

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. 824 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 Sayitmurodovich	
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 языке” 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 Abdurkarim 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 Rudolfovna, 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 Шаривович, 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	
Sug'urta kompaniyalarida asosiy samaradorlikning muhim ko'rsatkichlari ahamiyati va tansifi.....	788
Sharipova Durdona	
Globallashuv sharoitida transchegaraviy suv resurslardan samarali foydalanishni boshqarish.....	793
Mirzayev Musurmon Umidullayevich	
Turizmni rivojlantirish imkoniyatlari	797
Ziyadullayev Ilhom Narkabilovich	
Oziq-ovqat mahsulotlari bozorining rivojlanish metodologiyasi.....	801
Meyliyeva Dilnoza Boboniyoz qizi	
Oliy ta'lim muassasalarida budget mablag'laridan samarali va aniq foydalanishni ta'minlashga qaratilgan eng muhim qaror va u haqida ayrim mulohazalar	806
Xayriddinov Shuxrat Botirovich	
Surxondaryo viloyatining turizm salohiyatini rivojlantirish.....	809
Ravshanov To'yli Gulmurodovich	
Investitsiyalarning iqtisodiy mohiyati va ahamiyati.....	814
Rizayeva Kumush Mexriddin qizi	
Использование маркетинговых исследований в маркетинговой деятельности предприятий.....	818
Маматкулова Шоира Джалоловна	



ИСПОЛЬЗОВАНИЕ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ В МАРКЕТИНГОВОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ

Маматкулова Шоира Джалоловна

Кандидат экономических наук, доцент кафедры маркетинга,
Самаркандский институт экономики и сервиса

Аннотация: В данной статье рассматривается использование маркетинговых исследований в маркетинговой деятельности предприятий. Приводится анализ деятельности в несколько этапов и приводятся научные предложения.

Ключевые слова: маркетинговые исследования, маркетинговая деятельность, инновации в маркетинге, маркетинговые стратегии, потребительское поведение, анализ рынка, цифровой маркетинг, данные и исследования в маркетинге, товары и услуги, рыночная конкуренция.

Annotatsiya: Ushbu maqolada biz korxonalar marketing faoliyatida marketing tadqiqotlarini o'tkazish natijalarini tahlil qilamiz. Bunda olib borilayotgan faoliyat bir necha bosqichda tahlil qilinib, o'z ilmiy takliflarimizni berishdan iborat.

Kalit so'zlar: marketing tadqiqotlari, marketing faoliyati, marketing sohasidagi innovatsiyalar, marketing strategiyalari, iste'molchilarning xulq-atvori, bozor tahlili, raqamli marketing, ma'lumotlar va marketing, tovarlar va xizmatlar, bozor raqobati.

Abstract: This article discusses the use of marketing research in the marketing activities of enterprises. Several approaches to the stages of marketing research are given.

Key words: marketing research, marketing activities, marketing innovation, marketing strategies, consumer behavior, market analysis, digital marketing, marketing data and research, products and services, market competition.

ВВЕДЕНИЕ

В условиях динамичного и конкурентного бизнес-окружения, эффективное использование маркетинговых исследований становится ключевым компонентом успешной маркетинговой деятельности предприятий. Развитие технологий, изменение потребительских предпочтений и глобализация рынков создают сложные вызовы для компаний, требуя постоянной адаптации стратегий и тактик для максимизации результатов.

Цель настоящей статьи заключается в рассмотрении важности и сфер применения маркетинговых исследований в маркетинговой деятельности предприятий. Маркетинговые исследования предоставляют компаниям не только обширное понимание рыночной среды, но и являются средством предвидения и адаптации к изменениям, обеспечивая устойчивость и конкурентоспособность.

В ходе статьи мы рассмотрим ключевые аспекты использования маркетинговых исследований, начиная от их роли в формировании стратегических решений до применения в конкретных маркетинговых кампаниях. Освещение современных подходов к проведению и анализу исследований, а также их влияние на принятие решений, позволит предприятиям не только успешно адаптироваться к рыночным изменениям, но и эффективно взаимодействовать с целевой аудиторией, обеспечивая устойчивый рост и развитие.

