Asqar Anvar o'g'li	
Yuridik shaxslar mol-mulkiga soliq solishning o'ziga xos xususiyatlari	541
Umirov Xurshid Islomovich	
Korxonalar va tashkilotlarni modernizatsiya qilish jarayonlari.....	545
Fayziyeva Dilafuz Shuxratovna	
"Авеста" – исторический источник экономической мысли в Древней Средней Азии	549
Хакимов Назар Хакимович, Садиков Анвар Каримович	
Приоритетные направления развития теории формирования финансовой политики предприятия	555
Хамдамов С. Ф.	
Innovatsion rivojlanish sharoitida inson resurslarini strategik boshqarish.....	562
Xasanova Nafisa Shavkatovna	
Mehnat bozorida mehnat resurslaridan samarali foydalanishda yoshlar bandligini takomillashtirish.....	566
Xuvaydullayeva Iroda Xusniddin qizi	
Sanoat korxonalari faoliyati samaradorligi va raqobatbardoshligini baholashga doir uslubiy yondashuvlar.....	572
Yuldasheva Nilufar Abduvaxidovna	
Amir Temur davrida hunarmandchilik siyosatining o'ziga xos iqtisodiy xususiyatlari	578
Zikrillayev Jaxongir Sarvar o'g'li, ilmiy rahbar: Nasimov Baxtiyor Vasiyevich	
Infratuzilma obyektlari rivojlanishining turizm sohasidagi o'rni.....	583
Toyrova Amina Baxtisher qizi	
Korxonalarda moliyaviy investitsion portfelni jalb qilish va rag'batlantirishning zamonaviy shakl va usullari tahlili	588
Haydarov Humoyun Begmurod o'g'li	
Kichik biznes korxonalari raqobatbardoshligini tadqiq etishga konseptual yondashuvlar	592
K. Q. Tajibayev	
Бухгалтерский учет дебиторской и кредиторской задолженности в современной экономике	599
Камолова Феруза Кахрамоновна	



O'zbekistonda mehmonxona sohasidagi mahalliy boshqaruv tizimini takomillashtirish yo'llari.....	603
Mirzayeva Lola Shavkatovna	
Turizmni rivojlantirishda "yashi" marketingni o'rni.....	607
Normurodova Zebo Eshmaxmatovna	
Inson kapitalini boshqarishning xorij tajribasi.....	612
Ruzmetova Gulira'no Atabekovna	
Agrasanoat majmuasida oziq-ovqat mahsulotlarini yetishirish va qayta ishlashda klasterlarini rivojlantirishning xalqaro tajribalari.....	620
Salixov Sherzod Abduxakimovich	
Mamlakatimizda mehnat bozorida ayollarning iqtisodiy faolligini oshirish	625
Xusanova Gulsum Baxtiyorovna	
Budjetdan tashqari mablag'lar hisobi va nazoratini takomillashtirish	628
Ostonokulov Azamat Abduraimovich, Alimardonov Asrorjon Alimardonovich	
Xizmat ko'rsatish sohasida investitsion jarayonlar rivojlanishining xorij tajribasi	635
Miyassarov Davron Abdurashid o'g'li	
Xizmat ko'rsatish va servis sohasida mehnat resurslaridan foydalanish samaradorligini baholash ko'rsatkichlari.....	640
Muhammadamin Erdon o'gli Erdonov	
Инновационные направления развития сферы услуг как фактор экономического роста.....	644
Насиров Дилшод Фархадович	
Влияние прямых иностранных инвестиций (пии) на экономику Узбекистана	654
Юлдашев Нодирбек Сайдибурханович	
Qulay investitsiya muhiti – xorijiy investitsiyalar oqimini oshirishning asosiy omilidir.....	659
Hoshimov Jahongir Ravshanbek o'g'li	
Biznesni loyihaviy moliyalashtirish va uning asosiy yo'nalishlari.....	664
Razzakov Jasur Xamraboyevich	
Inflation and Unemployment: Evidence from Uzbekistan	670
Mahmudov Nosir, Nabiyeva Nargizaxon Nuriddin qizi	
Milliy mahsulotlarni jahon bozoriga olib chiqishda marketing strategiyalaridan foydalanish	677
Meliqulov Abduhalil Norinovich	
O'zbekistonda kichik sanoat zonalarini tashkil etish va rivojlantirishda xorij tajribalaridan foydalanishning ustuvor yo'nalishlari	683
Ortiqov Avazbek Bahrom o'g'li	
Rene Dekart va Blez Paskal ta'limotlarida ratsional g'oyalar komparativistikasi.....	689
Ruzmatova Gulnoz Miraxrarovna	
Sanoat korxonalarining barqaror rivojlanishining nazariy-uslubiy asoslari.....	694
Samijonov Musobek G'ayratjon o'g'li	
The Importance of the World Trade Organisation (WTO) and Uzbekistan's Efforts to Join It.....	699
Urozaliev Elyor, Khoshimova Sevara	
Jismoniy tarbiya va sport muassasalarini moliyalashtirishdagi mavjud muammolar.....	705
Abduqaxorov Ulug'bek Abdug'aniyevich	
Yangi O'zbekistonda turizmning drayver sifatida barqaror rivojlanish yo'nalishlari	709
Tuxliyev Iskandar Suyunovich	
Mahalliy soliqlar va yig'implarning iqtisodiy mohiyati hamda ularni undirishning xususiyatlari	713
Tuychiyev Kamoliddin	
Tijorat banklari raqobatbardoshligini oshirishda xorijiy mamlakatlarning ilg'or tajribalari va ulardan foydalanish yo'llari	717
Yadgarov Nodir Ravshanovich	
Organik qishloq xo'jaligiga o'tish bosqichlarining tashkiliy jihatlar va iqtisodiy asoslari.....	723
Amirqulov Shuxrat Olimovich	
Davlat xaridlari jarayonida e'tiborsiz ijrochilarni imkoniyatini cheklash masalalari	727
G'ofurov Temur Baxrom o'g'li	



O'zbekiston iqtisodiyotida investitsion loyihalarni faol tashkil etish istiqbollari	730
Utkurov Kozimjon Dilmurod o'g'li	
Iqtisodiy o'sishni ta'minlashda transport tadbirkorligi faoliyatini rivojlanish imkoniyatlari	733
M. Masharipova, I. Ruzmetova, D. Kuramboyeva	
Sug'urta faoliyatini takomillashtirishda andarrayting xizmatining o'rni	737
Qarshiyev Daniyar Eshpulatovich	
O'zbekistonda eksportni sug'urtalash mexanizmlarini yanada kengaytirish yo'nalishlari	741
Qarshiyev Keldiyor Eshpulatovich	
Kambag'allikni qisqartirishda aholini tadbirkorlikka yo'naltirish	745
Rajabboyev Muzaffar Erkaboyevich	
Yoqilg'i-energetika korxonalarining moliyaviy barqarorligining ilmiy nazariy asoslari	749
Xusanov Qaxramon Nishonovich	
Оценка результатов реформы бухгалтерского учета в Республике	753
Киличева Фарида Бешимовна, Ирмухамедова Муслима Дилшодовна	
Эффективность программ соответствия в различных компаниях	757
Ахмедов Бехзод Ахмедович	
Элементы системы внутреннего контроля в выбранном финансовом институте	762
Хасанов Кахрамон Ахмаджанович	
Authentic Leadership Unleashed: A Comparative Analysis of Leadership Styles	767
Esanova Shohida Utkirovna	
Investitsion loyihalarni moliyalashtirishdagi moliyaviy risklarni boshqarishning ilg'or xorij tajribalari	774
Madiyarov Sanjar Gulyamovich	
Paxta-to'qimachilik klasterlarida xarajatlar hisobining uslubiy masalalari takomillashtirish	781
Toshpo'latov Azizbek Shermuxamadovich, Umaraliyev Isomidin Ismonjon o'g'li	



