

Yashil IQTISODIYOT va TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, siyosiy, ilmiy, ommabop jurnal

2024



No 2

- 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. 598 sahifa.

E'lon qilishga 2024-yil 29-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 Koreya, TDIU faxriy professori, "Nobel" mukofoti laureati
Osman Mesten, Turkiya parlamenti a'zosi, Turkiya – O'zbekiston do'stlik jamiyati rahbari
Sharipov Kongiratbay Avezimbetovich, t.f.d., prof., O'zR Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vaziri
Buzrukxonov Sarvarxon Munavvarxonovich, i.f.d., O'zR Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vaziri o'rinbosari
Axmedov Durbek Kudratillayevich, i.f.d., prof., O'zR Oliy Majlisi qonunchilik palatasi deputati
Axmedov Sayfullo Normatovich i.f.n., professor, MIM akademiyasi rektori
Xudoyqulov Sadirdin Karimovich, i.f.d., prof., TDIU YoMMMIB birinchi prorektori
Abduraxmanova Gulnora Kalandarovna, i.f.d., prof., TDIU Ilmiy ishlar va innovatsiyalar bo'yicha prorektori
Kalonov Muxiddin Baxritdinovich, i.f.d., prof., "O'IRIAM" ilmiy tadqiqot markazi direktori – prorektor
Yuldashev Mutallib Ibragimovich, i.f.d., TMI professori
Samadov Asqarjon Nishonovich, i.f.n., TDIU professori
Slizovskiy Dimitriy Yegorovich, t.f.d., Rossiya xalqlar do'stligi universiteti professori
Mustafakulov Sherzod Igamberdiyevich, i.f.d., prof., Xalqaro "Nordik" universiteti rektori
Aliyev Bekdavlat Aliyevich, f.f.d., TDIU professori
Axmedov Ikrom Akramovich, i.f.d. TDIU professori
Po'latov Baxtiyor Alimovich, t.f.d., profesor
Eshtayev Alisher Abdug'aniyevich, i.f.d., TDIU professori
Isakov Janabay Yakubbayevich, i.f.d., TDIU professori
Musyeva Shoirazimovna, SamDu IS instituti professori
Axmedov Javohir Jamolovich, i.f.f.d., "El-yurt umidi" jamg'armasi ijrochi direktori o'rinbosari
Toxirov Jaloliddin Ochil o'g'li, t.f.f.d., TAQU katta o'qituvchisi
Xalikov Suyun Ravshanovich, i. f. n., TDAU dotsenti
Kamilova Iroda Xusniddinovna, i.f.f.d., TDIU dotsenti
Nosirova Nargiza Jamoliddin qizi, i.f.f.d., TDIU dotsenti
Rustamov Ilhomiddin, f.f.n., Farg'ona davlat universiteti dotsenti
Fayziyev Oybek Raximovich, i.f.f.d. (PhD), Alfraganus universiteti dotsenti
Sevil Piriyeva Karaman, PhD, Turkiya Anqara universiteti doktoranti
Mirzaliyev Sanjar Maxamatjon o'g'li, TDIU mustaqil tadqiqotchisi
Utayev Uktam Choriyevich, O'zR Bosh prokuraturasi boshqarma boshlig'i o'rinbosari
Ochilov Farxod, O'zR Bosh prokuraturasi iqtisodiy jinoyatlarga qarshi kurashish departamenti bo'limi boshlig'i
Yaxshiboyeva Laylo Abdisattorovna, TDIU katta o'qituvchisi

Ekspertlar kengashi:

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

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

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



MUNDARIJA

Ilm-fanga baxshida umr Baxtiyor Islamov	8
Kichik biznesni rivojlantirishda “yashil” iqtisodiyotni keng tatbiq qilishning ahamiyati Gulnora Abdurahmonova Kalandarovna, Sanjar Baxodirovich G’oipnazarov	10
Brand Capital as a Determinant of Institutional Prestige and Student Choice in the Higher Education System ... Zufarova Nozima Gulamiddinovna	16
Inson va atrof-muhit dialektikasi: nomutanosiblik ko’rsatkichlari va ekologik muammolar Butaboyev Maxammadjon Tuychiyevich, Maxmudov Nosir Maxmudovich	24
Yashil budjetlashtirish va uni O’zbekistonda joriy etish istiqbollari Meyliev Obid Raxmatullayevich, Gofurova Kamola Xayrulla qizi	30
Iqtisodiyotda ta’lim va fan integratsiyasining asosiy yo’nalishlari Yormatov Ilmidin Toshmatovich	35
Transport vositalari va yo’llar turizm transport infratuzilmasini rivojlantirishning muhim omilidir Agzamov Shaxboz Akmalovich	39
Bank xizmatlarini raqamlashtirish orqali samaradorligini oshirish A. X. Salamov	44
Biznes-reja baliqchilik xo’jaligi rivojlanishi uchun asos sifatida Dosmurotova Shaxista Kengashovna	48
Mamlakatning investitsiyaviy jozibadorligi va uning lizing munosabatlari rivojlanishi bilan bog’liqligi Axmediyeva Aliya Toxtarovna	55
Turizmni rivojlantirish imkoniyatlari Ziyadullayev Ilhom Narkabilovich	63
Tijorat banklari depozit operatsiyalari samaradorligini oshirish muammolari va ularni bartaraf etish yo’llari Shamsiyev Nodir Muratovich	67
Hududlarni rivojlantirishda xorijiy investitsiyalarning samaradorligini oshirish masalalari Shagazatov Oybek bahodirovich	72
Hududlar biznes muhitini rivojlantirish va samarali boshqarish yo’nalishlari Davlatov Sanjar Abdimannonovich	76
Ijtimoiy rivojlanish xulq-atvor paradigmasida yoshlarning tadbirkorlik faoliyatini tartibga solishning nazariy asoslari Mirzatov Baxtiyor Toxirovich	80
Korxonalar innovatsion faoliyatida raqamli transformatsiyaning muhim yo’nalishlari Yuldasheva Kamola Miraliyevna	84
O’zbekistonda agroturizmni rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmini takomillashtirish (Buxoro viloyati misolida) Yoriyeva Farangiz Murodillayevna	89
Innovatsion tadbirkorlik muhitini kompleks baholashda xalqaro tashkilotlar tajribasi Nazarova Umida Avazovna	94
Turizm faoliyatini davlat tomonidan tartibga solish samaradorligini oshirishning ayrim usullari Mirzaxodjayev Alisher Botirovich	98
Globalashuv sharoitida transchegaraviy suv resurslardan samarali foydalanishni boshqirish Mirzayev Musurmon Umidullayevich	103
Surxondaro viloyati iqtisodiyotida kichik biznes va tadbirkorlikning o’rni va ahamiyati Fayziyeva Aziza Azamat qizi	108
Ta’lim muassasalarida xarajatlarni moliyaviy nazorat etishning samaradorligi tahlili Eshonqulov Davlatjon Rajabboyevich	113
Ta’minot zanjirini boshqarishda transport logistikasi usullarini takomillashtirish Zoxidova Nazokat Berdimurot qizi	119
Blokcheyn texnologiyasida xavfsizlik masalalari Mamadiyarov Zokir Toshtemirovich	123
Развитие цифровой трансформации банковского сектора Республики Узбекистан Абдурахманова Матлуба Махамадаминовна	129