АНАЛИЗ ЛИТЕРАТУРЫ ПО ТЕМЕ

Анализ литературы представляет собой важный этап в подготовке статьи, направленной на изучение и оценку роли маркетинговых исследований в успешной стратегии предприятия. В рамках анализа изучены различные источники исследований, охватывающие следующие аспекты:



Значение маркетинговых исследований для предприятий: исследования, такие как работы Kotler P., Armstrong G., Cunningham P. и др., подчеркивают значимость маркетинговых исследований для формирования эффективной маркетинговой стратегии. Они помогают предприятиям лучше понять потребности и предпочтения целевой аудитории, определить конкурентное окружение и выявить новые рыночные возможности.

Методы и техники маркетинговых исследований: исследования, проведенные авторами Hair J.F., Black W.C., Babin B.J. и др., представляют различные методы и техники сбора и анализа маркетинговых данных, такие как опросы, интервью, наблюдения, анализ рынка и т. д. Они обсуждают преимущества и недостатки каждого метода и его применимость в конкретных ситуациях.

Использование маркетинговых исследований для принятия стратегических решений: работы авторов Brassington F., Pettitt S. и других подчеркивают важность своевременного и качественного анализа маркетинговых исследований при принятии стратегических решений предприятиями. Они указывают на роль маркетинговых исследований в определении целевой аудитории, позиционировании продукции на рынке, а также в разработке маркетинговых стратегий и тактик.

Вызовы и тенденции в области маркетинговых исследований: исследования авторов Malhotra N.K., Birks D.F., Wills P. и др. обращают внимание на вызовы, с которыми сталкиваются предприятия при проведении маркетинговых исследований в условиях быстро меняющегося рыночного окружения и технологических инноваций. Они также анализируют текущие тенденции в области маркетинговых исследований, такие как цифровизация, использование больших данных (Big Data), искусственный интеллект и другие.

На основе проведенного анализа можно сделать вывод о том, что маркетинговые исследования играют ключевую роль в успешной маркетинговой деятельности предприятий, обеспечивая им конкурентное преимущество и способствуя развитию на рынке. Однако для эффективного использования маркетинговых исследований необходимо учитывать их методологические особенности, актуальность, а также изменяющиеся требования рынка и потребителей.

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Методология исследования для нашей статьи структурирована следующим образом:

1. Определение цели исследования: определите общую цель исследования, например, «Изучение роли и влияния маркетинговых исследований в эффективной маркетинговой деятельности предприятий».
2. Формулирование исследовательских вопросов: разработайте конкретные вопросы, которые исследование должно ответить. Например:
 - «Какие методы маркетинговых исследований наиболее эффективны для выявления потребностей рынка?»
 - «Как маркетинговые исследования влияют на принятие стратегических решений предприятиями?»
3. Литературный обзор: рассмотрите предыдущие исследования и литературные источники, связанные с использованием маркетинговых исследований на предприятиях. Определите текущие тренды, проблемы и пробелы в литературе.
4. Выбор методологии: определите методологию исследования, например, качественный, количественный или комбинированный метод. Объясните, почему выбранная методология наилучшим образом соответствует целям исследования.
5. Выбор объекта исследования: определите, какие предприятия или секторы будут объектами исследования. Например, «Предприятия в сфере услуг» или «Малые и средние предприятия».
6. Определение инструментов сбора данных: укажите методы сбора данных, такие как анкетирование, интервью, анализ отчетов и документации. Объясните, какие инструменты лучше всего соответствуют вашей методологии.
7. План обработки данных: опишите процедуры обработки и анализа данных. Например, использование статистических методов, тематического анализа или других подходов.
8. Этические рассмотрения: укажите, какие меры будут предприняты для обеспечения этичности исследования, включая согласие участников и конфиденциальность данных.
9. План обеспечения качества: разработайте план контроля за качеством данных и результатов исследования.
10. Расписание исследования: создайте временной график, указывающий на ключевые этапы исследования и сроки их выполнения.



АНАЛИЗ И РЕЗУЛЬТАТЫ

Как показывают теоретические исследования, большинство авторов центральное место в маркетинговой деятельности предприятий отводят маркетинговым исследованиям. Это связано с тем, что основная часть наиболее точной и долгосрочной информации о рыночной конъюнктуре поступает в результате маркетинговых исследований.

Маркетинговое исследование представляет собой системный сбор, обработку и анализ всех аспектов процесса маркетинга – продукта, его рынка, каналов распределения, методов и приёмов сбыта, системы ценообразования, мер стимулирования сбыта, рекламы и т.д.