OZIQ-OVQAT BOZORINI QANDOLAT MAHSULOTLARI BILAN TO'LDIRISHDA MARKETING STRATEGIYALARIDAN FOYDALANISHNI TAKOMILLASHTIRISH

Azlarova Munira Muxammad-Amin qizi

PhD, Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti

Annotatsiya: Ushbu ilmiy maqolada oziq-ovqat bozorini qandolat mahsulotlari bilan to'ldirishda, sifatli qandolat mahsulotlari ishlab chiqarish, iste'molchilarning xohish-istaklarini o'rganish, qandolat mahsulotlari bozorini marketing strategiyalari asosida rivojlantirish, aholining qandolat mahsulotlariga bo'lgan talablari ilmiy jihatdan o'rganilgan. aholini zarur hajmda va keng assortimentda sifatli qandolat mahsulotlari bilan ta'minlash, aholining zarur hajmdagi qandolat mahsulotlariga oqilona narx belgilash, mahalliy qandolat mahsulotlari ishlab chiqaruvchilarni qo'llab quvvatlash, qandolat mahsulotlari bozorini rivojlantirishni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash, tartibga solish va nazorat qilish bo'yicha tizimli chora-tadbirlarni ishlab chiqish bo'yicha taklif va tavsiyalar ishlab chiqilgan.

Kalit so'zlar: iste'mol bozori, oziq-ovqat bozori, aholining talabi, tartibga solish, nazorat qilish, marketing startegiyasi, raqobat ustunligi, bozor imkoniyatlari, qandolat mahsulotlari, bazaviy marketing strategiyalari muqobil strategiya, narx strategiyasi taqsimot strategiyasi, narx siyosati, assortiment turlari.

Abstract: This scientific article was scientifically studied in filling the market with confectionery products, the production of quality confectionery products, the study of consumer preferences, the development of the confectionery market on the basis of marketing strategies, the requirements of the population for confectionery products, providing the population with quality confectionery products of the required size and wide range, setting a reasonable price for confectionery products of the, proposals and recommendations for the development of systemic measures for state support, regulation and control of the development of the confectionery market have been developed.

Key words: consumer market, food market, population demand, regulation, control, marketing startup, competitive advantage, market opportunities, confectionery, base marketing strategies alternative strategy, price strategy distribution strategy, price policy, assortment types.

Аннотация: В данной научной статье проводится анализ содержания кондитерских изделий на рынке продовольственных товаров, рассматривается производство высококачественных кондитерских продуктов, изучаются предпочтения потребителей, исследуется развитие рынка кондитерских изделий с применением маркетинговых стратегий, а также выявляются потребности населения в данной категории товаров. На основе проведенного анализа разработаны рекомендации и предложения по обеспечению населения необходимым объемом и разнообразием высококачественных кондитерских продуктов. Также предлагаются меры по установлению адекватных цен на кондитерскую продукцию, поддержке местных производителей со стороны государства и стимулированию развития рынка кондитерских изделий. В рамках предложений также обсуждается создание системы регулирования и контроля с целью обеспечения стабильности и качества предлагаемых продуктов.

Ключевые слова: потребительский рынок, продовольственный рынок, спрос населения, регулирование, контроль, маркетинговая стратегия, конкурентное преимущество, рыночные возможности, кондитерские изделия, базовые маркетинговые стратегии, альтернативная стратегия, ценовая стратегия, стратегия дистрибуции, ценовая политика, виды ассортимента.

KIRISH

Jahonda ro'y berayotgan ijtimoiy-iqtisodiy jarayonlar, global beqarorlikning kuchayishi mamlakatlar iste'mol bozorini sifatli oziq-ovqat tovarlari bilan to'ldirish, aholisini yetarli darajadagi oziq-ovqat mahsulotlari bilan ta'minlash, xususan, oziq-ovqat xavfsizligini ta'minlash borasidagi ilmiy izlanishlarni taqozo etmoqda. Aholini



xavfsiz, to'yimli va yetarli darajadagi oziq-ovqat mahsulotlari bilan ta'minlash, oqilona iste'molini tashkil etish, ovqatlanish madaniyatini oshirish, iste'mol bozorini oziq-ovqat tovarlari bilan to'ldirish, oziq-ovqat mahsulotlari ishlab chiqaruvchi korxonalar faoliyatini marketing strategiyalari asosida rivojlantirish, iste'mol bozorini rivojlantirishda innovatsion yondashuvlar va raqamli texnologiyalardan foydalanish, oziq-ovqat tovarlariga talabni to'laroq qondirishda marketing tadqiqotlari samaradorligini oshirish, oziq-ovqat xavfsizligini ta'minlashda marketing tamoyillaridan foydalanish, oziq-ovqat tovarlari bozorini rivojlantirishning marketing strategiyalarini ishlab chiqish bu boradagi ilmiy tadqiqotlarning ustuvor yo'nalishlari hisoblanadi.

Iste'mol bozorini oziq-ovqat tovarlari bilan to'ldirish, oziq-ovqat xavfsizligini ta'minlash, respublikada barqarorlikni ta'minlashning muhim omillaridan hisoblanadi. Oziq-ovqat xavfsizligini ta'minlashda qishloq xo'jaligi muhim o'rin tutadi. Bu borada O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.Mirziyoyev O'zbekiston Respublikasi Oliy Majlisi Qonunchilik palatasining qo'shma majlisidagi nutqida "Qishloq xo'jaligini isloh qilish va oziq-ovqat xavfsizligini ta'minlash masalalari, hech shubhasiz, biz uchun eng muhim vazifalardan biri bo'lib qoladi" ^[1], deb ta'kidlab o'tganlar.

Mamlakatimizda amalga oshirilayotgan oziq-ovqat xavfsizligini ta'minlashga qaratilgan chora-tadbirlar bosqichma-bosqich o'z samarasini berayotganligini davlatimizning global reytinglarda o'z o'rnini yaxshilab olayotganligidan ham ko'rish mumkin. Birlashgan Millatlar Tashkilotining "Oziq-ovqat va qishloq xo'jaligi tashkiloti 2022-yil uchun Global ochlik indeksi reytingini e'lon qildi. 121 ta mamlakat joy olgan mazkur reytingda O'zbekiston ochlik darajasi past davlat deb topildi".

Bugungi kunda jahon qandolat bozorida sog'lom ovqatlanishga etibor kuchayishining tendensiyalari kuza-tilmoqda, xususan 2020-2023-yillarda xorijlik iste'molchilar ko'proq yengil hazm bo'ladigan shirinliklarni iste'mol qilishni xush ko'rishdi. Qandolat mahsulotlari ishlab chiqaruvchi korxonalar esa ko'proq asosiy e'tiborni tabiiy shakar o'rnini bosuvchi qo'shimchalarni ishlatishga harakat qilishmoqda.