Asosiy fondlarni hisoblash va baholash usullarini takomillashtirish istiqbollari.....	135
Rixsimbayev Odiljon Qobiljonovich	
Marketingda tovar harakati tizimini optimallashtirish va modellashtirish	141
Sherzod Xolmurodovich Pardayev, Kamola Abdujabborovna Pardayeva	
Iqtisodiy rivojlanish uchun strategik taqsimlash strategiyalari:	
Investitsion Fond Portfellarning qiyosiy tahlili.....	148
Sultonboeva Munira bahodirovna	
Soliq munosabatlarining ijtimoiy-iqtisodiy ahamiyati: ilmiy-nazariy qarashlar.....	154
Axrorov Zarif Oripovich, Saidmurodov Feruz Sodiqjon o'g'li	
Взаимосвязь инвестиционной стратегии с оценкой эффективности инвестиционного проекта	159
С. С. Алиева, А. Назаров	
Erkin iqtisodiy zonalarning faoliyati va boshqaruv mexanizmini takomillashtirish.....	167
Sheraliyeva Saida Azatovna	
Xizmat safari xarajatlari hisobining huquqiy asoslari	170
Ergashev Sarvar Xudoynazarovich	
Инклюзивное образование и его особенности.....	175
Зайнутдинова Умида Джалоловна	
Jismoniy shaxslarning mol-mulk va yer soliqlarini hisoblash va undirish samaradorligini oshirish yo'llari.....	179
Qurbonov Muxiddin Abdullayevich	
Mamlakatda soliq qarzdorligi vujudga kelishining asosiy sabablari va ularni qisqartirish yo'llari.....	184
Hakimov Ulug'bek Furqat o'g'li	
Mulk qiymatini baholash tushunchasi, baholash obyektlari, baholanadigan qiymat turlari.....	188
Izbosarov Boburjon Bahriddinovich, Yoqubboyev Ilhomjon G'ulomjon o'g'li	
O'zbekistonda sug'urta xizmatlarining zamonaviy transformatsiyasi.....	193
G. Adilova	
Biznes subyektlarida samaradorlik masalalarini o'yinlar nazariyasi usuli bilan baholash.....	197
Mardiyev Nurali	
Yengil sanoatda "lean production" konsepsiyasini tatbiq etishning amaliy jihatlar.....	203
Yaxyayeva Inobat Karimovna	
Soliq salohiyatini baholash usullari va ularning tadbirkorlik subyektlari faoliyatiga ta'siri tahlili	207
Borotov Sharofiddin Jumaqul o'g'li	
Ko'chmas mulk bozorini baholashning institutsional asoslari	213
Ishonqulov Nizamjon Fayzullayevich	
Raqamli iqtisodiyot sharoitida turizm xizmatlarini rivojlantirishning asosiy yo'nalishlari.....	221
Amriyeva Shaxzoda Shuxratovna	
O'zbekistonning bank-moliya tizimi hamda unda Islom moliyasi	
instrumentlarini jalb etishdagi joriy tendensiyalar	226
Eshimov Alisher Dasmurodovich	
Tashqi savdoda notarif usullarni qo'llashning iqtisodiy oqibatlarini aniqlash	
metodologiyasi (rivojlangan davlatlar tajribasi).....	234
Norqobilov Akobir Iso o'g'li	
Reklama xizmatlari va uning subyektlar samaradorligini oshirishdagi imkoniyatlari.....	240
Rabbimov Elbek Abdulloyevich	
Ijtimoiy siyosatni amalga oshirishda sog'liqni saqlash tizimini moliyalashtirish asoslari	245
Imonqulov Nuriddin Qo'shmon o'g'li	
Tijorat banklari biznes ekotizimini rivojlantirishning nazariy asoslari.....	250
Shoymardonov Orziqul Jo'ra o'g'li	
Majburiy tibbiy sug'urtaning vujudga kelishi va o'ziga xos xususiyatlari.....	256
Kenjayev Soxib Sayfiyevich	
O'zbekiston Respublikasida zamonaviy soliq ma'murchiligini joriy etish orqali budjet-soliq siyosati	
samaradorligini yanada oshirish.....	260
Yuldasheva Shaxnoza Xojiakbar qizi	
Jahon iqtisodiyotining barqaror rivojlanishida derivativlar bozorining roli	266
Shokirov Mirkamol Mirolim o'g'li	
Boshqaruv hisobida mas'uliyat markazlarini tashkil etish masalalari.....	274
Sobirov Otabek Olimjonovich	



