



INNOVATION IQTISODIYOT

Ilmiy-amaliy elektron jurnal

2026

№6

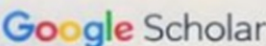
ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА

Научно-практический электронный журнал

INNOVATIVE ECONOMY

Scientific and practical electronic journal



Indexlanadigan bazalar:  Google Scholar  Crossref  OpenAIRE  CYBERLENIKA



INNOVATION IQTISODIYOT

ILMIY-AMALIY
ELEKTRON JURNAL

6-jild
6-son
Iyun, 2026

June, 2026
Volume 6
Number 6

ИННОВАЦИОННАЯ
ЭКОНОМИКА
Научно-практический
электронный журнал

INNOVATIVE ECONOMY
Electronic scientific and
practical journal



INNOVATSION IQTISODIYOT

ILMIY-AMALIY ELEKTRON JURNAL

ISSN: 3030-315X

ojs.kstu.uz

Muassis:

Qarshi davlat texnika universiteti

Tahririyat Kengashi raisi:

R.X.Ergashev, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Tahririyat Kengashi raisi o‘rinbosari:

S.N.Xamrayeva, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Mas’ul muharrir:

N.A.Ochilova, PhD, dotsent

Texnik muharrir:

S.J.Qulmurotov

Jurnal har oyda bir marotaba elektron shaklda jurnalning rasmiy sayti orqali nashr etiladi.

Tahririyat manzili:

180100, Qarshi shahri, Mustaqillik ko‘chasi 225-uy Tel.:

+998 (75) 221 09 23

+998 (93) 902 72 63

Faks: +998 (75) 221 1395

innoeconomic@kstu.uz

“Innovatsion iqtisodiyot” ilmiy - amaliy elektron jurnali O‘zbekiston Respublikasi Oliy ta’lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi **Oliy attestatsiya komissiyasi rayosatining 2025-yil 5-apreldagi 369-sonli qarori** bilan milliy ilmiy nashrlar ro‘yxatiga kiritilgan.

Jurnalda quyidagi ruknlar asosida maqolalar nashr etiladi:

1. Nazariya va metodologiya
2. Raqamli iqtisodiyot
3. Mintaqa va tarmoqlar iqtisodiyoti
4. Kichik biznes va xususiy tadbirkorlik
5. Inson kapitali iqtisodiyoti
6. Menejment va marketing
7. Buxgalteriya hisobi, iqtisodiy tahlil va audit
8. Moliya, kredit va investitsiya
9. Ekonometrika va statistika
10. Xizmat ko‘rsatish va turizm sohasi

TAHRIRIYAT KENGASHI:

Tahririyat Kengashining xalqaro a'zolari:

Ovchinnikov Viktor Nikolayevich - i.f.d., professor, akademik (Janubiy Federal Universitet, Rossiya)

Solodovnikov Sergiy Yurevich - i.f.d., professor (Belorussiya milliy texnika universiteti)

Sidorov Viktor Aleksandrovich - i.f.d., professor, (Kuban davlat universiteti)

Shevchenko Igor Viktorovich - i.f.d., professor (Kuban davlat universiteti, Rossiya)

Kusainov Xalel Xaymullievich – i.f.d., professor, akademik (Qozog‘iston Respublikasi Milliy fanlar akademiyasi)

Samandarzoda Iskandar Hakim - Iqtisodiyot fanlari doktori (Sh.Shotemur nomidagi Tojikiston agrar universiteti)

Gibadullin Artur Arturovich - i.f.n. dotsent (Milliy tadqiqot universiteti, Moskva energetika instituti, Rossiya)

Sergey Aleksandrovich Voynash - ilmiy xodim (P.Lumumbi nomidagi Rossiya xalqlar do‘stligi universiteti)

Valentina Nikolayevna Pulyayeva - iqtisod fanlari nomzodi, dotsent (Rossiya Federatsiyasi hukumati qoshidagi Moliya universiteti)

Dmitriy Evgenievich Morkovkin, iqtisod fanlari nomzodi, dotsent (Moliya universiteti, Rossiya Federatsiyasi hukumati)

Sadriddinov Manuchehr Islomiddinovich - i.f.d., professor, (Tojikiston Respublikasi Milliy fanlar Akademiyasi)

Perskaya Viktoriya Vadimovna - i.f.d., professor, (Rossiya Federatsiyasi hukumati huzuridagi Moliya universiteti)

Molchanov Igor Nikolayevich - i.f.d., professor, (Lomonosov nomidagi Moskva davlat universiteti)

Basova Mariya Mixaylovna - i.f.d., professor, (Rossiya Federatsiyasi hukumati huzuridagi Moliya universiteti)

Aleksandr Leonidovich Chupin, iqtisod fanlari nomzodi (P.Lumumbi nomidagi Rossiya xalqlar do‘stligi universiteti)

Nezamaykin Valeriy Nikolayevich - i.f.d., professor, (Rossiya davlat gumanitar universiteti)

Nikonorova Alla Vladimirovna - i.f.n., dotsent, (Rossiya Federatsiyasi hukumati huzuridagi Moliya universiteti)

Dmitriyeva Olga Aleksandrovna - i.f.n., dotsent, (Rossiya Federatsiyasi hukumati huzuridagi Moliya universiteti)

Shvets Yuriy Yuryevich - i.f.n., dotsent, (Rossiya Fanlar akademiyasining Nazorat fanlari instituti)

Kolosova Yelena Valeryevna - i.f.n., dotsent, (Plexanov nomidagi Rossiya iqtisodiyot universiteti)

Tahririyat Kengashi a'zolari:

Gulyamov Saidaxror Saidaxmedovich - i.f.d., professor, akademik

Pardayev Mamayunus Qarshiboyevich - i.f.d., professor

Navruz-zoda Baxtiyor Negmatovich - i.f.d., professor

Xatamov Ochildi Qurbonovich- i.f.d., professor

Fayziyeva Shirin Shodmonovna- i.f.n., professor

Jumayeva Gulrux Jo‘raqulovna - i.f.n., professor

Egamberdiyeva Salima Raimovna - i.f.n., dotsent

Erkayeva Gulbahor Panjiyevna - i.f.n., professor

Yakubova Shamshinur Shuxratovna - i.f.d., (DSc) dotsent

Amirqulov Shuhrat Olimovich - i.f.f.d., (PhD), dotsent

Samiyeva Gulnoza Toxirovna- i.f.f.d., (PhD), dotsent

Aliqulov Azamat Tuyg‘unovich - i.f.f.d., (PhD), dotsent

Aminov Fazlitdin Baxadirovich- i.f.n., dotsent

Xo‘jaqulova Nigora Rustamovna - i.f.f.d., (PhD), dotsent

Turobov Sherzod Alisherovich - i.f.f.d., (PhD), dotsent

Alimova Munisa Yulchiyevna - i.f.f.d. (PhD) dotsent

Ergasheva Nasiba Raxmatullayevna - i.f.d., (DSc), dotsent

Boboqulov Sanjar Baxromkulovich - i.f.f.d., (PhD), dotsent

Djalilov Raxmonkul Hamidovich - i.f.f.d., (PhD), dotsent

Nomazov Baxrom Bobomurodovich - i.f.f.d. (PhD) dotsent

Alimxanova Nigora Alimxanovna - i.f.f.d. (PhD) dotsent

Jonuzokov Mirzabek Kulmamatovich - i.f.f.d. (PhD), dotsent

Muxammadiyeva Yulduz Yusupovna - i.f.f.d. (PhD)

Tursunova Aziza Xoshimovna - i.f.f.d. (PhD)

Xolliyev Sherali Baxtiyorovich - i.f.f.d. (PhD)

Panjiyev Samijon Aliqulovich - PhD, dotsent



ИННОВАЦИОННАЯ ЭКОНОМИКА

Научно-практический электронный журнал

ISSN: 3030-315X

ojs.kstu.uz

Учредитель:

**Каршинский государственный технический
университет**

Председатель редакционного совета:

Р.Х.Эргашев, доктор экономических наук, профессор

Заместитель председателя редакционного совета:

С.Н.Хамраева, доктор экономических наук,
профессор

Ответственный редактор:

Н.А.Очилова, PhD, доцент

Технический редактор:

С.Ж.Кулмуротов

Журнал издается один раз в месяц в
электронной форме и публикуется через
официальный сайт журнала.

Адрес редакции:

180100, г. Карши, ул. Мустакиллик, дом 225

Тел: +998 (75) 221 09 23

+998 (93) 902 72 63

Факс: +998 (75) 221 1395

E-mail: innoeconomic@kstu.uz

Научно-практический электронный журнал
«Инновационная экономика» включён в перечень
национальных научных изданий на основании
решения Президиума Высшей аттестационной
комиссии при Министерстве высшего образования,
науки и инноваций Республики Узбекистан от 5
апреля 2025 года № 369.

**В журнале публикуются статьи по
следующим рубрикам:**

1. Теория и методология
2. Цифровая экономика
3. Экономика регионов и отраслей
4. Малый бизнес и частное
предпринимательство
5. Экономика человеческого капитала
6. Менеджмент и маркетинг
7. Бухгалтерский учет, экономический анализ и
аудит
8. Финансы, кредит и инвестиции
9. Эконометрика и статистика
10. Сфера услуг и туризм

Редакционная коллегия:

Международные члены Совета редколлегии:

Овчинников Виктор Николаевич - д.э.н., профессор, академик
(Южный федеральный университет, Россия)

Солодовников Сергей Юрьевич - д.э.н., профессор
(Белорусский национальный технический университет)

Виктор Александрович Сидоров - д.э.н., профессор,
(Кубанский государственный университет)

Шевченко Игорь Викторович - д.э.н., профессор (Кубанский
государственный университет)

Кусаинов Халел Хаймуллович - д.э.н., профессор, академик
(НААН Республика Казахстан)

Самандарзода Искандар Хаким - д.э.н., профессор
(Таджикистанский аграрный университет им. Ш. Шотемура)

Гибатуллин Артур Артурович - к.э.н., доцент
(Национальный исследовательский университет
«Московский энергетический институт»)

Войнаш Сергей Александрович - научный сотрудник
(Российского университета дружбы народов имени
П.Лумумби)

Пуляева Валентина Николаевна - к.э.н., доцент
(Финансовый университет при Правительстве РФ)

Морковкин Дмитрий Евгеньевич - к.э.н., доцент
(Финансовый университет Правительство РФ)

Садриддинов Манучехр Исламиддинович - д.э.н.,
профессор (Национальная академия наук Республики
Таджикистан)

Перская Виктория Вадимовна - д.э.н., профессор
(Финансовый университет при Правительстве РФ)

Молчанов Игорь Николаевич - д.э.н., профессор (Московский
государственный университет имени М.В. Ломоносова)

Басова Мария Михайловна - д.э.н., профессор
(Финансового университета Российской Федерации)

Чупин Александр Леонидович - к.э.н. (Российского
университета дружбы народов имени П. Лумумби)

Незаймакин Валерий Николаевич - д.э.н., профессор (РГТУ)

Никонорова Алла Владимировна - к.э.н., доцент
(Финансового университета Российской Федерации)

Дмитриева Ольга Александровна - к.э.н., доцент
(Финансового университета Российской Федерации)

Швец Юрий Юрьевич - к.э.н., доцент (Институт проблем
управления РАН)

Колосова Елена Валерьевна - к.э.н., доцент (Российский
экономический университет имени Г.В. Плеханова)

Члены Совета редколлегии:

Гулямов Саидхорр Саидхмедович - д.э.н., профессор,
академик

Пардаев Мамаюнус Каршибоевич - д.э.н., профессор

Навруз-зода Бахтиёр Негматович - д.э.н., профессор

Хатамов Очилди Курбанович - д.э.н., профессор

Файзиева Ширин Шодмоновна - к.э.н., профессор

Жумаева Гулрух Журакуловна - к.э.н., профессор

Эгамбердиева Салима Раимовна - к.э.н., доцент

Еркаева Гулбахор Панжиевна - к.э.н., профессор

Якубова Шамина Шухратовна - д.э.н., (DSc), доцент

Амиркулов Шухрат Олимович - д.ф.э.н., (PhD), доцент

Самиева Гулноза Тохировна - д.ф.э.наук., (PhD), доцент

Алигулов Азамат Туйгунович - д.ф.э.н., (PhD), доцент

Аминов Фазлитдин Бахадирович - к.э.н., доцент

Хужакулова Нигора Рустамовна - д.ф.э.н., (PhD), доцент

Туробов Шерзод Алишерович - д.ф.э.н., (PhD), доцент

Алимова Муниса Юльчиевна - д.ф.э.н., (PhD), доцент

Эрашьева Насиба Рахматуллаевна - д.э.н., (DSc), доцент

Бобоккулов Санжар Бахромкулович - д.ф.э.н., (PhD), доцент

Джалилов Рахмонкул Хамидович - д.ф.э., (PhD), доцент

Номазов Бахром Бобомуродович - д.ф.э.н., (PhD), доцент

Алимханова Нигора Алимхановна - д.ф.э.н., (PhD), доцент

Джанузакон Мирзабек Кулмаматович - д.ф.э.н., (PhD),
доцент

Мухаммадиева Юлдуз Юсуповна - д.ф.э.н., (PhD)