Следовательно, маркетинговые исследования представляют собой механизм, связывающий внутреннюю маркетинговую среду предприятия с внешней средой посредством маркетинговой информации. Многообразие связей с внешней средой определяет большое количество объектов маркетинговых исследований. Так, например, в исследованиях Н. Голубкова выделяется 33 основных направления маркетинговых исследований, а в работе Г.Ассэля ведется речь о наличии свыше 50 объектов маркетинговых исследований.

Вместе с тем, практика показывает, что любое маркетинговое исследование носит комплексный характер и выделить единичное направление исследования довольно сложно. Поэтому обычно объекты маркетинговых исследований определяют исходя из целей, преследуемых предприятием от проведения исследований. Маркетинговые исследования должны обеспечить руководство компаний информацией для принятия решений по выполнению своего назначения.

- На первом этапе выявляют маркетинговую возможность или проблему.
- На втором этапе руководство разрабатывает альтернативные стратегии с целью воспользоваться выявленной возможностью.
- На третьем этапе маркетингового исследования проверяют альтернативные стратегии, сформулированные руководством.
- На четвертом этапе руководство отбирает и использует стратегии маркетинга с учетом проведенных исследований.
- На пятом этапе после осуществления стратегии маркетинга в ходе исследований выявляют реакцию потребителей. Отслеживают ход продаж. Кроме того, опрашивают потребителей, чтобы выяснить, знают ли они о марке товара и его рекламе и склонны ли купить товар.
- Шестой этап – это изменение руководством маркетинговой стратегии с учетом обратной связи, полученной в результате маркетинговых исследований.

При проведении маркетинговых исследований компании сталкиваются с тремя видами риска: неверное предположение о необходимом исследовании; проведение неверного исследования для получения требуемой информации; неправильное истолкование полученных при исследованиях данных. Чтобы при проведении маркетинговых исследований избежать названных рисков и обеспечить использование результатов исследований, требуется их строгое проведение. Строгость исследования обеспечивается, если полученные данные обоснованы, надежны и представительны.

Обоснованность – это получение нужной информации, соответствующей целям исследования.

Надежность – это точность получения данных. Исследователи должны стараться собирать данные без присущих всем ошибок измерения. Надежное исследование при повторном его проведении должно давать те же результаты.

Представительность – это степень, характеризующая совокупность выработки потребителей. Исследователи редко в состоянии опросить каждого потребителя на рынке, поэтому обычно осуществляется выборка, представляющая совокупность, то есть весь исследуемый рынок.

Принятие решений в области маркетинга непосредственно связано с использованием маркетинговой информации, поэтому необходимость проведения маркетинговых исследований также основано на содержании и структуре маркетинговой информационной системы предприятия.

Маркетинговая информационная система предприятия представляет собой формальную структуру движения маркетинговой информации и ее использования в интересах предприятия. Обычная информация, характерная для маркетинговой информационной системы предприятия, не требует специальных методов ее получения, обработки, доставки и использования. Однако, та информация о внешней среде, которая не входит в структуру маркетинговой информационной системы, требует проведения маркетинговых исследований.



Исходя из этого, маркетинговые исследования направлены на заполнение пробелов в маркетинговой информационной системе предприятия. Чем совершеннее маркетинговая информационная система, тем меньшее количество специальных исследований требуется предприятию для эффективной деятельности на рынке.

Вместе с тем, полностью отказаться от проведения маркетинговых исследований невозможно, из-за непредсказуемой изменчивости внешней среды предприятия. Таким образом, цели маркетинговых исследований определяются из необходимости получения дополнительной информации для принятия маркетинговых решений (см. рис. 1).

Диверсификация производства, размер доходов оказывают непосредственное влияние на направления маркетингового анализа. Объем проводимых исследований зависит от направления деятельности предприятия, перспектив выхода на рынок с товарными новинками, изменениям в номенклатуре выпускаемых изделий. При этом следует учитывать, что любое изменение в деятельности фирмы приводит к необходимости проведения более глубокого маркетингового анализа, направленного на определение таких сегментов рынка, где фирма могла бы удержать свои позиции в течение всего жизненного цикла товара.