Davlat moliyasini boshqarishda moliyaviy nazorat usullaridan samarali foydalanish yo'llari	277
Kultayev Farxod Shavkatovich	
Tijorat banklari foydasi va rentabillik ko'rsatkichlariga ta'sir etuvchi omillar tahlilini takomillashtirish	281
Normo'minov Temurbek Sheraliyevich	
O'zbekiston Respublikasida tijorat banklari aktivlar sifatini oshirish yo'llari	284
To'ychiyev Otabek Shamshiyevich	
Venchur kapitalining mohiyati va O'zbekistonda venchur tizimini rivojlantirishning institutsional asoslari.....	288
Tadjibayeva Nigora Gulomjonovna	
Innovatsiyalar: zamonaviy iqtisodiyot uchun innovatsion faoliyatni qo'llab-quvvatlash zarurati.....	293
Malikova Dilrabo Muminovna, Tursunov Jahongir Ulug'bek o'g'li	
Budjet daromadlarining shakllanishida egri soliqlarning ta'sirini ko'p omilli ekonometrik modellashtrishda tahlil qilish.....	297
Abdunazarova Shahnoza Norqo'chqor qizi	
Aksiyadorlik jamiyatlarida investitsion jozibadorlikni oshirish yo'llari	302
Abdullayev Boburjon Akbaraliyevich	
Barcha tadbirkorlik subyektlariga teng raqobat sharoitini yaratishda soliq imtiyozlarining o'rni	306
Akbarov Akmalxon Akrom o'g'li	
Hisob siyosati va unda biologik aktivlar hisobini yoritib berish tartibini takomillashtirish	310
Mirzayeva Nargiza Batirovna	
Talabalarning oilali bo'lishiga ta'sir etuvchi omillarga iqtisodiy baholashda yangicha yondashuv.....	314
O. U. Shomurodov, A. A. Suyarov, Z. U. Uroqov, J. S. Urazov, A. T. Ablahatov	
Ways to Use the Experience of Foreign Countries in Creating a Beneficial Business Environment for Entrepreneurship And Improving Taxation	319
Mukhlisa Ikramova	
Aholi turmush darajasini oshirishda moliyaviy savodxonlikning o'rni va iqtisodiy rivojlanishga ta'siri	325
Yusupov Muhammadali Soxib o'g'li, J.D. Xojiyev	
Temir yo'l sanoat korxonalarida ijtimoiy-mehnat munosabatlarini boshqarish bo'yicha xorijiy tajriba.....	329
Kadirova Sharofat Amonovna	
Механизм внедрения аутсорсинговой деятельности в АО “Ўзтемирйўлийўловчи”	332
Н. Э. Кахорова	
Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni yanada rivojlantirish investitsiyalarni jalb qilishda xorijiy mamlakatlar tajribasi	337
Sharipov Bobur Anvar o'g'li	
“STEKLOPLASTIK” MJCHning bozordagi strategik holatini tahlil qilish	342
Musyeva Shoira Azimovna	
Agrar sektorda ekologik toza mahsulotlarni ishlab chiqarishning nazariy masalalari	348
M. Sh. Nazarova, Z. S. Kazakova	
Methodological Foundations of Bank Lending and Classification of Factors Affecting the Features of Obtaining Loans.....	353
Raxmanova Laylo bahodirovna, A. Karimova	
Agrosanoat klasterlarda tovar-moddiy zaxiralar samaradorligini KPI orqali baholash uslubiyati.....	357
Toshpo'latov Azizbek Shermuxamadovich	
Faol tadbirkorlar faoliyatida kambag'al oilalarni iqtisodiy-ijtimoiy holatini yaxshilash imkoniyatlari.....	362
Salamov Ibrohim, Nazarova Maryam Sharifovna, Kazakova Zulayxo Saloxiddinovna, Jonibekov Faxriddin Beknazarovich, Kudratov Rizo Turdibayevich, Ulmasova Oygul Baxtiyorovna, Xamdanova Nasiba Ablakulovna, Xudayberdiyeva Ma'rifat Umarovna	
Xo'jalik yurituvchi subyektlar strategiyasi tahlilining o'ziga xos xususiyatlari	369
Tursunova Shaxnoza Farxod qizi	
Процессы цифровизации АО “Hududgazta'minot”	373
Хусанов Кахрамон Нишонович	
O'zbekistonda aholi turmush darajasini oshirish yo'llari.....	378
Abdullayeva Madina Kamilovna, Eldorbekov G'ofurbek Iskandarbek o'g'li	
Aholi farovonligini oshirishda tadbirkorlik subyektlari uchun kredit tizimini takomillashtirish mexanizmi.....	381
Bobayev Isroiljon Abdinabiyeich	
Mamlakatga jalb qilingan xorijiy kapitalning tovarlar va xizmatlar importi salohiyatiga ta'sirini ekonometrik modellar bilan baholash.....	386
Saydullayev Azamat Jo'raqul o'g'li	