Nielsen tadqiqotlari shuni ko'rsatadiki, "iste'molchilarning 67 foizi kasallikning oldini olish uchun o'z diyetasini faol ravishda kuzatib boradi, 39 foizi esa o'z diyetasida shakar va yog' miqdorini cheklaydi. Iste'molchi odatlarining o'zgarishi iste'molchi hatti-harakatlariga ta'sir qiladi: Rossiyadagi xaridorlarning 74 foizi ularni sotib olishdan oldin oziq-ovqat va ichimliklar tarkibini diqqat bilan o'rganadi va iste'molchilarning taxminan 70 foizi zararli qo'shimcha elementlarni o'z ichiga olmaydigan mahsulotlar uchun ko'proq pul to'lashga tayyor turishadi" ^[2].

Shunday ekan, iste'molchilar tabiiy mahsulotlar, zararli qo'shimcha va aromatizatorlarsiz va GMO siz qandolat mahsulotlarini afzal ko'rishadi.

Qandolat mahsulotlari ishlab chiqaruvchi korxonalarda marketing faoliyatini tashkil etish, marketing strategiyasini ishlab chiqish uchun tizimli marketing faoliyatini yo'lga qo'yish bo'yicha chora-tadbirlarni o'z ichiga olgan dasturlarni ishlab chiqish taklif etiladi. Buning uchun avvalombor bu dasturlarni tuzishda ochiqlik, tizimlilik, aniqlik va tezkorlik tamoyillari asosida yondashish kerak. Bu tamoyillarning amal qilishi maqsadga yo'naltirilgan marketing strategiyasini nafaqat ishonchli puxta bo'lishini, balki kelajakda yaxshi o'ylangan boshqaruv qarorlarini qabul qilish, bozorda korxonaning pozitsiyasini ham mustahkamlashni ta'minlaydi.

Bugungi kunda iqtisodiyotning barqaror sur'atlarda rivojlanishi iste'mol bozorini oziq-ovqat tovarlari, shuningdek, qandolat mahsulotlari bilan to'ldirish va aholini ushbu mahsulotlar bilan ta'minlashga bog'liqdir.

Qandolat mahsulotlari bozorini rivojlantirish, sifatli qandolat mahsulotlari ishlab chiqarish, iste'molchilarning xohish-istaklarini o'rganish asosida talablarini to'laroq qondirishda marketing strategiyalaridan samarali foydalanish maqsadga muvofiqdir.

MAVZUGA OID ADABIYOTLAR TAHLILI

Aholining iste'mol tovarlariga bo'lgan ehtiyojini qondirilish darajasini oshirish aholi turmush farovonligining asosiy ko'rsatkichlaridan biri bo'lib hisoblanadi. Fikrimizcha, iste'mol tovarlari bozorining holati, uning rivojlanishi bir tomondan, iqtisodiyot barqarorligining ko'rsatkichi sifatida ifodalanadi. Boshqa tomondan esa ma'lum bir darajada davlat ijtimoiy siyosatining natijalarini namoyon etadi. Shunday ekan, iste'mol tovarlari bozorini, shuningdek ichki iste'mol bozorini oziq-ovqat tovarlari bilan to'ldirishni va uning rivojlanishini belgilash milliy iqtisodiyotning rivojlanish yo'nalishlarini aniqlashga yordam beradi.

Oziq-ovqat tovarlari bozorining mazmun mohiyati, ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishi, unga ta'sir etuvchi omillarni baholashdagi uslubiy yondashuvlarda alohida yagona bir fikrga erishilmagan. Oziq-ovqat tovarlari bozori tushunchasiga olimlar turli xil yondashuvlar asosida ta'rif berishgan.

L.A.Aliyeva va T.Svetlorusovalar oziq-ovqat tovarlari bozorini "Qishloq xo'jaligi, qayta ishlash va oziq-ovqat iste'molchilari o'rtasidagi vositachi" sifatida ta'riflaydi ^[3].

P.T.Burdukov esa oziq-ovqat tovarlari bozoriga majmuaviy yondashib, uni "Mamlakat qishloq xo'jaligida ozuqa, xom ashyo va tayyor oziq-ovqatni siljitish bo'yicha amalga oshirilayotgan bitimlar, eksport-import operatsiyalari hamda shu bilan bog'liq ijtimoiy-iqtisodiy munosabatlar majmui" sifatida ifodalaydi ^[4].



V.D.Goncharov bozor elementlarini to'liq aks ettirishga harakat qilib, oziq-ovqat tovarlari bozorini "oziq-ovqat tovarlarini ishlab chiqarish va taqsimlash jarayonida vujudga keladigan xo'jalik yurituvchi subyektlarning xaridor va sotuvchi tanlashdagi, narx belgilashdagi va mablag' shakllantirishdagi erkinlik bilan tavsiflanadigan iqtisodiy munosabatlar tizimi" deb ataydi ^[5]. N.P.Ketova esa shu tarifni to'ldirib, "axborotdan foydalanish" ni ham qo'shadi ^[6].

Yu.B.Kostrova oziq-ovqat tovarlari bozoriga dinamik tizim deb qaraydi: "Mahsulot sifati va narxi nazorat qilinib, ishlab chiqaruvchi va iste'molchi o'rtasidagi mustahkam aloqa, mutanosib ravishdagi ishlab chiqarish va yetkazishdagi dinamik tezkor tizimdir" ^[7].

S.U.Nuraliyev va D.S.Nuraliyevalar ham "Oziq-ovqat ishlab chiqarish, tashish, saqlash va sotish sohasida vujudga keladigan iqtisodiy munosabatlar tizimi" deb ta'riflaydi ^[8].

O.N.Fetyuxina esa, oziq-ovqat tovarlari bozori tushunchasini yoritishda "sotsium" (tabaqalanish) va "raqobatda ustunlik" kabi kategoriyalarni qo'llab quyidagicha ta'rif beradi: "Raqobat ustunliklari ko'rinishidagi keskin ta'sir ko'rsatadigan jamiyat hayotini ijtimoiy-iqtisodiy ta'minlash tizimi, uning asosiy tarkibiy qismlari oziq-ovqatga bo'lgan biologik ehtiyojlar, shuningdek, aholining to'lov qobiliyati va milliy ishlab chiqarish va import orqali shakllanadigan taklif tufayli noelastik talabdan iborat" ^[9].

G.M.Zinchuk esa, "oziq-ovqat bozorini oziq-ovqat xom ashyosi va oziq-ovqat mahsulotlarini ishlab chiqarish, taqsimlash, almashish va iste'mol qilishni qamrab oluvchi iqtisodiyotning tarkibiy qismi, sifatida belgilaydi" ^[10].

Shu bilan birga, aksariyat mualliflar oziq-ovqat bozori mohiyatining muhim qismini aks ettirishiga qaramay, ishlab chiqarish siklining bosqichlari o'rtasida qayta aloqalarning mavjudligi va namoyon bo'lishini ko'rsatib o'tishmagan.