Процесс маркетингового исследования включает ряд операций, которые составляют этапы их проведения. Существуют несколько подходов к этапам маркетингового исследования.

Маркетинговые исследования по Эвансу	Маркетинговые исследования по Е. Голубкову	Маркетинговые исследования по Ассэлю
1. Определение проблемы	1. Определение проблемы	1. Определение целей исследования
2. Анализ вторичной информации	2. Выбор целей исследования	2. Ситуационный анализ
3. Получение первичной информации	3. Выбор методов маркетинговых исследований	3. Разработка плана исследования
4. Анализ данных	4. Определение методов сбора данных	4. Определение состава информации
5. Рекомендации	5. Разработка плана исследования	5. Разработка плана выборки
6. Использование результатов	6. Сбор данных	6. Анализ данных
	7. Анализ данных	7. Заключительный отчет
	8. Заключительный отчет	

Рис. 1: Этапы маркетинговых исследований

Как видно из этого рисунка 1, технология проведения маркетингового исследования предполагает наличие двух взаимосвязанных частей: во-первых, исследование внешних переменных, которые, как правило, не поддаются регулированию со стороны руководства фирмы и поэтому для успешной коммерческой деятельности требуется гибкое приспособление к ним, и, во-вторых, анализ внутренних составляющих организаций, находящихся под контролем администрации, и определенных реакции фирмы на изменения в окружающей среде.

Следует отметить тот факт, что решение о проведении маркетинговых исследований принимается руководством предприятия (фирмы) и поэтому носит субъективный характер, то есть зависит от точки зрения и образа мышления высшего руководства.

Определение проблемы признается всеми авторами наиболее важным этапом проведения маркетингового исследования. От этого зависит форма, широта и глубина исследования, а также его конечные результаты. Например, у предприятия всегда есть альтернатива выполнить исследования собственными силами или поручить их специализированной фирме; провести исследования в рамках существующего бюджета или выделить специальные средства на проведение исследования. Кроме того, в зависимости от необходимости принятия решения может возникнуть объективные препятствия к проведению маркетинговых исследований, такие как отсутствие времени, отсутствие или недостаток ресурсов, наличие относительно дешевой информации в материалах других исследований и т.д.

При определении проблемы маркетингового исследования могут появиться два вида трудностей:

- трудности управления маркетингом, когда появляются определенные признаки не достижения целей маркетинговых исследований;
- трудности исследований, связанные с предъявляемыми со стороны руководителей предприятия требованиями к точной, достоверной и объективной информации для принятия маркетинговых решений.



На этапе определения проблемы устанавливаются точные границы исследования и характер необходимых сведений об исследуемом объекте. В специальной литературе часто встречается несколько подходов к определению проблемы исследования – анализ результатов хозяйственно-финансовой деятельности, экспертные оценки специалистов, мониторинг маркетинговой информационной системы, анализ производственно- маркетинговых функций предприятия.

После определения проблемы и целей маркетингового исследования проводится анализ вторичной информации. Под вторичной информацией понимаются конечные или сопутствующие результаты предыдущих исследований, касающиеся данного объекта, независимо от поставленных целей.

После определения проблемы и цели маркетингового исследования проводятся определения методов сбора данных в процессе маркетинговых исследований. На этом этапе у учёных нет единого мнения. Относительно содержания методов сбора данных одни авторы считают, что к методам сбора данных относятся анализ вторичной информации и получение первичной информации. Другие подразделяют данный этап на планирование методов сбора информации и реализации сборов информации, причем под информацией понимается как вторичная, так и первичная информация. Следующая часть маркетингового исследования связана с анализом данных. Это наиболее ответственный этап маркетинговых исследований, который зависит не столько от самой информации, сколько от понимания исследователем сущности информации.

Анализ данных может проводиться как субъектами, проводившими маркетинговые исследования, так и лицом, принимаемом решения по данным исследованиям. Традиционно, заключительным этапом маркетингового исследования признается составление и оформление отчета о проведенных исследованиях. Отчет отражает в себе не только фактические данные, которые готовы к использованию, но также и рекомендации относительно границ применения представляемой информации. В некоторых источниках заключительным этапом маркетинговых исследований считают использование полученных результатов. Однако на наш взгляд, это касается больше маркетинговых воздействий, чем маркетинговых исследований.