O'zbekistonda bank xizmatlari raqobatbardoshligini baholash mazmuni va o'ziga xos xususiyatlari.....	394
Sh. Madraimov	
Kapital bozorida sug'urta kompaniyalar institutsional investor sifatida	397
Xasanova Lola Mamasharifovna	
Yangi O'zbekiston strategiyasida institutsional islohotlarni yanada chuqurlashtirish va ko'p funksiyali raqamlashtirishning ilmiy asoslari	400
B. B. Berkinov	
O'zbekiston Respublikasi tijorat banklari orqali jinoiy yo'l bilan olingan daromadlarni legallashtirish mexanizmlari.....	409
G'afurov Umidjon Bahodir o'g'li	
Rivojlangan mamlakatlarda keksa fuqarolarning bandligini oshirish kam ta'minlangan aholi qatlamini qo'llab-quvvatlash usuli sifatida (Yaponiya tajribasi misolida).....	413
Karimov Bekzodjon Ilxomovich	
Tashqi savdoni oshirishda boj-tarif siyosatini takomillashtirish mexanizmlari	420
Pardayev Ilhomjon G'ulomjon o'g'li	
Финансы или корпоративные финансы	426
Уринов Бобур Насиллоевич	
In Ensuring Economic Development in the Country Green Economy and its Features	432
Akhunova Shakhistakhon Nomonjanovna, Abdusattorova Mokhirabonu Abdugoppor kizi	
Tijorat banklarining investitsiya faoliyatini rivojlantirish yo'nalishlari	437
Jo'rayev O'ktam Panji o'g'li	
Сокращение уровня бедности в Узбекистане.....	443
Амирджанова Ситора Суннат кизи	
Paxtachilik sohasida ishlab chiqarish jarayonlari samaradorligini oshirishning innovatsion yechimlari va uning foydaga ta'sirini baholash	448
S. B. Inoyatov	
Tijorat banklarida muammoli kreditlar bilan ishlash amaliyotidagi muammolar va ularni barataraf etish yo'llari	453
Maxmudov Rahimjon Hamid o'g'li	
Mahalliy budjet daromadlarining nazariy va ilmiy asoslari	460
O'lokulova Feruza Mansurovna	
Kambag'allikni qisqartirish – aholi turmush farovonligini ta'minlashning muhim omili	463
Usmanov Baxodir Baxtiyorovich	
Raqamli marketingni rivojlantirish zaruriyati	469
Xalmuxamedova Zebaxon Babaxanovna	
Tijorat banklari o'rtasidagi raqobatni rivojlantirish orqali fond bozorida aksiyalar narxini barqarorligini ta'minlash istiqbollari	473
M. Yuldosheva	
Konchilik sanoati korxonalarida innovatsion faoliyatni rivojlantirish mexanizmlarining ilmiy-nazariy asoslari	480
Kurbanova Mehriniso Nematjanovna	
O'zbekistonda banklar moliyaviy xizmatlari va ular sifatining amaldagi holati tahlili	487
Mirzayev Mirza Abdullayevich	
Oliy ta'lim muassasalarining iqtisodiy samaradorlikning raqobatbardoshligini institutsional tahlil qilish mexanizmi.....	492
Saydullayeva Saodat Abdumajidovna	
Integrasiya sharoitida to'qimachilik sanoatining rivojlanishi	499
Ziyayeva Muhtasar Mansurdjanovna	
Auditorlik tekshiruvini tashkil etish va o'tkazish jarayonlarini takomillashtirish	503
Karamatova Noiba Husnitdinovna	
Davlatning iqtisodiy xavfsizligini ta'minlashning nazariy jihatlarini	510
Mamatov Mamajan Axmadjonovich	
Экономическое сознание и экономическое мышление: теоретический анализ.....	517
Пардаев Мамаюнус Каршибаевич, Мухаммедов Мурод Мухаммедович	
O'zbekiston respublikasi tijorat banklari tomonidan qurilish korxonalarini kreditlashni takomillashtirish yo'llari	522
Sultanov Baxram Begdullayevich	



Роль искусственного интеллекта в современных технологиях медиаобразования в высших учебных заведениях.....	526
Самигова Гуландом Абдужаббаровна	
Talabalarga moliyaviy yordam dasturlari va ularning ta'lim sifatiga ta'siri	534
Mirzayeva Muhlisa Ubaydullo qizi	
Mintaqaviy investitsion jozibadorlik va investitsion siyosat: nazariy talqin	539
Muminov Akmal Tulkunovich	
Mamlakatni ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotida oliy ta'lim tizimining ta'siri	543
Nasimov Adiz Azamat o'g'li, Baxtiyorova Jasmina Jasurovna, Axrorov Zarif Oripovich	
Respublikada fermer xo'jaliklarga xizmat ko'rsatishni rivojlantirish va agroxizmatlar bozorini davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash imkoniyatlari	548
Shukurov Ilxom Safarboyevich	
Turli mamlakatlarda oliy ta'limni moliyalashtirish yo'llari	555
Umarova Moxigul Maxmayunus qizi	
Dehqonchilikni innovatsion asosda rivojlantirishning xorijiy tajribasi	560
Yuldashev G'iyos Turabekovich	
Tijorat bank xizmat turlarini islomiy bank xizmatlari orqali rivojlantirish istiqbollari	564
Bayjanova Gozsal Sarsengaliyevna	
Qishloq xo'jaligi mahsulotini baholash va hisobga olishning uslubiy jihatlarini takomillashtirish	570
Boltayev Abror Sayitmuradovich	
Секреты интересного урока в начальной школе	577
Гараева Олеся Владимировна	
Iqtisodiyotni barqaror rivojlanishda yashil iqtisodiyotning o'rni	580
Ibragimova Gulchehra Toxirovna	
Mahsulot va xizmatlarni raqamli transformatsiyasini amalga oshirish algoritmi	584
Kucharov Abrorjon Sobirjanovich, Bobojonov Azizjon Babaxanovich, Abdurakhmonov Abdumalik Abdurashidovich	
O'zbekiston Respublikasining soliq tizimi mamlakatda yashirin iqtisodiyot ulushini qisqartirish vositasi sifatida	591
Nabiyev Feruz Nurmurodovich	



REKLAMA XIZMATLARI VA UNING SUBYEKTLAR SAMARADORLIGINI OSHIRISHDAGI IMKONIYATLARI

Rabbimov Elbek Abdulloyevich

I.f.f.d. (PhD), TDIU Samarqand filiali

“Buxgalteriya hisobi va statistika” kafedrası katta o‘qituvchisi

Annotatsiya: Mazkur tadqiqot ishida respublikamizdagi korxona va tashkilotlar – subyektlar samaradorligini oshirishda eng muhim iqtisodiy asos sifatida reklama xizmatlarini rivojlantirish tadqiq etilgan hamda uning nazariy asoslari va amaliy jihatlari asoslab berilgan.