Ba'zi mualliflar oziq-ovqat bozorini murakkab iqtisodiy tizim sifatida ta'riflaydilar, masalan, S.S.Vorokov quyidagi ta'rifni beradi: "Oziq-ovqat bozori – bu tovar-pul munosabatlaridan talab va taklifning bozor mexanizmlari orqali maksimal foydalanish asosida mazkur hudud aholisining oziq-ovqatga bo'lgan ehtiyojlarini qondirish maqsadini ko'zlovchi murakkab ko'p bosqichli tashkiliy-iqtisodiy tizimdir" ^[11].

Biz muallifning oziq-ovqat bozorini ko'p bosqichli tizim sifatida qayd etish haqidagi fikriga qo'shilamiz, ammo shuni hisobga olish kerakki, oziq-ovqat bozorida barter munosabatlari ham amalga oshirilishi mumkin, bu esa oziq-ovqat bozoridagi haqiqiy vaziyatni aks ettirmaydi.

I.G.Ivolga fikricha, "Oziq-ovqat tovarlari bozori bu - davlat agrar siyosati va xalqaro integratsiya jarayonlari ta'siri bilan shakllanadigan, ichki ishlab chiqarish va import hisobiga aholini yetarli hajmdagi iste'mol mahsulotlari bilan ta'minlash, qishloq xo'jaligi xom ashyosi va ozuqa mahsulotlari ishlab chiqarish, saqlash va siljitish bo'yicha bozor subyektlari o'rtasidagi o'zaro munosabatlar tizimidir" ^[12].

Iste'mol tovarlari bozori bugungi kunda yirik makroiqtisodiy ahamiyatga ega va uning holati talab va taklif nisbatida aholi moddiy iste'moli darajasida, daromad va xarajatlarida, iqtisodiyotning tarkibiy tuzilishida o'z aksini topadi. Iste'mol bozorini nazariy va amaliy jihatlarini o'rganishda uning ehtiyoj (talab), taklif va baho elementlarini ham o'rganish maqsadga muvofiq hisoblanadi. Bu elementlar esa, marketing faoliyatining ham asosidir.

Iste'mol tovarlari bozori ko'plab mahalliy va xorijiy iqtisodchi olimlar tomonidan tadqiq etilgan hamda uni tavsiflashga nisbatan ta'riflar shakllantirilgan (1-jadval).

1-jadval: "Iste'mol bozori" tushunchasiga berilgan ta'riflar

Muallif	Iste'mol bozoriga berilgan ta'riflar	Manba
F. Kotler	Iste'mol bozori – shaxsiy iste'mol uchun tovarlar va xizmatlarni sotib oladigan yoki boshqa yo'l bilan oladigan jismoniy shaxslar va uy xo'jaliklaridir.	Котлер Ф. Основы маркетинга. –М.: Вильямс, 2007. – с.140.
Jan Jak Lamben	Iste'mol tovarlari "minimum kuch sarflagan holda oz miqdorda tez-tez xarid qilinadigan iste'mol tovarlaridir".	Ламбен Ж. Ж. Стратегический маркетинг. - СПб.: Наука, 1996. –с. 416.
Gary Armstrong	Iste'mol bozorlari shaxsiy iste'mol uchun tovarlar va xizmatlar sotib oladigan jismoniy shaxslar va uy xo'jaliklaridir.	Gary Armstrong, Philip Kotler, Valerie Trifts, Lilly Anne Buchwitz, David Gaudet. Marketing: an introduction. Sixth Canadian edition.–Canada.: Pearson, 2017. –p.123.
Ye. Yu. Alekseycheva, M. D. Magomedov, I. B. Kostin	Iste'mol bozori bu iste'mol tovarlari ya'ni shaxsiy va jamoaviy ehtiyojlar uchun yoki noishlab chiqarish sohasida foydalaniladigan mahsulotlar va tovarlarni sotib olish va sotish jarayoni amalga oshiriladigan tovar aylanma bozoridir.	Е. Ю. Алексейчева, М. Д. Магомедов, И. Б. Костин. Экономика организации (предприятия).–М.: Дашков, 2013. –с.35.



A. Xosking	Bozor odamlar tovar va xizmatlarni sotish yoki sotib olish maqsadida bevosita yoki o'z vositachilari orqali mavjud bo'ladi; bu jismoniy shaxslar yoki uy xo'jaliklari tomonidan shaxsiy iste'mol uchun sotib olingan yoki ijaraga olingan tovarlar va xizmatlar bozorini ifodalaydi. Bu yerda iste'molchi xatti-harakatlarida iqtisodiy omillar bilan bir qatorda ijtimoiy-iqtisodiy jihatlar ham mavjud.	Ф.Хоскинг. Курс предпринимательства. Практическое пособие. –М.: Международные отношения, 1993. – с. –104-105.
A. Soliyev	Iste'mol tovarlari bozori - aholining shaxsiy ehtiyojini qondiruvchi va hayot kechirishi uchun uy-ro'zg'orini jihozlash maqsadida xarid qilinuvchi oziq-ovqat va nooziq-ovqat mahsulotlarini oldi-sotdi munosabatlari majmuini o'z ichiga oladi.	Soliyev A. Marketing. –T.: O'qituvchi, 1997, –9-b.

Mazkur yo'nalishda tadqiqotlar olib borgan ayrim mahalliy olimlarning yondashuvlariga to'xtaladigan bo'lsak, A.Soliyev "Iste'mol tovarlari – aholining kundalik hayot kechirishi uchun zarur bo'lgan va uy-joyini jihozlashga ishlatiladigan (oziq-ovqat, dori-darmon va nooziq-ovqat) tovarlaridir", deb tavsiflagan ^[13].

Oziq-ovqat tovarlari bozorining mavjud ta'riflaridan ayrim kamchiliklarni ko'rsatib o'tishni maqsadga muvofiq deb hisoblaymiz. Masalan, S.U.Nuraliyev va D.S.Nuraliyevalar, Yu.B.Kostrova hamda A.L.Aliyeva va T.Svetlorusovalarning ta'riflari. Ular bergan ta'rifda oziq-ovqat tovarlari bozorining xususiyatlari e'tiborga olinmagan va har qanday bozorga qo'llanadigan umumiy ta'rifga o'xshab qolgan. P.T.Burdukov oziq-ovqat tovarlari bozorining muhim tarkibiy qismi bo'lgan infratuzilmani hisobga olmagan. V.D.Goncharov hamda N.P.Ketovalarning ta'riflari qisman o'zgarishlar bilan bir-birini takrorlaydi.

I.G.Ivolga oziq-ovqat tovarlari bozoriga davlat siyosati va aholini xalqaro standartlarda belgilangan me'yorlarda oziq-ovqat mahsulotlari bilan ta'minlanishini hisobga olgan holda to'liqroq ta'rif beradi.

Bizning fikrimizcha, berilgan ta'riflarda globallashtirish omili, pandemiya, oziq-ovqat tovarlari bozorining xususiyatlari hisobga olinmagan. Jumladan, qishloq xo'jaligi ishlab chiqarishini ichki oziq-ovqat tovarlari bozorini to'ldirishga va kon'yunkturasiga integratsion jarayonlarning ta'siri hisobga olinmagan. Shulardan kelib chiqib, biz oziq-ovqat tovarlari bozoriga nisbatan o'z mualliflik ta'rifimizni shakllantirdik.