Исходя из вышеизложенного можно сделать вывод, что проблема организации проведения маркетинговых исследований имеет многовариантное решение, в связи с чем обеспечение научного подхода к данной проблеме играет важную роль в управлении маркетингом.

ВЫВОДЫ И ПРЕДЛОЖЕНИЯ

В ходе исследования стало ясно, что маркетинговые исследования играют важную роль в успешной маркетинговой деятельности предприятий. Эти исследования не просто предоставляют данные, но и формируют стратегические решения, опираясь на осведомленность о рыночной среде и потребительских требованиях.

Одним из ключевых выводов является необходимость предприятий адаптироваться к динамике рынка. Маркетинговые исследования предоставляют инструменты для быстрого выявления изменений в трендах и потребительских предпочтениях, что позволяет компаниям оперативно реагировать и подстраивать свои стратегии.

Выводы настоятельно указывают на то, что маркетинговые исследования способствуют оптимизации использования ресурсов предприятия. Выделение средств на проведение исследований является эффективным инвестированием, поскольку это позволяет избегать рисков и управлять ресурсами с максимальной отдачей.

Одним из ключевых выводов является фокус на потребителе. Маркетинговые исследования предоставляют инсайты о потребительском поведении и ожиданиях, что открывает возможности для создания продуктов и услуг, наиболее точно отвечающих потребностям клиентов.

Следует отметить, что современные технологии, такие как анализ данных и искусственный интеллект, становятся все более важными в проведении маркетинговых исследований. Их использование позволяет более эффективно обрабатывать объемы информации и выявлять закономерности.

Исследование выявило необходимость систематического обучения кадров в области маркетинговых исследований. Компетентность персонала является ключевым фактором успешной реализации стратегий, основанных на данных.

Один из выводов статьи касается роли маркетинговых исследований в поддержке инноваций. Они не только выявляют новые рыночные возможности, но и оценивают реакции на инновационные продукты и услуги.



Предложения:

- **Интеграция цифровых технологий:** рекомендуется интегрировать современные цифровые технологии, такие как искусственный интеллект и анализ больших данных, для более эффективного сбора и анализа данных маркетинговых исследований.
- **Обучение команды:** предприятиям следует инвестировать в обучение своих сотрудников в области маркетинговых исследований, чтобы обеспечить высокий уровень компетентности и профессионализма в этой области.
- **Фокус на клиентском опыте:** важно ориентироваться на понимание и улучшение клиентского опыта через маркетинговые исследования. Это может включать в себя более глубокое изучение потребительских обратных связей и предпочтений.
- **Стимулирование инноваций:** организации могут стимулировать инновации, используя маркетинговые исследования для выявления новых возможностей и потребностей, а также оценивая реакции рынка на новые товары и услуги.

Список использованной литературы:

1. Gary Armstrong, Philip Kotler, Marketing an introduction. England, 2017, Paperback; 675 pages, Pearson
2. Котлер Ф, Сетиаван Айвен, Картаджайа Хермаваню. Маркетинга 5.0. Технологии следующего поколения. – М.: Бомбора, 2022. -249 с.
3. Суслова Ю.Ю., Щербенко Е.В. Маркетинг: учеб. пособие. – Красноярск: Сиб. федер. ун-т, 2018-380 с.
4. Беляев В.И. Маркетинг: основы теории и практики: учебник. – М.:КНОРУС, 2010.-680с.
5. Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). Marketing Management. Pearson.
6. Malhotra, N. K. (2016). Marketing Research: An Applied Orientation. Pearson.
7. Hair, J. F., Wolfinbarger, M., Ortinau, D. J., & Bush, R. P. (2018). Essentials of Marketing Research. McGraw-Hill Education.
8. Morgan, N., Vorhies, D. W., & Mason, C. H. (2009). Market orientation, marketing capabilities, and firm performance. Strategic Management Journal, 30(8), 909-920.
9. Day, G. S. (2014). Is It Real? Can We Win? Is It Worth Doing? Managing Risk and Reward in an Innovation Portfolio. Harvard Business Review.
10. Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (2016). Strategic Management: Concepts and Cases: Competitiveness and Globalization. Cengage Learning.
11. Bryman, A., & Bell, E. (2015). Business Research Methods. Oxford University Press.
12. Grönroos, C. (2007). Service Management and Marketing: Customer Management in Service Competition. John Wiley & Sons.

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.