Kalit so‘zlar: reklama, xizmatlar, raqamli iqtisodiyot, samaradorlik, daromad, tahlil, marketing, model.

Abstract: This research work examines the development of advertising services as the most important economic basis for increasing the efficiency of enterprises and organizations – subjects of our republic and substantiates its theoretical foundations and practical aspects.

Key words: advertising, services, digital economy, efficiency, revenue, analysis, marketing, model.

Аннотация: В данной научно-исследовательской работе исследовано развитие рекламных услуг как важнейшей экономической основы повышения эффективности предприятий и организаций – субъектов нашей республики и обоснованы его теоретические основы и практические аспекты.

Ключевые слова: реклама, услуги, цифровая экономика, эффективность, выручка, анализ, маркетинг, модель.

KIRISH

Respublikamiz iqtisodiyotini jadal rivojlantirishda ishlab chiqarilayotgan va sotilayotgan mahsulotlardan olinadigan daromadni oshirishda reklama xizmatlarini rivojlantirish muhim ahamiyatga ega hisoblanadi. Bugungi milliy iqtisodiyotni jadal rivojlantirishda va uni yuqori o‘shish suratlari ta‘minlashda O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining PF-60-son Farmoni bilan tasdiqlangan “2022-2026-yillarga mo‘ljallangan yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasi” da belgilab berilgan vazifalardan kelib chiqib, Mamlakatimiz “iqtisodiyot tarmoqlarida barqaror yuqori o‘shish suratlari ta‘minlash orqali kelgusi besh-yilda aholi jon boshiga YalMni 1,6 barobar va 2030-yilga borib, aholi jon boshiga to‘g‘ri keladigan daromadni 4 ming AQSH dollaridan oshirish hamda “daro-madi o‘rtachadan yuqori bo‘lgan davlatlar” qatoriga kirish uchun zamin yaratish”¹ maqsadi belgilangan. Mazkur maqsadni bajarishda reklama xizmatlarini rivojlantirish asosida korxona va tashkilotlar (subyektlar) samaradorligini yuqori natijadorlikka erishish imkoniyati yaratiladi.

TADQIQOTNING O‘RGANILGANLIK DARAJASI

Tadqiqotlar shuni ko‘rsatadiki, Amerika Marketing Assosiasiyasi (AMA) (2016), reklama “ommaviy axborot vositalarida pullik yoki xayr-ehson qilingan vaqt yoki makonda aniqlangan shaxs, kompaniya yoki tashkilot tomonidan joylashtirilgan har qanday e‘lon yoki ishonitiruvchi xabar”² deb ta‘riflaydi. Beyerli va Santana (1999) reklama samaradorligini “reklama kompaniyasi yoki ma‘lum bir reklama natijalarini o‘lchash, bu, o‘z navbatida, reklama beruvchining o‘z kampaniyasi reklama uchun qo‘ygan reklama maqsadlariga erishish nuqtai nazaridan belgilanishi kerak”³. Agar reklama mijozning e‘tiborini jalb qilsa, xaridorga unutilmas ta‘sir ko‘rsatsa, xaridorning sotib olish niyatlarini rag‘batlantirsa va mijozning hissiyotlariga ta‘sir etsa, reklama samarali hisoblanadi⁴ (Adibi, 2012).

1 O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni, 28.01.2022-yildagi PF-60-son “2022 – 2026-yillarga mo‘ljallangan yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasi” to‘g‘risida. Lex.uz

2 <https://www.ama.org/>

3 A. Beerli, J.D.M. Santana. 1999. Design and validation of an instrument for measuring advertising effectiveness in the printed media. Journal of current issues and research in advertising.

4 Adibi, R. (2012). Signs of semantics: three questions about visual meaning. Tehran, Iran: SAMT Publication.



Ramalingam va boshqalarning fikriga ko'ra. (2006), samarali reklama ikkita asosiy xususiyatga ega. Birinchidan, reklama beruvchi xaridorni mahsulot va xizmat ko'rsatish tajribasiga jalb qilish va mijozga tegishli reklama xabarini yuborish orqali iste'molchining maqsadlarini qondirishi kerak. Ikkinchidan, reklama reklama beruvchining maqsadlariga muvofiq bo'lishi kerak. Samarali reklama uchta keng o'lchovga ega, ya'ni strategiya, ijodkorlik va ijro (Ramalingam va boshq., 2006). Samarali reklamalarga ega bo'lish uchun firmalar ushbu uchta elementni birlashtirishi kerak (Ramalingam va boshq., 2006)⁵.

Tadqiqotlar natijasiga ko'ra amalga oshirilgan hisob-kitoblar bo'yicha reklama samaradorligini o'lchash uchun savdo hajmi va aloqa effektlaridan foydalanish mumkin. Garchi savdo hajmiga reklama bilan bevosita bog'liq bo'lmagan turli xil omillar ta'sir qiladi, shu jumladan, narxlash, qadoqlash va tarqatish sifati bilan cheklanmagan bo'lsa ham reklama samaradorligini o'lchash uchun mos mezon sifatida qaraladi (Huang va boshq., 2011)⁶. Aloqa effektlarini o'lchash mumkin bo'lganligi sababli ular reklama samaradorligini o'lchash mezonlari sifatida ham foydalanishlari mumkin (Fridman va Fridman, 1979)⁷. Reklama uchun pul resurslarining cheklanligi, mijozlarning munosabatlari va ularning taxminlari o'rtasidagi ziddiyatlar va yuqori raqobatdosh bozorlar natijasida reklama samaradorligi ko'plab tashkilotlar uchun muhim muammoga aylandi (Riasi, 2015)⁸.