Fikrimizcha, oziq-ovqat tovarlari bozori – bu sotuvchi va xaridorlarning o'zaro faoliyatini belgilovchi, ishlab chiqarish hajmi va tarkibida zarur sifat va narxga erishishni ta'minlovchi tizim bo'lib, birlamchi va ikkilamchi qayta ishlangan oziq-ovqat resurslarini oqilona shakllantirishga asoslangan iqtisodiy munosabatlarni tashkil etuvchi faoliyatdir. Shuningdek, ishlab chiqaruvchilar, bozor infratuzilmasi subyektlari va iste'molchilar guruhlarida oziq-ovqat mahsulotlariga talab va taklifni shakllantiruvchi iqtisodiy munosabatlar tizimidir.

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Maqolada bozorni qandolat mahsulotlari bilan to'ldirishda marketing strategiyalaridan foydalanishdagi mavjud muammolarni ilmiy jihatdan o'rganish, qiyosiy solishtirish, statistik ma'lumotlarni o'rganish va iqtisodiy jihatdan taqqoslash va tahlil qilish, mantiqiy fikrlash, ilmiy abstraksiyalash, analiz va sintez, induksiya va deduksiya usullaridan keng foydalanilgan.

TAHLIL VA NATIJALAR

Iqtisodiyotda raqobat kuchayib borayotgan sharoitda ishlab chiqarishni rivojlantirishning asosi ishlab chiqarish imkoniyatlarini bozor talablari bilan uyg'unlashtirishdir. Har qanday ishlab chiqaruvchining oldida bunday vazifani hal etish zaruriyati turadi. Lekin bu vazifani hal etish yo'llari turlicha bo'lishi mumkin:

birinchidan, ishlab chiqarishga asoslangan yondashuv tarafdorlari bunday vazifani mavjud ishlab chiqarish salohiyatidan samarali foydalangan holda amalga oshiradilar;

ikkinchidan, sotuv bilan shug'ullanuvchi xizmatlar oldiga ishlab chiqarilgan mahsulotni sotish vazifasi qo'yiladi;

uchinchidan, marketingga asoslangan yondashuvda esa ishlab chiqarish dasturlarini shakllantirish asosida sotuvni bashorat qilish ko'zda tutiladi.

Marketingga asoslangan yondashuvda marketing xizmati tomonidan bozorni o'rganish, bozorni segmentlash, iste'molchilarning xulq-atvorini tadqiq qilish asosida olingan ma'lumotlardan foydalaniladi. Lekin shuni ham yodda tutish zarurki, "Marketing keskin raqobat va to'yingan bozor sharoitidagina amalga oshadi. Aynan shunday sharoitdagina, uning tamoyillari ishlab chiqarishni foydaliligini, firma (korxona)ning o'sishi va rivojlanishini ta'minlashni mumkin bo'lgan yagona yo'li bo'lib hisoblanadi" ^[14]. Demak, zamonaviy marketingning asosiy maqsadi qondirilmagan talabni aniqlash va shu asosda ishlab chiqarishni aynan shu talabni qondirishga qaratish, xaridorlarning haqiqatda talabi bo'lgan mahsulotlarni ishlab chiqarish hamda sotishni ta'minlashdir.



Globalashuv sharoitida zamonaviy marketingning asosiy elementlaridan biri bozorni segmentlash hisoblanadi. Bunda birinchi navbatda iste'molchini o'rganish maqsad qilib qo'yiladi.

Fikrimizcha, ishlab chiqaruvchi korxonalar biznesda muvaffaqiyatga erishishlarida iste'molchining roli beqiyosdir. Sotuv va ishlab chiqarish hajmlari, shuningdek, tovarlar assortimenti ularning talablariga ko'ra shakllantiriladi. Bozorda o'z o'rnini topish, ishlab chiqarish va savdo siyosatini olib borish uchun iste'molchilarning ehtiyoj va talablarini tadqiq qilish hamda ishlab chiqarilayotgan mahsulot bozorining qaysi segmentiga yo'nlatirilganligi ham bilish maqsadga muvofiq. Lekin yuqorida ta'kidlaganimizdek, talabni amalga oshirish uchun ma'lum miqdordagi daromadlar, pul mablag'lari mavjudligi talab etiladi. Xaridor o'z daromadlari doirasida tovarlar xarid qiladi va xizmatlardan foydalanadi.

Respublikamizda hozirgi paytda iste'molchilar xulq-atvorlarini o'rganishda marketing tadqiqotlarini o'tkazish uslubiyatini ishlab chiqish dolzarb masalalardan biri bo'lib hisoblanadi. Lekin, bunday vazifani amalga oshirishda fikrimizcha, avval iste'molchilar xulq-atvorini boshqarishning marketing tadqiqotlari konsepsiyasini yaratish zarur deb hisoblaymiz va ular quyidagilardan iborat bo'lishi maqsadga muvofiqdir:

1. Qandolat mahsulotlari bozorini rivojlantirish maqsadida iste'molchilarning xulq-atvorlarini o'rganish zarurligini va marketing tadqiqotlarining ahamiyatini asoslab berish;
2. Iste'molchilarni u yoki bu qandolat mahsulotini xarid qilishga undovchi mezonlarni belgilash;
3. Xaridor tomonidan qandolat mahsulotlari majmuasini ularning har bir shaxs uchun muhimligiga ko'ra guruhlariga ajratish;
4. To'lovga qobillik darajasiga ko'ra aholini guruhlariga ajratish;
5. Xaridorlarning har bir guruhi tomonidan qandolat mahsulotlari xarid qilish tartibini aniqlash;
6. Iste'molchilar xulq-atvorini boshqarishning imitatsion modelini yaratish.

Qandolat mahsulotlari bozorini marketing strategiyalari asosida rivojlantirish va uni tartibga solishning asosiy maqsadi bu aholining qandolat mahsulotlariga bo'lgan talablarini to'laroq qondirish va pirovardida aholining turmush darajasini oshirishdan iboratdir. Ushbu maqsadga erishish uchun quyidagi vazifalarni amalga oshirish lozim:

- aholini zarur hajmda va keng assortimentda sifatli qandolat mahsulotlari bilan ta'minlash;
- aholining zarur hajmdagi qandolat mahsulotlarini xarid qilishining iqtisodiy imkoniyatlarini ta'minlash;
- asosiy qandolat mahsulotlariga oqilona narx belgilash;
- mahalliy qandolat mahsulotlari ishlab chiqaruvchilarni qo'llab quvvatlash;
- qandolat mahsulotlari bozorini rivojlantirishni davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash, tartibga solish va nazorat qilish bo'yicha tizimli chora-tadbirlarni ishlab chiqish.

Demak, qandolat mahsulotlari bozorining xususiyatlari va uning vazifalari hamda mavjud iqtisodiy-shart-sharoitlar ushbu bozorni va uning rivojlanishini davlat tomonidan tartibga solish zarurligini taqozo etadi.