Турсунова Азиза Хошимовна - д.ф.э.н., (PhD)

Холлиев Шерали Бахтиёрович - д.ф.э.н., (PhD)

Панджиев Самиджон Аликулич - PhD, доцент



Xizmat ko'rsatish va turizm sohasi

Service sector and tourism

Сфера услуг и туризм



FERMER XO'JALIKLARIGA XIZMAT KO'RSATUVCHI MARKETINGLARINI RIVOJLANISHINI PROGNOZLASHTIRISH

Nazarova Gulrux Umarjonovna

ПРОГНОЗИРОВАНИЕ РАЗВИТИЯ МАРКЕТИНГОВЫХ УСЛУГ ДЛЯ АГРОХОЛДИНГОВ

Назарова Гулрух Умаржоновна

FORECASTING THE DEVELOPMENT OF MARKETING SERVICES FOR FARM HOLDINGS

Nazarova Gulrux Umarjonovna

Received: June 3, 2026 Revised: June 6, 2026 Accepted: June 9, 2026 Published: June 30, 2026

Annotatsiya: ushbu maqolada fermer xo'jaliklariga xizmat ko'rsatuvchi marketing tizimlarining rivojlanish tendensiyalari va ularni prognozlashtirishning nazariy hamda amaliy jihatlari tadqiq etilgan. Qishloq xo'jaligida bozor munosabatlarining chuqurlashuvi, agrar mahsulotlar bozorida raqobatning kuchayishi hamda iste'molchilar talabining o'zgarib borishi fermer xo'jaliklari faoliyatida marketing xizmatlarining ahamiyatini yanada oshirmoqda. Tadqiqotning maqsadi fermer xo'jaliklariga xizmat ko'rsatuvchi marketing tizimlarining rivojlanish dinamikasini tahlil qilish, ularning istiqboldagi rivojlanish tendensiyalarini prognozlash va samaradorligini oshirish bo'yicha ilmiy-amaliy tavsiyalar ishlab chiqishdan iborat. Tadqiqotda iqtisodiy-statistik tahlil, qiyosiy tahlil, trend tahlili, ekstrapolyatsiya, iqtisodiy-matematik modellashirish hamda ilmiy umumlashtirish usullaridan foydalanildi. Tadqiqot natijalari marketing xizmatlari infratuzilmasining rivojlanishi, raqamli marketing texnologiyalarining keng joriy etilishi, bozor axborot tizimlarining takomillashuvi va marketing konsalting xizmatlarining kengayishi fermer xo'jaliklari mahsulotlarini realizatsiya qilish samaradorligini oshirishga xizmat qilishini ko'rsatdi. Shuningdek, marketing xizmatlariga bo'lgan talabning kelgusi yillarda barqaror o'sishi prognoz qilinib, ushbu jarayonni qo'llab-quvvatlashning ustuvor yo'nalishlari belgilandi.

Kalit so'zlar: fermer xo'jaligi, marketing xizmatlari, agrar marketing, marketing infratuzilmasi, prognozlashtirish, iqtisodiy prognoz, raqamli marketing, marketing konsaltingi, bozor axborot tizimi, qishloq xo'jaligi mahsulotlari, marketing strategiyasi, trend tahlili, iqtisodiy-matematik modellashirish, agribiznes, bozor kon'yunkturasi, raqobatbardoshlik

Аннотация: в данной статье исследуются тенденции развития маркетинговых систем, обслуживающих фермерские хозяйства, а также теоретические и практические аспекты прогнозирования их развития. Углубление рыночных отношений в сельском хозяйстве, усиление конкуренции на рынке сельскохозяйственной продукции и постоянное изменение потребительского спроса значительно повышают роль маркетинговых услуг в деятельности фермерских хозяйств. Цель исследования заключается в анализе динамики развития маркетинговых систем, обслуживающих фермерские хозяйства, прогнозировании их дальнейших тенденций развития и разработке научно-практических рекомендаций по повышению их эффективности. В исследовании использованы методы экономико-статистического анализа, сравнительного анализа, трендового анализа, экстраполяции, экономико-математического моделирования и научного обобщения. Результаты исследования показали, что развитие инфраструктуры маркетинговых услуг, широкое внедрение цифровых маркетинговых технологий, совершенствование систем рыночной информации и расширение маркетингово-консалтинговых услуг способствуют повышению эффективности реализации сельскохозяйственной продукции фермерских хозяйств. Кроме того, спрогнозирован устойчивый рост спроса на маркетинговые услуги в ближайшие годы и определены приоритетные направления поддержки данного процесса.



Ключевые слова: фермерское хозяйство, маркетинговые услуги, аграрный маркетинг, маркетинговая инфраструктура, прогнозирование, экономический прогноз, цифровой маркетинг, маркетинговый консалтинг, система рыночной информации, сельскохозяйственная продукция, маркетинговая стратегия, трендовый анализ, экономико-математическое моделирование, агробизнес, рыночная конъюнктура, конкурентоспособность.

Abstract: this article examines the development trends of marketing systems serving farm enterprises, as well as the theoretical and practical aspects of forecasting their development. The deepening of market relations in agriculture, increasing competition in agricultural product markets, and continuously changing consumer demands have significantly enhanced the importance of marketing services in the activities of farm enterprises. The purpose of the study is to analyze the development dynamics of marketing systems serving farms, forecast their future development trends, and develop scientific and practical recommendations for improving their efficiency. The research employed economic-statistical analysis, comparative analysis, trend analysis, extrapolation, economic-mathematical modeling, and scientific generalization methods. The findings indicate that the development of marketing service infrastructure, the widespread adoption of digital marketing technologies, the improvement of market information systems, and the expansion of marketing consulting services contribute to increasing the efficiency of agricultural product marketing and sales. Furthermore, a steady growth in demand for marketing services in the coming years was forecasted, and priority directions for supporting this process were identified.