Soha mutaxassislari reklama xizmatlari va ularning samarali faoliyati bo'yicha korxona va tashkilotlar natijadorligi bo'yicha o'z ilmiy xulosalariga kelishdi. Ularning fikricha, "reklama adabiyotlarini baholash mezonlarini uch guruhga yoki ularning ahamiyatiga ko'ra (ma'lum darajadagi konsentratsiya bilan) uchta daraja mezonlariga bo'lish mumkin bo'lgan model ishlab chiqildi. Birinchisi, reklama adabiyotlarining ijtimoiy javobgarligini belgilaydigan va qonunlarda va professional reklama kodekslarida belgilab qo'yilgan mezonlardan iborat. Ikkinchi guruh mezonlari reklama murojaatining marketing izchilligini baholashga imkon beradi va reklama adabiyotlarining tipologik xususiyatlari bilan bevosita bog'liqdir. Va nihoyat, uchinchi guruh reklama matnlarining yozma nutq madaniyatining to'g'riligi, aniqligi, izchilligi, pokligi, ifodaliligi, boyligi va dolzarbligini o'z ichiga olgan umumiy talablariga muvofiqligi mezonidir"⁹.

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Respublikamizda reklama xizmatlarini rivojlantirish va uning ishlab chiqarish, savdo va boshqa sohalardagi subyektlar samaradorligini oshirish imkoniyatlarini ochib berishda iqtisodiy tahlilning monografik, taqqoslama tahlil, ekspert baholash, induksiya-deduksiya, ilmiy abstraksiya usullaridan foydalanildi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Tadqiqot natijalariga ko'ra reklama xizmatlarini rivojlantirish va uning samaradorligini oshirishga bir qator omillar ta'sir qiladi. Jumladan:

- reklama joylashtirishning marketing konteksti (maqsadli auditoriyaga reklama mavzusiga hamda bozordagi kommunikatsion vaziyatga bog'liqligi);
- media-reja parametrlari (ommaviy axborot vositalarining turi va tarkibiy xususiyatlari hamda ma'lum reklama xabarlar oldidan yoki uning atrofidagi kontent);
- reklama xabarining turi, mazmuni, tuzilishi va boshqa xususiyatlari.

Bizning fikrimizcha, reklama samaradorligiga ta'sir etuvchi barcha omillarni, avvalo, ikki guruhga bo'lish kerak: Birinchi guruhga – reklama yaratuvchilari tomonidan nazorat qilinmaydigan va shu asosida ma'lum natijadorlikni ta'minlaydigan omillar. Ikkinchi guruhga esa reklama xizmatlarini yaratuvchilarining to'liq nazoratida bo'ladigan hamda uning oqibatini doimo nazorat qilish mumkin bo'lganlar kiradi. Shu bilan birga, har bir omilni hisobga olish reklamaning yakuniy samaradorligiga bevosita ta'sir qiladi. Shunisi e'tiborga loyiqki, ba'zida boshqariladigan omillar nazoratsiz bo'lib qolishi mumkin. Bu agar reklama matni buyurtmachisi biron bir sababga ko'ra mustaqil ravishda reklama yaratuvchisi uchun, masalan, qaysi reklama vositasidan foydalanilishini, matnga qanday g'oya kiritilishini, qanday his-tuyg'ular, qahramonlar va boshqalarni belgilashi kerakligi to'g'risida qaror qabul qilsa ishlatilishi kerak.

5 V.Ramalingam, B.B. Palaniappan, P.Natarajan, S.Palanivel. Measuring advertisement effectiveness- A neural network approach. Expert Systems with Applications 31 (1).

6 W.Huang, T. Hsieh, H.S.Chen. The advertisement effectiveness of animated spokes-characters. Journal of business management. 2011.

7 Friedman, H. H., & Friedman, L. (1979). Endorser effectiveness by product type. Journal of Advertising Research, 19(5), 63–71.

8 Riasi, A. (2015). Competitive Advantages of Shadow Banking Industry: An Analysis Using Porter Diamond Model. Business Management and Strategy, 6(2), 15-27.

9 http://www.nazaykin.ru/AD/effect/factory.htm#_edn3



Umuman olganda, yakuniy samaradorlik nuqtai nazaridan ham reklama xizmatlariga ta'sir etuvchi omillar tizimli guruhlangan. Bunda eng muhim kriteriy sifatida ularni tashkil etish va boshqaruviga qarab boshqariladigan va boshqarib bo'lmaydigan omillarga ajratiladi. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki boshqariladigan omillar har doim ikkinchi darajali bo'ladi, chunki agar marketing samaradorligi bo'lmasa, unda mahsulot har qanday shaklda o'ralgan bo'lsa, iste'molchi uni sotib olmaydi.

Tahlillar natijasiga ko'ra reklama xizmatlarini rivojlantirish va u asosida ma'lum natijadorlikka erishishni omilli tahlil usullaridan foydalangan holda amalga oshirildi. Bunda subyektlar faoliyatiga reklama xizmatlari samaradorligini oshirishga ta'sir etuvchi omillarni o'rganishda SWOT tahlili hamda PEST tahlili usullaridan foydalanildi. Tadqiqot jarayonida Samarqand viloyati Tayloq tumanidagi "Siyob grup" kompaniyasining imkoniyatlari chuqur tahlil qilish asosida o'rganildi. Hisob-kitoblarga ko'ra Samarqand viloyati Tayloq tumanidagi "Siyob grup" kompaniyasining yuqori iqtisodiy samaradorlikka erishishida reklama xizmatlarini rivojlantirish muhim hisoblanib, quyidagi bir qator yangi iqtisodiy imkoniyatlarni ochib beradi. (1-jadval).