Davlat tomonidan tartibga solish qandolat mahsulotlari bozorini rivojlantirishning umumiy konsepsiyasidan kelib chiqib bir necha yo'nalishlarda amalga oshirilishi maqsadga muvofiqdir. Mamlakatning oziq-ovqat ta'minoti sohasidagi manfaatlari – oziq-ovqat xavfsizligini ta'minlaydigan maqsadlar majmuidir. Bu maqsadlarga erishish uchun bu borada yagona davlat siyosatini amalga oshirish, ichki iste'mol bozorini oziq-ovqat tovarlari, xususan qandolat mahsulotlari bilan to'ldirish, oziq-ovqat xavfsizligini ta'minlashning maqsadli dasturlarini ishlab chiqishga qaratilgan bo'lishi kerak.

Qandolat mahsulotlari bozorini marketing strategiyalaridan foydalanish asosida rivojlantirishning obyektiv zarurligi quyidagi omillar bilan bog'liq:

- bu bozorda aholining eng muhim zaruriy ehtiyojlari bilan birga iqtisodiy, ijtimoiy va boshqa manfaatlari to'plangan. Qandolat mahsulotlari bozorini rivojlantirishda ushbu xususiyatlarni ham hisobga olish maqsadga muvofiq hisoblanadi;
- oziq-ovqat tovarlari bozorini rivojlantirish dasturlarini ishlab chiqishda bozor holati va rivojlanishini marketing tadqiqotlari asosida samarali o'rganish.

Oziq-ovqat tovarlari bozorida marketingning zamonaviy yondoshuvlari aholining oziq-ovqatga bo'lgan ehtiyojlarini yuqori darajada sifatli qondirishni taqozo qiladi.

Shuning uchun bizning fikrimizcha, oziq-ovqat tovarlari bozorini boshqarishda marketing strategiyalarini qo'llash muhim hisoblanadi. Bunday strategiyalarni qo'llash bozor salohiyatini va xususiyatlarini batafsil



aniqlashga hamda mavjud ehtiyojlarni to'laroq qondirishga yordam beradi. Jamiyat taraqqiyoti ehtiyojlarining ham xilma xillashuvi, rivojlanishiga olib keladi. Bu esa, ushbu ehtiyojlarni ta'minlash uchun boshqarish funksiyalarini ham shu kabi takomillashtirish hamda muvofiqlashtirish zaruriyatini yuzaga keltiradi.

Bozorni aholi ehtiyojlari uchun mos bo'lgan qandolat mahsulotlari bilan to'ldirishda quyidagilarni hisobga olish maqsadga muvofiq:

- qandolat mahsulotlariga bo'lgan ehtiyojlarni tabaqalash hamda ularning aholi muayyan guruhlari uchun ahamiyatini aniqlash;
- aholining alohida toifalari bo'yicha qandolat mahsulotlari iste'mol xususiyatlarini aniqlash;
- qandolat mahsulotlariga bo'lgan ehtiyojni qondirish darajasiga qarab iste'molchilarni segmentlash.

Qandolat mahsulotlari bozorini o'rganish hamda bozorni marketing strategiyalarini qo'llagan holda tartibga solish bo'yicha olib borilgan tadqiqotlar natijasida qandolat mahsulotlari bozorida marketing strategiyalarini qo'llashning quyidagi asosiy maqsadlarini ajratib ko'rsatish mumkin:

- hududning turli salohiyatidan samarali foydalangan holda aholining sifatli qandolat mahsulotlariga bo'lgan ehtiyojlarini imkon qadar to'liq qondirish;
- bozorni o'rganish va xalqaro aloqalarni kengaytirish orqali yangi bozorlarni egallash;
- zamonaviy texnologiyalar va xorijiy tajribalarni qo'llagan holda qandolat mahsulotlari sifatini oshirish hamda assortimentini kengaytirish;
- qandolat mahsulotlari bozorida talab va taklif o'zgarishlari hamda to'lovga qobiliyatlilikni tahlil qilish asosida qandolat mahsulotlari bozori taraqqiyotining asosiy yo'nalishlarini aniqlash.

Qandolat mahsulotlari bozorida ishlab chiqaruvchi korxonalar o'z maqsadlarini umummilliy maqsadlari bilan muvofiqlashtirishlari lozim hisoblanadi. Muvofiqlashtirish esa marketing orqali amalga oshirilib, bu ishlab chiqaruvchilar va boshqaruv tuzilmalari o'rtasidagi bog'lovchi vosita bo'lib xizmat qiladi. Mazkur jarayon o'zaro axborot almashuv orqali amalga oshirilib, uning to'g'ri tahlil etilishi asosiy maqsadga erishishga yo'naltirilgan qarorlar qabul qilish imkonini beradi.

Qandolat mahsulotlari bozorini boshqarishda marketingning o'zaro aloqasini o'rganishda shuni qayd etish lozimki, hududni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishni boshqarish iste'molchilar ehtiyojlarini ta'minlanishini boshqarishni nazarda tutadi. Bunda boshqaruv qandolat mahsulotlariga talab hamda unga to'lovga qodir talab orqali amalga oshiriladi.

Qandolat mahsulotlari bozorini marketing strategiyalari asosida rivojlantirishda uning ijtimoiy yo'naltirilganligini ham hisobga olishi lozim. F.Kotler ushbu yo'nalishlarni korxona imkoniyatlarini muayyan faoliyatga birlashtirish imkonini beruvchi marketing konsepsiyalari sifatida ta'riflagan.