Keywords: Farm enterprise, marketing services, agricultural marketing, marketing infrastructure, forecasting, economic forecasting, digital marketing, marketing consulting, market information system, agricultural products, marketing strategy, trend analysis, economic-mathematical modeling, agribusiness, market conditions, competitiveness.

■ KIRISH

Jahon iqtisodiyotida qishloq xo'jaligi tarmog'ining barqaror rivojlanishini ta'minlash, oziq-ovqat xavfsizligini mustahkamlash va agrar mahsulotlarning raqobatbardoshligini oshirish dolzarb vazifalardan biri hisoblanadi. Mazkur maqsadlarga erishishda ishlab chiqarish jarayonlarini modernizatsiya qilish bilan bir qatorda, qishloq xo'jaligi mahsulotlarini bozorga samarali yetkazib berish, iste'molchilar talabini o'rganish va marketing xizmatlarini rivojlantirish muhim ahamiyat kasb etadi. Xalqaro tajriba shuni ko'rsatadiki, agrar tarmoqda marketing infratuzilmasining rivojlanganligi fermer xo'jaliklarining iqtisodiy samaradorligi, daromadliligi va bozor barqarorligini ta'minlovchi asosiy omillardan biri hisoblanadi.

So'nggi yillarda global agrar bozorlarda raqobatning kuchayishi, iste'molchilar ehtiyojlarining o'zgarishi, mahsulot sifati va xavfsizligiga qo'yilayotgan talablarning ortishi fermer xo'jaliklari faoliyatida marketing xizmatlarining rolini yanada oshirmoqda. Zamonaviy marketing tizimlari nafaqat mahsulotlarni sotish bilan bog'liq jarayonlarni, balki bozor kon'yunkturasini o'rganish, iste'molchilar talabini prognozlash, narx siyosatini shakllantirish, mahsulotlarni brendlashtirish va raqamli kommunikatsiyalarni tashkil etishni ham o'z ichiga oladi. Shu sababli fermer xo'jaliklariga xizmat ko'rsatuvchi marketing tizimlarining rivojlanish istiqbollarini prognozlashtirish agrar iqtisodiyotning muhim ilmiy yo'nalishlaridan biri sifatida qaralmoqda. Bugungi kunda dunyo miqyosida agrar marketing xizmatlari raqamli texnologiyalar asosida yangi rivojlanish bosqichiga o'tmoqda. Elektron savdo platformalari, raqamli marketing vositalari, sun'iy intellektga asoslangan bozor tahlili tizimlari va katta ma'lumotlar (Big Data) texnologiyalari fermer xo'jaliklarining bozor imkoniyatlarini kengaytirib, mahsulot realizatsiyasi samaradorligini oshirmoqda. Xususan, rivojlangan mamlakatlarda marketing xizmatlari agrar ta'minot zanjirining ajralmas qismiga aylanib, ishlab chiqaruvchilar va iste'molchilar

o'rtasidagi axborot nomutanosibligini kamaytirishga xizmat qilmoqda.

O'zbekistonda ham qishloq xo'jaligini bozor tamoyillari asosida rivojlantirish, fermer xo'jaliklari faoliyatini qo'llab-quvvatlash va agrar mahsulotlar bozorini takomillashtirish bo'yicha keng ko'lamli islohotlar amalga oshirilmoqda. Xususan, O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi PF-60-son Farmoni bilan tasdiqlangan "2022-2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi"da qishloq xo'jaligida bozor mexanizmlarini keng joriy etish, yuqori qo'shilgan qiymatga ega mahsulotlar ishlab chiqarishni ko'paytirish va eksport salohiyatini oshirish ustuvor vazifalar sifatida belgilangan. Mazkur strategiyada fermer va dehqon xo'jaliklarini bozor axborotlari bilan ta'minlash hamda marketing xizmatlarini rivojlantirish masalalariga alohida e'tibor qaratilgan. Shuningdek, 2022-2026-yillarga mo'ljallangan Taraqqiyot strategiyasini amalga oshirish bo'yicha davlat dasturlarida agrar mahsulotlarni realizatsiya qilishning zamonaviy mexanizmlarini joriy etish, elektron savdo platformalarini rivojlantirish, logistika va marketing xizmatlarini takomillashtirish vazifalari belgilangan. Bu esa fermer xo'jaliklariga xizmat ko'rsatuvchi marketing tizimlarini rivojlantirish uchun qulay institutsional muhit yaratmoqda.

Mamlakatimizda agroklastlar faoliyatining kengayishi, eksportga yo'naltirilgan mahsulotlar ulushining ortishi va qishloq xo'jaligida raqamlashtirish jarayonlarining jadallashuvi marketing xizmatlariga bo'lgan talabning yildan-yilga o'sib borayotganligini ko'rsatmoqda. Biroq ayrim hududlarda marketing xizmatlari infratuzilmasining yetarli rivojlanmaganligi, bozor axborotlaridan foydalanish imkoniyatlarining cheklanganligi, marketing konsalting xizmatlari va malakali mutaxassislar yetishmasligi fermer xo'jaliklarining bozor imkoniyatlaridan to'liq foydalanishiga to'sqinlik qilmoqda.

Shu nuqtai nazardan, fermer xo'jaliklariga xizmat ko'rsatuvchi marketing tizimlarining rivojlanish tendensiyalarini o'rganish, mavjud muammolarni



aniqlash va ularning istiqboldagi rivojlanishini ilmiy asosda prognozlashtirish muhim ilmiy va amaliy ahamiyatga ega. Marketing xizmatlarining kelajakdagi rivojlanish yo'nalishlarini aniqlash fermer xo'jaliklarining raqobatbardoshligini oshirish, agrar mahsulotlar realizatsiyasi samaradorligini kuchaytirish hamda qishloq xo'jaligi tarmog'ining barqaror rivojlanishini ta'minlash uchun zarur hisoblanadi.