1-jadval: Samarqand viloyati Tayloq tumanidagi "Siyob grup" kompaniyasida reklama xizmatlarini rivojlantirish asosida SWOT tahlili usulidan foydalanib samaradorlikni oshirish imkoniyatlari

S	Kuchli tomonlar	1. Ichki bozorda hamkorlari kupligi oqibatida kompaniyaning reklama xizmatlariga bo'lgan ehtiyojning yuqoriligi. 2. Kompaniya mustaqil mahsulotlarni eksport qilishi natijasida reklamaga bo'lgan alohida talabning mavjudligi. 3. Kompaniyaning mahsulotlarini ichki bozorda sotish va tashqi reklama xizmatlari uchun rahbariyat tomonidan me'yoriy -huquqiy hujjatlar bilan asoslanganligi.
W	Kuchsiz tomonlar	1. Kompaniya binolarini reklama shitlariga mos qayta rekonstruksiya qilish zarurligi. 2. Reklama xizmatlarini ko'rsatish uchun kompaniya yetarlicha mablag' ajratmaganligi. 3. Kompaniyada reklama xizmatlarini amalga oshiruvchi (agentliklar, firmalar va boshqalar) xizmat ko'rsatishi bo'yicha raqobat muhitini yetarli darajada shakllanmaganligi. 4. Bu yo'nalishda soha mutaxassislarining kompaniyada yetarli emasligi.
O	Imkoniyatlar	1. Kompaniya mahsulotlarini yetishtirish, qayta ishlash, saqash, qadoqlash va sotish bo'yicha alohida reklama xizmatlariga bo'lgan talabni mavjudligi. 2. Kompaniya alohida yuridik shaxs sifatida reklama xizmatlarini ko'rsatish bo'yicha mustaqil qaror qabul qilish imkoniyatini mavjudligi. 3. Kompaniyada o'sib borayotgan yuqori ehtiyojga mos reklama xizmatlari uchun moliyaviy mablag'larning mavjudligi. 4. Kompaniya rahbariyatining reklama xizmatlarini rivojlantirishga ijobiy munosabatda ekanligi.
T	Xavf-xatar	1. Kompaniyada mahsulotlarni yetishtirish va sotishning oziq-ovqat bilan bog'liqligi turli tabiiy-iqtisodiy, iqlim shart-sharoitlariga mos reklama xizmatlarini ko'rsatishdagi qiyinchiliklar. 2. Zamonaviy raqamli reklama xizmatlarini tashkil etish bo'yicha malakali mutaxassislarning yetishmasligi. 3. Kompaniyaning reklama xizmatlarini ko'rsatish bo'yicha aniq narx me'yorlarining mavjud emasligi.

Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatmoqdaki, Samarqand viloyati Toyloq tumanidagi "Siyob grup" kompaniyasi reklama xizmatlari samaradorligini oshirishdagi omillar ta'sirini PEST usuli 10 dan keng foydalanib yangi imkoniyatlari ochib berildi. PEST usuli bu- u yoki bu kompaniya faoliyatiga ta'sir etuvchi siyosiy, iqtisodiy, sotsial hamda texnologik jarayonlar bo'yicha samarali biznesga ta'sir etuvchi tashqi muhit aspektlari hisoblanadi. Shunday ekan kompaniyaning yuqori biznes faoliyatida muhim hisoblangan reklama xizmatlari bo'yicha omillar ta'sirini ishlab chiqarish va sotish jarayonini natijadorligi bo'yicha tahlil qilindi. Tahlil natijalariga ko'ra Tayloq tumanidagi "Siyob grup" kompaniyasi reklama xizmatlari rivojlantirilishiga mos yangi siyosiy, iqtisodiy, ijtimoiy va texnologik imkoniyatlar yaratiladi. (2-jadval).

10 <https://upr.ru/article/pest-analiz-chto-eto-takoe-i-kak-ego-provesti-na-primerah/>



2-jadval: Samarqand viloyati Tayloq tumanidagi “Siyob grup” kompaniyasining PEST tahlili¹¹ asosida tizimlashtirilgan omillarning reklama xizmatlari samaradorligini oshirishga ta’siri.