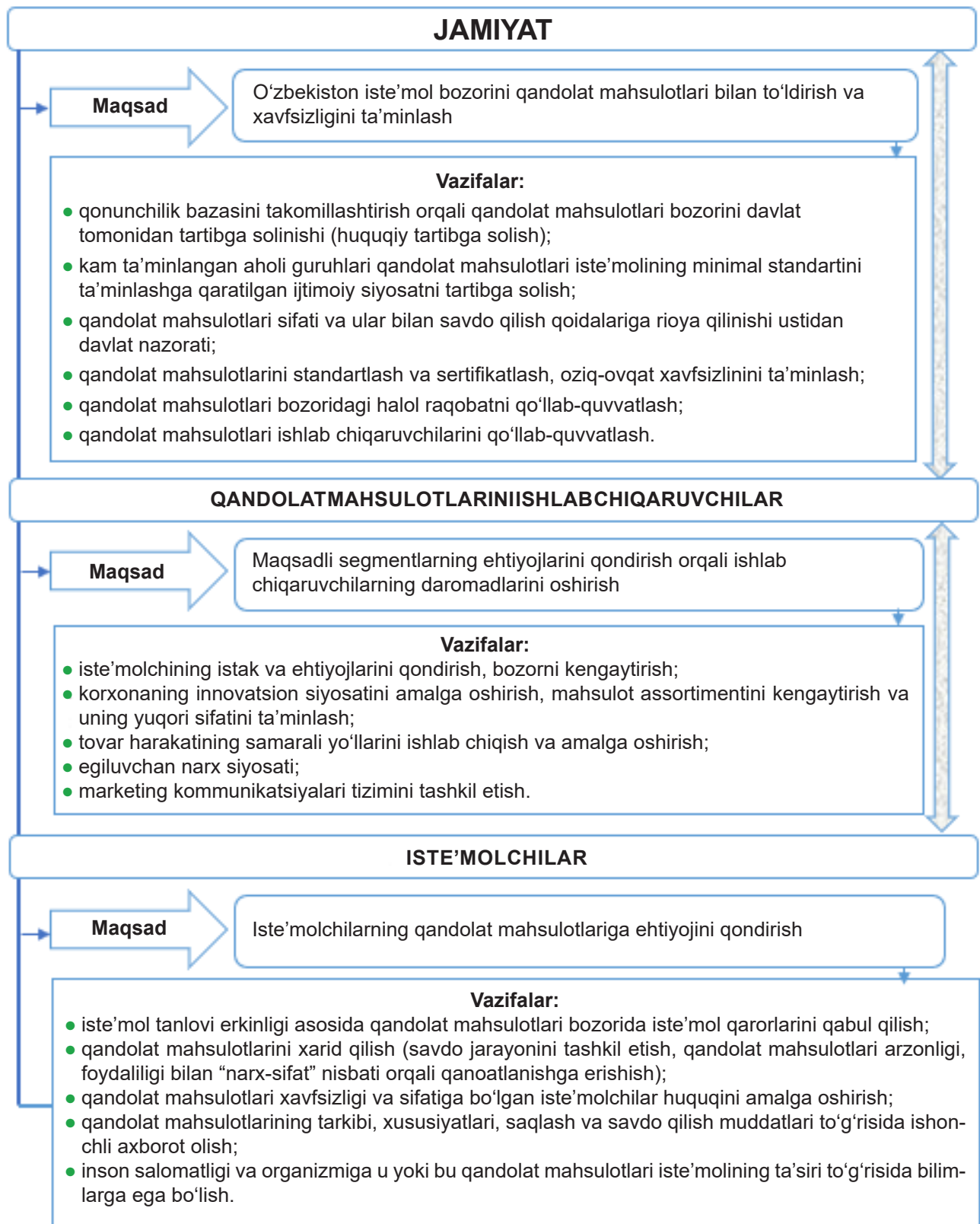
Qandolat mahsulotlari bozori rivojlanishi jarayonida ishlab chiqaruvchilar o'z imkoniyatlarini mahsulot sifatini, uning ishlab chiqarish xususiyatlarini, mahsulot o'ramini yaxshilashga, ularning assortimentini kengaytirishga qaratadilar. Bugungi kunda mazkur konsepsiyaning yanada rivojlanishi iste'molchilarning ehtiyojlarini to'liqroq qondirishga imkon beradi.

Bozorning xilma xil qandolat mahsulotlari bilan to'ldirilganligi iste'molchilar uchun tanlov imkoniyatini kengaytiribgina qolmay, ishlab chiqaruvchilar uchun ulkan raqobatni yuzaga keltiradi. Xususan, ishlab chiqaruvchilar mahsulotni sotish shakllari hamda usullarini takomillashtirish, oqilona narx siyosatini amalga oshirish borasida chora-tadbirlarni ishlab chiqishlari lozim.

Oziq-ovqat mahsulotlarini ishlab chiqaruvchilar hamda iste'molchilar manfaatlarining o'zaro mos kelishini aniqlash, shuningdek iste'molchilarning ehtiyojlarini qondirish uchun ijtimoiy yo'naltirilgan marketingni rivojlantirish talab etiladi (1-rasm).

Oziq-ovqat bozorini qandolat mahsulotlari bilan ta'minlashda iste'molchilarning xohish-istaklarini o'rganish natijasida quyidagilarga e'tibor qaratish lozim:

- iste'molchilarning qandolat mahsulotlariga munosabatlari ijobiyligi, ular ayniqsa tort va shokolad mahsulotlarini sevib iste'mol qilishi aniqlandi. Qandolat mahsulotlari iste'molchilari ongida tort va shokolad mahsulotlari yoqimli his-tuyg'ular, ya'ni to'y-hasham, uchrashuv, bayramlar, mehmon kutish va mehmonga borish kabi yoqimli urf-odatlarimiz bilan bog'liq;
- qandolat mahsulotlari iste'molchilari kayfiyatni ko'tarish uchun ham shirinliklarni sotib olishliklarini bildirishdi. Haqiqatan ham qandolat mahsulotlari iste'molchilarga kayfiyatni ko'tarish, ruhiy holatni yaxshilash, stressni yengish uchun xizmat qiladi;

**ISTE'MOL BOZORINI QANDOLAT MAHSULOTLARI BILAN TO'LDIRISHDA IJTIMOY YO'NALTIRILGAN MARKETINGNI AMALGA OSHIRISH MEXANIZMI**

1-rasm: Iste'mol bozorini qandolat mahsulotlari bilan to'ldirishda ijtimoiy yo'naltirilgan marketingni amalga oshirish mexanizmi

Manba: muallif tomonidan ishlab chiqildi.



- iste'molchilarning aksariyat qismi uchun qandolat mahsulotlari kundalik iste'mol tovarlari bo'lib ulgurgan. Shuning uchun ham qandolat mahsulotlariga bo'lgan talab barqaror hisoblanadi;
- iste'molchilarning qandolat mahsulotlarini sotib olish faolligi ko'p jihatdan mahsulot narxiga bog'liq hisoblanadi. Narxning oshishi xarid faolligining ham pasayishiga olib keladi;
- qandolat mahsulotlarini iste'mol qiluvchilarning ko'pchiligi ularning biologik qiymatini oshirish orqali mahsulot assortimentini kengaytirishni ma'qullaydi;
- mahsulotning narxi va sifati qandolat mahsulotlarini sotib olish to'g'risida qaror qabul qilishdagi asosiy omillar bo'lib hisoblanadi.

XULOSA

Qandolat mahsulotlari iste'mol bozorida boshqa bozorlardagi kabi o'zaro munosabatlar kompleksi shakllanadi. Uning o'ziga xos jihati esa mazkur munosabatlar ijtimoiy yo'nalishga ega hamda qator omillar bilan bog'liq hisoblanadi. Quyida mana shu omillarni ko'rsatib o'tish mumkin:

- insonning asosiy ehtiyojlaridan biri deb qaraluvchi ijtimoiy ahamiyatga ega ehtiyojlarining qoniqtirilishi qandolat mahsulotlari bozori orqali ta'minlanadi;
- inson salomatligi va uning mehnatga layoqatligining saqlanishida qandolat mahsulotlari iste'moli alohida o'ringa ega;
- qandolat mahsulotlari bozorining turli jihatlari, xususan sifat, narxning hamyonbopligi, assortiment jamiyat taraqqiyoti holati hamda iqtisodiyotning ijtimoiy yo'naltirilganligini ko'rsatadi;
- iste'molchilar tomonidan muayyan talablarning, xususan xavfsizlik, tabiiylik, sifat, narx, savdo qilish sharoitlarining qo'yilishi;
- iste'molchining manfaatlari ishlab chiqaruvchi uchun muhim ahamiyatga egaligini ko'rsata bilish lozim.

Qayd etib o'tilgan omillarning turli tumanligi ijtimoiy-ahloqiy marketingni qo'llanilishiga to'sqinlik qila olmaydi. Bunga sabab iste'molchilarning qandolat mahsulotlariga ehtiyojining to'liq qondirilishi bo'lib, u nafaqat ishlab chiqaruvchilar faoliyatining yuqori baholanishida, balki iste'molchiga ham, jamiyat uchun ham o'zaro manfaatli va foydali bo'lib hisoblanadi.