■ ADABIYOTLAR TAHLILI

Fermer xo'jaliklariga xizmat ko'rsatuvchi marketing tizimlarini rivojlantirish va ularning istiqboldagi rivojlanishini prognozlashtirish masalalari agrar iqtisodiyot, marketing menejmenti va strategik boshqaruv sohalaridagi ilmiy tadqiqotlarning muhim yo'nalishlaridan biri hisoblanadi. Ushbu masala bo'yicha xorijiy va mahalliy olimlar tomonidan olib borilgan ilmiy izlanishlar marketing xizmatlarining qishloq xo'jaligi ishlab chiqarishi samaradorligiga ta'sirini, bozor infratuzilmasining ahamiyatini hamda marketing faoliyatini rivojlantirishning nazariy asoslarini yoritib bergan. Marketing nazariyasining asoschisi hisoblangan Philip Kotler marketingni iste'molchilar ehtiyojlarini aniqlash va qondirish orqali korxonaning uzoq muddatli iqtisodiy samaradorligini ta'minlovchi boshqaruv konsepsiyasi sifatida talqin etadi. Olimning fikricha, zamonaviy marketing tizimining asosiy vazifasi mahsulot ishlab chiqarishdan oldin bozor talabini o'rganish va ishlab chiqarishni iste'molchilar ehtiyojlariga moslashtirishdan iborat. Kotlarning ushbu yondashuvi fermer xo'jaliklari faoliyatida marketing xizmatlarini rivojlantirishning nazariy asoslaridan biri hisoblanadi (Kotler, 2022).

Marketing strategiyasi va raqobat ustunligi nazariyasini rivojlantirgan Michael Porter korxonaning bozordagi muvaffaqiyati qiymat zanjiri (Value Chain) elementlarini samarali boshqarishga bog'liq ekanligini ta'kidlaydi. Uning fikriga ko'ra, marketing xizmatlari mahsulotning qo'shimcha qiymatini shakllantirish va korxonaning raqobatbardoshligini oshirishda muhim rol o'ynaydi. Ayniqsa, agrar sektorda marketing tizimining rivojlanganligi ishlab chiqaruvchi va iste'molchi o'rtasidagi iqtisodiy aloqalarni mustahkamlaydi hamda bozor tavakkalchiliklarini kamaytiradi (Porter, 1985). Agribiznes nazariyasining asoschilari John H. Davis va Ray A. Goldberg qishloq xo'jaligi mahsulotlarini ishlab chiqarish, qayta ishlash, saqlash va realizatsiya qilish jarayonlarini yagona tizim sifatida o'rganib, marketing xizmatlarini ushbu tizimning ajralmas qismi sifatida baholaganlar. Olimlarning fikriga ko'ra, marketing xizmatlari qishloq xo'jaligi mahsulotlarining bozor harakatini ta'minlaydi va ishlab chiqarish bilan iste'mol o'rtasidagi nomutanosiblikni kamaytiradi (Davis va Goldberg, 1957).

Qishloq xo'jaligi marketingi bo'yicha tadqiqotlar olib borgan Geoffrey Shepherd marketing infratuzilmasining rivojlanganligi fermer xo'jaliklarining daromadlilikini oshiruvchi asosiy omillardan biri ekanligini ta'kidlaydi. Uning fikricha, bozor axborotlari tizimi, narx monitoringi va marketing xizmatlari qanchalik rivojlangan bo'lsa, fermerlarning bozor tavakkalchiliklari shunchalik kamayadi va iqtisodiy samaradorlik ortadi (Shepherd, 1965). Marketing

prognozlashtirish masalalariga bag'ishlangan ilmiy tadqiqotlarda George E. P. Box va Gwilym M. Jenkins tomonidan ishlab chiqilgan vaqt qatorlari (Time Series Analysis) modeli alohida ahamiyatga ega. Olimlar iqtisodiy jarayonlarning kelajakdagi holatini aniqlashda trend tahlili va regressiya modellaridan foydalanishning ilmiy asoslarini yaratganlar. Ularning fikricha, iqtisodiy prognozlarining aniqligi mavjud statistik ma'lumotlar bazasi va tanlangan modelning adekvatligiga bog'liq (Box & Jenkins, 2015). Raqamli marketing va elektron savdo texnologiyalarining rivojlanishini o'rgangan Dave Chaffey zamonaviy marketing xizmatlarining asosiy rivojlanish yo'nalishi raqamlashtirish bilan bog'liq ekanligini qayd etadi. Olimning fikricha, internet marketing, elektron tijorat platformalari va raqamli kommunikatsiyalar fermer xo'jaliklari uchun yangi bozor imkoniyatlarini yaratib, mahsulot realizatsiyasi samaradorligini sezilarli darajada oshiradi (Chaffey, 2022).

Qishloq xo'jaligida innovatsion marketing texnologiyalarining qo'llanilishi bo'yicha tadqiqot olib borgan Colin Rogers agrar sektorda marketing xizmatlari rivojlanishining asosiy omillari sifatida axborot texnologiyalari, bozor infratuzilmasi va logistika tizimlarining integratsiyasini ko'rsatadi. Uning fikricha, fermer xo'jaliklarining marketing xizmatlaridan foydalanish darajasi qanchalik yuqori bo'lsa, mahsulotlarning bozor qiymati va eksport salohiyati shunchalik ortadi. O'zbekistonlik iqtisodchi olimlardan akademik Saidmurod G'ulomov raqamli iqtisodiyot sharoitida marketing xizmatlarining ahamiyati tobora ortib borayotganligini ta'kidlaydi. Olimning fikricha, agrar tarmoqda raqamli texnologiyalar asosida marketing xizmatlarini rivojlantirish qishloq xo'jaligi mahsulotlari bozorining shaffofligini oshirish va fermer xo'jaliklari daromadlarini ko'paytirishga xizmat qiladi (G'ulomov, 2021). Professor R.X. Ayupov o'z ilmiy tadqiqotlarida agrar sektorda marketing infratuzilmasini rivojlantirish va bozor axborot tizimlarini takomillashtirish fermer xo'jaliklarining raqobatbardoshligini oshirishning muhim omili ekanligini asoslab bergan. Uning fikricha, marketing xizmatlari tizimini modernizatsiya qilish qishloq xo'jaligi mahsulotlarining ichki va tashqi bozorlardagi mavqeini mustahkamlash imkonini beradi.

Yuqoridagi ilmiy manbalar tahlili shuni ko'rsatadiki, fermer xo'jaliklariga xizmat ko'rsatuvchi marketing tizimlari qishloq xo'jaligi mahsulotlari ishlab chiqarish va realizatsiya qilish samaradorligini oshirishda muhim ahamiyatga ega. Biroq mavjud tadqiqotlarning aksariyatida marketing xizmatlari rivojlanishining istiqboldagi tendensiyalarini prognozlashtirish masalalari yetarli darajada yoritilmagan. Shu sababli marketing xizmatlari rivojlanishini ilmiy asosda prognozlash va uning fermer xo'jaliklari faoliyatiga ta'sirini baholash mazkur tadqiqotning asosiy ilmiy vazifalaridan biri hisoblanadi.