Omillar		Izoh
P	Siyosiy	1. “Siyob grup” kompaniyasida reklama xizmatlarining tizimli rivojlanishi davlat tomonidan belgilangan me’yoriy-huquqiy hujjatlarga mosligi. 2. Kompaniyaning reklama xizmatlari bo’yicha faoliyati ichki me’yoriy-huquqiy hujjatlar bilan mustahkamlangan. 3. Kompaniyaning raqamli xizmatlarini amalga oshirish jarayoni aholi va ishchi xodimlarning manfaatlari, tabiiy ekologik muhitni salbiy ta’sir etmaslik talablariga mos kelishi.
E	Iqtisodiy	1. Kompaniyada investitsion muhitning reklama xizmatlari asosida shakllanganligi. 2. Kompaniya biznes muhiti hamda bozor talab va taklif o’zgarishlariga mos reklama xizmatlarini amalga oshirilishi. 3. Reklama xizmatlarining kompaniya bo’yicha soliq imtiyozlarini olishlarida, inflyatsiya darajasini pasaytirish bo’yicha belgilangan strategiyaga mosligi. 4. Reklama xizmatlarining kompaniyaning tashqi iqtisodiy munosabatlarini yaxshilashga va mahsulotlarni eksport qilish bo’yicha yangi imkoniyatlarni ochishga yo’naltirilganligi 5. Kompaniyada tizimli reklama xizmatlarini turli korrupsion holatlar va “yashirin iqtisodiyot” bo’lishiga yo’l qo’ymasligi.
S	Ijtimoiy	1. Reklama xizmatlari asosida ishchi va xodimlarning daromadlari va xarajatlari bo’yicha shaffof ma’lumotlarni bayon qilish imkoniyatini mavjudligi. 2. Reklama xizmatlari asosida kompaniyadagi turli toifadagi ijtimoiy yordamga muhtoj xodimlarga amaliy yordam berish imkoniyatining mavjudligi. 3. Kompaniyaning kelajagini belgilovchi ijtimoiy hayot bilan bog’liq reklama banerlarini va OAVlarining munosabatlarini bayon qilish imkoniyatining mavjudligi. 4. Kompaniyaning reklama xizmatlari asosida brendi, ijtimoiy imidji va reputatsiyasini oshirishni tizimli yo’lga qo’yilganligi.
T	Texnologik	1. Reklama xizmatlari bo’yicha kompaniyada yangi raqamli innovatsion texnologiyalarni qo’llash bo’yicha shart-sharoitlarning yaratilganligi. 2. Kompaniya tomonidan reklama xizmatlari asosida yangi texnologiyalar bo’yicha investitsiyalarni jalb etilishida bayon qilinganligi. 3. Qonunchilikni takomillashtirish bo’yicha kompaniyaga mahsulot ishlab chiqarish, sotish, qayta ishlash va iste’molchiga yetkazib berish borasida yangi texnologiyalarga asoslangan reklama xizmatlarini yo’lga qo’yilganligi.

Yuqoridagilardan kelib chiqib, Samarqand viloyati Tayloq tumanidagi “Siyob grup” kompaniyasi natijadorligiga asoslangan holda mamlakatda reklama xizmatlarini rivojlantirish va samaradorligini oshirishda muhim bo’lgan siyosiy, iqtisodiy, ijtimoiy hamda texnologik omillar boshqa korxonalar, tashkilotlar kompaniyalarda ham o’z ijobiy natijasini beradi.

XULOSA

Umuman, yuqoridagilardan kelib chiqib respublikamizda reklama xizmatlarini rivojlantirish asosida subyektlar samaradorligini tizimli oshirib borish quyidagi yangi imkoniyatlarni yaratadi:

Birinchidan, Respublika ichki bozoridagi iste’molchilarning tovar va xizmatlarga bo’lgan ehtiyojini qondirishda reklama xizmatlarini zamonaviy shakl va vositalaridan keng foydalanish;

Ikkinchidan, reklama xizmatlarini rivojlantirishga to’siq bo’layotgan barcha xavf-xatarlar hamda salbiy tomonlarini tizimli bartaraf etish;

Uchinchidan, iqtisodiyotdagi barcha subyektlar reklama xizmatlaridan foydalanish bo’yicha mavjud imkoniyatlaridan yuqori darajada foydalanish o’zlarining ichki va tashqi bozordagi ustunliklaridan tizimli foydalanish.

¹¹ Muallif tomonidan ishlab chiqilgan

To'rtinchidan, reklama xizmatlarini rivojlantirish har bir tashkilot va korxonada yangi iqtisodiy imkoniyatlarni vujudga keltirish (soliq imtiyozlari, eksport qilish imkoniyatlari, biznes muhitini yaratish va boshqalar) dan unumli foydalanish.

Beshinchidan, reklama xizmatlarini rivojlantirish asosida yangi texnologik imkoniyatlardan, ayniqsa, raqamli texnologiyalardan samarali foydalanish.

Oltinchidan, respublikada reklama xizmatlari asosida ijtimoiy shaffof muhit yaratish, ishchi xodimlar daromadlari va xarajatlari bo'yicha reklama imkoniyatlarini tizimli yo'lga qo'yish.

Foydalanilgan adabiyotlar:

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni, 28.01.2022-yildagi PF-60-son "2022–2026-yillarga mo'ljallangan yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi" to'g'risida. Lex.uz
2. A. Beerli, J.D.M. Santana. 1999. Design and validation of an instrument for measuring advertising effectiveness in the printed media. Journal of current issues and research in advertising.
3. Adibi, R. (2012). Signs of semantics: three questions about visual meaning. Tehran, Iran: SAMT Publication.
4. Rabbimov Elbek Abdulloevich. Economical analysis of increasing the efficiency of digitalization of advertising services – The Journal of Economics, Finance and Innovation, 2023
5. Rabbimov Elbek Abdulloevich. Main directions of development of advertising services in the digital economy – World Economics and Finance Bulletin, 2022
6. V.Ramalingam, B.B. Palaniappan, P.Natarajan, S.Palanivel. Measuring advertisement effectiveness- A neural network approach. Expert Systems with Applications 31 (1).
7. W.Huang, T. Hsieh, H.S.Chen. The advertisement effectiveness of animated spokes-characters. Journal of business management. 2011.
8. Friedman, H. H., & Friedman, L. (1979). Endorser effectiveness by product type. Journal of Advertising Research, 19(5), 63–71.
9. Riasi, A. (2015). Competitive Advantages of Shadow Banking Industry: An Analysis Using Porter Diamond Model. Business Management and Strategy, 6 (2),
10. http://www.nazaykin.ru/AD/effect/factory.htm#_edn3
11. <https://upr.ru/article/pest-analiz-chto-eto-takoe-i-kak-ego-provesti-na-primerah/>
12. <https://www.ama.org/>

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

Yashil

IQTISODIYOT va TARAQQIYOT

Ijtimoiy, iqtisodiy, siyosiy, ilmiy, ommabop jurnal

Ingliz tili muharriri: Feruz Hakimov

Musahhih: Xondamir Ismoilov

Sahifalovchi va dizayner: Iskandar Islomov

2024. № 2

© 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.