Ijtimoiy yo'naltirilgan marketing modelining qator ijobiy jihatlari quyidagilarda ko'rish mumkin:

- ishlab chiqaruvchi va iste'molchi o'rtasida munosabatlarning uyg'unlashuvi;
- ishlab chiqaruvchilar orasida reytingning o'rinishi;
- aholi orasida tashkil etiladigan ijtimoiy qo'llab-quvvatlash dasturlari va hayriya tadbirlarda faol qatnashish.

Taklif etilayotgan mazkur konsepsiyani amalga oshirishda qator usullar qo'llanilib, ular tizimdagi qatnashchilarning maqsadlariga erishishlariga ko'maklashishlariga yo'naltirilgan. Qayd etib o'tilayotgan mexanizm xususiyatlari jamiyat, xususan, iste'molchilar, ishlab chiqaruvchilar manfaatlari xilma xil bo'lsada, qandolat mahsulotlari bozorida ijtimoiy yo'naltirilgan marketingni qo'llashda uni tatbiq etishga imkon beradi.

Mexanizmning o'ziga xos jihatlari shundaki, u jamiyat, iste'molchilar manfaatlarini, ishlab chiqaruvchilarning iste'molchilarga yo'naltirilgan harakatlarini, axloq normalari hamda ijtimoiy mas'uliyatni amalga oshirishni o'zida aks ettiradi.

Aholining xavfsiz, sifatli va narxi hamyonbop qandolat mahsulotlariga ehtiyojlarini qondirish qandolat mahsulotlari bozoridagi ijtimoiy yo'naltirilgan marketingning asosiy maqsadini tashkil etadi. Shu ma'noda, ko'rib chiqilayotgan konsepsiya bozor uchun muhim ahamiyat kasb etadi. Chunki mazkur konsepsiya iste'molchilar, ishlab chiqaruvchilar va jamiyat manfaatlarini o'zaro muvofiqlashtirgan holda amalga oshiriladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Mirziyoyev Sh.M. Erkin va farovon, demokratik O'zbekiston davlatini mard va olijanob xalqimiz bilan birga quramiz: O'zbekiston Respublikasi Prezidenti lavozimiga kirishish tantanali marosimiga bag'ishlangan Oliy Majlis palatalarining qo'shma majlisidagi nutqi. //Xalq so'zi, 2016 yil 15 dekabr.
2. <https://sfera.fm/articles/konditerskaya/trendy-i-osobennosti-potrebitelskogo-povedeniya-na-konditerskom-rynke>
3. Алиева Л., Светлорусова Т. Инновационная система развития агропродовольственного рынка. // АПК: экономика и управление. 2007. -№4. С. 50-52 <https://www.elibrary.ru/item.asp?id=9487839>
4. <http://www.duel.ru/publish/burdukov/glob.html> Бурдуков П.Т. Россия в системе глобальной продовольственной безопасности. (Электронный ресурс)



5. Гончаров В.Д. Формирование продовольственного рынка. // АПК: экономика и управление. 1996. №4. - с. 51
6. Кетова Н.П. Отраслевой маркетинг: стратегии, функции, приоритеты: учебное пособие. –М.: Вузовская книга, 2012. – с. 320
7. Кострова Ю.Б. Анализ продовольственного рынка России. Монография. -СПб: Издательство Санкт-Петербургского университета управления и экономики, 2014. - с. 8
8. Нуралиев С.У., Нуралиева Д.С. Основные направления развития и регулирования продовольственного рынка в условиях вступления России в ВТО. // Пищевая промышленность. -2012. -№12. – с. 10-13
9. Фетюхина О.Н. Функционирование и развитие агропродовольственного рынка России в условиях глобализации: теория, методология, практика. Автореферат на соиск. ученой степени доктора наук. Ставрополь, 2011. - с. 12-13
10. Зинчук Г.М. Понятие и виды продовольственного рынка. //Альманах современной науки и образования. 2011. №10 (53). - С. 111-113
11. Вороков С.С. Развитие регионального продовольственного рынка: автореферат на соиск. ученой степени доктора экономических наук Краснодар, 2004.
12. Ивольга И.Г. Функционирование продовольственного рынка России и его адаптация к условиям ВТО. Автореферат на соиск. ученой степени кандидата экономических наук. Нальчик, 2016. – с. 8
13. Солиев А. Маркетинг, бозоршунослик. –Т.: ART-FLEX, 2008, 221-б.
14. Маркетинг: учебник для вузов / Н.Д.Эриашвили и др. Под ред. Н.Д.Эриашвили. М.: ЮНИТИ-ДАНА, 2000. - с. 6
15. Azlarova M. Impact of technology-supported marketing strategies on food security and provision: Evidence from Uzbekistan's confectionery industry //Proceedings of the 6th International Conference on Future Networks & Distributed Systems. – 2022. – С. 39-45.
16. Qizi A. M. M. Methodological Aspects of Using Marketing Strategies in Filling the Consumer Market with Food Products //Asian Journal of Technology & Management Research (AJTMR) ISSN. – 2023. – Т. 2249. – №. 0892.
17. Azlarova M. (2023). Iqtisodiyotning globallashuv sharoitida ichki bozorni oziq-ovqat tovarlari bilan to'ldirishning nazariy asoslari. Iqtisodiyot va ta'lim, 24(1), 292–300. https://doi.org/10.55439/ECED/vol24_iss1/a45
18. Azlarova M.M. Marketing strategies for saturating the country's consumer market with food. // Актуальные научные исследования в современном мире. – Переяслав, 2021. - Вып. 5(73), ч. 10. 6-8-б. <https://iscience.in.ua/arkhyv/2021>
19. Azlarova M.M. Assessment of tenders of development of the consumer goods market in Uzbekistan. International Journal of Scientific&Engineering Research Volume 12, Issue 3, March -2021 818, USA, GIF-0,98.
20. Saidov M.S., Abdumadjidova Sh. Main tools of lean manufacturing in the management system. "Экономика и социум" №1(104)-1 2023. file:///C:/Users/Acer/Downloads/main-tools-of-lean-manufacturing-in-the-management-system.pdf
21. Saidov M.S., Barnaeva N. Features of diversification of products and products of competitive procedure."Экономика и социум" №1(104)-1 2023. file:///C:/Users/Acer/Downloads/features-of-diversification-of-products-and-products-of-competitive-procedure.pdf
22. Saidov Mashal Samadovich, Rakhimberdiev Khatamboy Dilshodzhon ugli (2023) Organization of Production and Management of New Enterprises. AMERICAN JOURNAL OF ECONOMICS AND BUSINESS MANAGEMENT ISSN: 2576-5973Vol. 6, No.1,2023. <https://globalresearchnetwork.us/index.php/ajebm/article/view/1908/1737>
23. Saidov Mashal Samadovich. Muidinov Dilmurod Murodzhonovic. (2023) The Development Strategy of International Companies in Modern Conditions. AMERICAN JOURNAL OF ECONOMICS AND BUSINESS MANAGEMENT ISSN: 2576-5973Vol. 6, No.1,2023.
24. <https://globalresearchnetwork.us/index.php/ajebm/article/view/1897/1726>

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. № 1

© 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.