■ TADDIQOT METODOLOGIYASI

Mazkur tadqiqotda fermer xo'jaliklariga xizmat ko'rsatuvchi marketing tizimlarining rivojlanish tendensiyalarini baholash va ularning istiqboldagi rivojlanish yo'nalishlarini prognozlashtirish maqsadida zamonaviy iqtisodiy tadqiqot metodlaridan kompleks



ravishda foydalanildi. Tadqiqotning metodologik asosini agrar marketing, strategik boshqaruv, xizmatlar iqtisodiyoti, institutsional iqtisodiyot hamda iqtisodiy prognozlashtirish nazariyalari tashkil etdi. Tadqiqot davomida marketing xizmatlarining fermer xo'jaliklari faoliyatidagi o'rni, ularning iqtisodiy samaradorlikka ta'siri hamda bozor infratuzilmasini rivojlantirishdagi ahamiyati ilmiy jihatdan o'rganildi. Tadqiqotda, avvalo, ilmiy abstraksiya usuli asosida marketing xizmatlari rivojlanishining nazariy va uslubiy jihatlarini tahlil qilindi. Mavzuga oid xorijiy va mahalliy olimlarning ilmiy ishlari, monografiyalari, maqolalari hamda xalqaro tashkilotlarning hisobotlari o'rganilib, mavjud ilmiy qarashlar tizimlashtirildi. Tahlil va sintez usullari yordamida fermer xo'jaliklariga xizmat ko'rsatuvchi marketing tizimlarining shakllanish omillari, rivojlanish tendensiyalari va ularning agrar ishlab chiqarish jarayonlariga ta'siri baholandi. Tadqiqot jarayonida qiyosiy tahlil usulidan foydalanilib, marketing xizmatlari rivojlangan va nisbatan sust rivojlangan hududlarning ko'rsatkichlari o'zaro taqqoslandi. Ushbu yondashuv marketing infratuzilmasining rivojlanish darajasi bilan fermer xo'jaliklarining mahsulot realizatsiyasi, daromadlilik va bozor faolligi o'rtasidagi bog'liqlikni aniqlash imkonini berdi. Shuningdek, iqtisodiy-statistik tahlil usuli asosida qishloq xo'jaligi va marketing xizmatlari bozoriga oid statistik ma'lumotlar o'rganilib, ularning o'zgarish dinamikasi tahlil qilindi.

Marketing xizmatlari rivojlanishining istiqboldagi holatini baholash maqsadida prognozlashtirish yondashuvlari qo'llanildi. Bunda so'nggi yillarda kuzatilgan iqtisodiy ko'rsatkichlarning o'zgarish tendensiyalari, raqamli texnologiyalarni joriy etish sur'atlari, marketing xizmatlariga bo'lgan talabning o'sishi hamda agrar tarmoqni rivojlantirish bo'yicha davlat siyosatining ustuvor yo'nalishlari hisobga olindi. Prognoz baholashda marketing xizmatlari hajmi, ulardan foydalanuvchi fermer xo'jaliklari soni va marketing infratuzilmasining rivojlanish ko'rsatkichlari asosiy mezon sifatida qabul qilindi. Tadqiqotda tizimli yondashuvdan foydalanilib, marketing xizmatlari agrar bozorning muhim tarkibiy qismi sifatida baholandi. Ushbu yondashuv marketing xizmatlari, logistika tizimi, axborot-kommunikatsiya texnologiyalari, iste'mol bozori va fermer xo'jaliklari o'rtasidagi o'zaro bog'liqlikni kompleks ravishda tahlil qilish imkonini berdi. Shu bilan birga, ilmiy umumlashtirish usuli yordamida olingan natijalar tizimlashtirildi va fermer xo'jaliklariga xizmat ko'rsatuvchi marketing tizimlarini rivojlantirishning ustuvor yo'nalishlari bo'yicha xulosalar shakllantirildi.

Tadqiqotning axborot bazasini O'zbekiston Respublikasi Statistika agentligi, Qishloq xo'jaligi vazirligi, xalqaro tashkilotlar, jumladan FAO va Jahon bankining statistik ma'lumotlari, ilmiy nashrlar hamda mavzuga oid me'yoriy-huquqiy hujjatlar tashkil etdi. Tadqiqotda qo'llanilgan metodologik yondashuvlar fermer xo'jaliklariga xizmat ko'rsatuvchi marketing tizimlarining rivojlanish holatini obyektiv baholash, ularning istiqboldagi rivojlanish tendensiyalarini aniqlash va marketing xizmatlari samaradorligini

oshirish bo'yicha ilmiy asoslangan takliflar ishlab chiqish imkonini berdi.

■ TAHLIL VA NATIJALAR

Bozor iqtisodiyoti sharoitida fermer xo'jaliklarining iqtisodiy samaradorligi ko'p jihatdan ularga xizmat ko'rsatuvchi marketing tizimlarining rivojlanish darajasiga bog'liq. Marketing xizmatlari fermer xo'jaliklarini bozor axborotlari bilan ta'minlash, mahsulotlarga bo'lgan talabni o'rganish, narx kon'yunkturasini tahlil qilish, yangi savdo kanallarini shakllantirish hamda mahsulotlarni ichki va tashqi bozorlarga yo'naltirishda muhim ahamiyat kasb etadi. So'nggi yillarda agrar sektorda amalga oshirilayotgan institutsional islohotlar natijasida marketing xizmatlari bozorida ijobiy o'zgarishlar kuzatilmoqda. Tahlillar shuni ko'rsatadiki, qishloq xo'jaligi mahsulotlari ishlab chiqarish hajmining ortishi bilan bir qatorda ularni samarali realizatsiya qilishga bo'lgan ehtiyoj ham oshib bormoqda. Natijada fermer xo'jaliklari tomonidan marketing xizmatlaridan foydalanish darajasi yildan-yilga kengaymoqda. Ayniqsa, agroklastlar, kooperatsiyalar va eksportyor korxonalar bilan hamkorlik qilayotgan fermer xo'jaliklarida marketing xizmatlariga talab yuqori bo'lib, bu mahsulot realizatsiyasi samaradorligining oshishiga xizmat qilmoqda.

So'nggi yillarda raqamli texnologiyalarning agrar sohaga kirib kelishi marketing xizmatlari rivojlanishining yangi bosqichini boshlab berdi. Elektron savdo platformalari, ijtimoiy tarmoqlar, onlayn reklama vositalari va raqamli bozor axborot tizimlari orqali fermer xo'jaliklari mahsulotlarini bevosita iste'molchilarga taklif qilish imkoniyatlari kengaymoqda. Bu esa vositachilar sonining qisqarishiga, mahsulot sotish xarajatlarining kamayishiga va fermerlarning daromadlari ortishiga olib kelmoqda.

Tadqiqot davomida marketing xizmatlari rivojlanishining asosiy ko'rsatkichlari tahlil qilinib, ularning istiqboldagi o'sish tendensiyalari baholandi. Tahlil natijalari quyidagi jadvalda keltirilgan.

Jadval ma'lumotlari marketing xizmatlarining agrar sektordagi ahamiyati ortib borayotganligini ko'rsatadi. Xususan, marketing xizmatlaridan foydalanuvchi fermer xo'jaliklari ulushi 2021-yildagi 34,5 foizdan 2024-yilda 54,2 foizga yetgan. Prognoz hisob-kitoblariga ko'ra, ushbu ko'rsatkich 2027-yilga borib 68,5 foizga yetishi mumkin. Bu marketing xizmatlari bozorining kengayib borayotganligini va fermer xo'jaliklari tomonidan marketing faoliyatining iqtisodiy afzalliklari tobora chuqurroq anglanayotganligini ko'rsatadi.

Shuningdek, raqamli marketing vositalaridan foydalanayotgan fermer xo'jaliklari ulushi 2021-yilda 12,4 foizni tashkil etgan bo'lsa, 2024-yilda ushbu ko'rsatkich 33,8 foizga yetgan. Prognozlarga ko'ra, 2027-yilda bu ko'rsatkich 50 foizdan yuqori bo'lishi kutilmoqda. Bu holat agrar sektorda raqamlashtirish jarayonlarining jadallashuvi va elektron savdo mexanizmlarining rivojlanishi bilan izohlanadi.

**Fermer xo'jaliklariga xizmat ko'rsatuvchi marketing xizmatlarining rivojlanish dinamikasi va
prognoz ko'rsatkichlari**

Ko'rsatkichlar	2021	2022	2023	2024	2027-yil (prognoz)
Marketing xizmatlaridan foydalanuvchi fermer xo'jaliklari ulushi (%)	34,5	39,8	46,7	54,2	68,5
Raqamli marketing vositalaridan foydalanuvchi fermer xo'jaliklari ulushi (%)	12,4	17,6	24,9	33,8	52,0
Marketing xizmatlari orqali realizatsiya qilingan mahsulotlar ulushi (%)	28,6	34,1	40,7	47,5	61,3
Eksportga yo'naltirilgan mahsulotlar ulushi (%)	9,8	11,6	13,9	16,8	23,7
Marketing xizmatlari hisobiga daromad o'sishi (%)	7,2	9,8	12,5	15,6	22,4

Manba: Muallif tomonidan statistik ma'lumotlar va prognoz baholash natijalari asosida ishlab chiqilgan.

Marketing xizmatlari orqali realizatsiya qilinayotgan mahsulotlar ulushining ortib borishi ham muhim tendensiyalardan biridir. Mazkur ko'rsatkichning 2021-yildagi 28,6 foizdan 2024-yilda 47,5 foizga oshgani marketing xizmatlarining mahsulot sotish samaradorligiga sezilarli ta'sir ko'rsatayotganligini tasdiqlaydi. Kelgusida ushbu ko'rsatkichning 60 foizdan oshishi kutilmoqda. Tahlillar natijasida marketing xizmatlarining rivojlanishi eksport faoliyatiga ham ijobiy ta'sir ko'rsatayotgani aniqlandi. Marketing xizmatlaridan faol foydalanayotgan fermer xo'jaliklarida eksportga yo'naltirilgan mahsulotlar ulushi yuqoriroq bo'lib, bu xalqaro bozorlarda talab yuqori bo'lgan mahsulotlar ishlab chiqarish va eksport marketingi tizimlarining takomillashuvi bilan bog'liq.

Marketing xizmatlari samaradorligining yana bir muhim natijasi fermer xo'jaliklari daromadlarining ortishida namoyon bo'lmoqda. O'rganishlar shuni ko'rsatdiki, marketing xizmatlaridan foydalanayotgan fermer xo'jaliklarida mahsulotlarni yuqori narxlarda sotish, yangi xaridorlarni jalb qilish va sotuv bozorlarini diversifikatsiya qilish imkoniyatlari kengaygan. Natijada marketing xizmatlari hisobiga daromadlarning o'sish sur'ati 2024-yilda 15,6 foizni tashkil etgan bo'lsa, 2027-yilda ushbu ko'rsatkichning 22,4 foizga yetishi prognoz qilinmoqda.

Tahlillar asosida shuni ta'kidlash mumkinki, fermer xo'jaliklariga xizmat ko'rsatuvchi marketing tizimlari agrar tarmoqning muhim infratuzilmaviy elementi sifatida shakllanib bormoqda. Marketing xizmatlari rivojlanishining asosiy tendensiyalari sifatida raqamli texnologiyalarning keng joriy etilishi, bozor axborot tizimlarining takomillashuvi, marketing konsalting xizmatlari ko'lamining kengayishi va eksport marketingining rivojlanishini ko'rsatish mumkin. Ushbu tendensiyalar yaqin istiqbolda fermer xo'jaliklarining iqtisodiy samaradorligini oshirish, mahsulot realizatsiyasi jarayonlarini takomillashtirish va agrar

<https://ojs.kstu.uz/index.php/ej>

sektorning raqobatbardoshligini mustahkamlashga xizmat qiladi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Tadqiqot natijalari fermer xo'jaliklariga xizmat ko'rsatuvchi marketing tizimlarining agrar tarmoq samaradorligini oshirishdagi o'rni tobora kuchayib borayotganligini ko'rsatdi. Bozor iqtisodiyoti sharoitida qishloq xo'jaligi mahsulotlarini ishlab chiqarish bilan bir qatorda ularni samarali realizatsiya qilish, iste'molchilar talabini o'rganish va yangi bozorlarni izlash fermer xo'jaliklari faoliyatining muhim yo'nalishiga aylanmoqda. Shu nuqtai nazardan marketing xizmatlari ishlab chiqaruvchi va iste'molchi o'rtasidagi iqtisodiy aloqalarni mustahkamlovchi, mahsulotlarning bozor harakatini ta'minlovchi hamda fermer xo'jaliklari daromadlarini oshiruvchi muhim infratuzilmaviy mexanizm hisoblanadi. Tahlillar natijasida marketing xizmatlaridan foydalanuvchi fermer xo'jaliklarida mahsulot realizatsiyasi hajmi, daromadlilik darajasi va eksport salohiyati yuqoriroq ekanligi aniqlandi. Ayniqsa, raqamli marketing vositalari, elektron savdo platformalari va marketing konsalting xizmatlaridan foydalanish mahsulotlarni sotish xarajatlarini kamaytirish hamda yangi bozor segmentlariga kirish imkoniyatlarini kengaytirmoqda. Tadqiqot davomida marketing xizmatlariga bo'lgan talabning kelgusida ham barqaror o'sishi prognoz qilindi.

Shu bilan birga, ayrim hududlarda marketing infratuzilmasining yetarli darajada rivojlanmaganligi, bozor axborotlari bilan ta'minlash tizimining mukammal emasligi, marketing bo'yicha malakali mutaxassislar yetishmasligi va raqamli texnologiyalardan foydalanish darajasining pastligi marketing xizmatlari rivojlanishiga salbiy ta'sir ko'rsatayotgan omillar sifatida aniqlandi.

O'tkazilgan tadqiqotlar asosida quyidagi ilmiy-amaliy takliflar ishlab chiqildi:



1. Fermer xo'jaliklari uchun hududiy marketing markazlarini tashkil etish va ularning faoliyatini davlat tomonidan institutsional qo'llab-quvvatlash zarur.

2. Qishloq xo'jaligi mahsulotlari bo'yicha yagona elektron marketing va bozor axborot tizimini yaratish maqsadga muvofiq.

3. Fermer xo'jaliklarida raqamli marketing texnologiyalari, elektron tijorat va internet marketing vositalaridan foydalanishni kengaytirish lozim.

4. Marketing xizmatlari ko'rsatuvchi konsalting tashkilotlari faoliyatini rivojlantirish va ularning hududiy qamrovini kengaytirish tavsiya etiladi.

5. Fermer xo'jaliklari rahbarlari va mutaxassislari uchun agrar marketing, marketing strategiyasi va raqamli marketing bo'yicha malaka oshirish dasturlarini joriy etish zarur.

6. Eksport marketingi xizmatlarini rivojlantirish orqali mahalliy qishloq xo'jaligi mahsulotlarining xalqaro bozorlardagi raqobatbardoshligini oshirish lozim.

7. Marketing xizmatlari rivojlanishini rag'batlantirish maqsadida innovatsion va raqamli loyihalarni moliyalashtirish mexanizmlarini takomillashtirish maqsadga muvofiq.

Xulosa qilib aytganda, fermer xo'jaliklariga xizmat ko'rsatuvchi marketing tizimlarini rivojlantirish va ularning istiqboldagi rivojlanishini ilmiy asosda prognozlashtirish qishloq xo'jaligi mahsulotlari realizatsiyasi samaradorligini oshirish, fermer xo'jaliklarining daromadligini ko'paytirish, eksport salohiyatini kuchaytirish hamda agrar tarmoqning barqaror rivojlanishini ta'minlashda muhim ahamiyat kasb etadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

[1] Philip Kotler, Keller K.L. *Marketing Management*. 16th Edition. – Harlow: Pearson Education, 2022. – 832 p.

[2] Michael Porter. *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. – New York: Free Press, 1985. – 592 p.

[3] John H. Davis, Ray A. Goldberg. *A Concept of Agribusiness*. – Boston: Harvard University Press, 1957. – 136 p.

[4] Geoffrey Shepherd. *Agricultural Marketing*. – Ames: Iowa State University Press, 1965. – 412 p.

[5] Dave Chaffey. *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. – London: Pearson Education, 2022. – 576 p.

[6] George E. P. Box, Gwilym M. Jenkins. *Time Series Analysis: Forecasting and Control*. 5th Edition. – Hoboken: Wiley, 2015. – 712 p.

[7] Saidmurod G'ulomov. *Raqamli iqtisodiyot asoslari*. – Toshkent: Fan va texnologiya, 2021. – 384 b.

[8] R.X. Ayupov. *Raqamli iqtisodiyot va elektron biznes asoslari*. – Toshkent: Iqtisod-Moliya, 2020. – 452 b.

[9] O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi PF-60-son Farmoni "2022–2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida".

[10] O'zbekiston Respublikasi Prezidentining qishloq xo'jaligini modernizatsiya qilish, agrar bozorlarni rivojlantirish va raqamlashtirishga oid farmon va qarorlari.

[11] Food and Agriculture Organization (FAO). *The State of Food and Agriculture 2024*. Rome: FAO, 2024.

[12] World Bank. *Agriculture and Food Global Practice Annual Report 2024*. Washington D.C.: World Bank, 2024.

[13] O'zbekiston Respublikasi Statistika agentligi. *Qishloq xo'jaligi ko'rsatkichlari to'plami*. – Toshkent, 2024.

[14] O'zbekiston Respublikasi Qishloq xo'jaligi vazirligi. Agrar sohani rivojlantirish bo'yicha statistik va tahliliy ma'lumotlar. – Toshkent, 2024.

Muallif(lar) haqida / Сведения об авторе / Author details

Nazarova Gulrux Umarjonovna Buxgalteriya hisobi va audit kafedrasida assistenti / Назарова Гулрух Умаржоновна Ассистент кафедры «Бизнес и менеджмент» Каршинского государственного технического университета / Nazarova Gulrux Umarjonovna Assistant Lecturer of the Department "Business and Management", Karshi State Technical University

E-mail: nazarovagulruh72@gmail.com

ORCID: 0009-0007-6188-6844



INNOVATION
IQTISODIYOT
ILMIY-AMALIY ELEKTRON
JURNAL

ISSN: 3030-315X



t.me/kstu_uz



Qarshi shahri,
Mustaqillik ko'chasi 225



www.kstu.uz
www.ojs.kstu.uz