



ISSN 2091-5187

СЕРВИС

ИЛМИЙ-АМАЛИЙ
ЖУРНАЛ

2023
3-сон



СЕРВИС

ИЛМИЙ-АМАЛИЙ ЖУРНАЛ 2023 йил, 3-сон

Муассис: Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти

Ўзбекистон Матбуот ва ахборот агентлиги томонидан 2008 йил 31 декабрда
0561-рақам билан рўйхатга олинган.

ЎЗР ОАК Риёсатининг 19.03.2017 й., 239/5-сонли қарори билан эътироф этилган

**Таҳририят ижодий
жамоаси:**

Бош муҳаррир:
и.ф.д. **М.Э.Пўлатов**

**Бош муҳаррир
ўринбосари:**
профессор **Д.Х.Асланова**

Масъул котиб:
профессор **М.Қ.Пардаев**

Муҳаррирлар:
Ф.А.Сафаров
Ш.З.Ўрозов

Техник муҳаррир:
А.Н.Холиқулов

Корректор:
С.А.Бабаназарова

Саҳифаловчи:
Ҳ.Н.Очилова

1 йилда 4 мартаба
чоп этилади.

**Ўзбекистон худудида
тарқатилади.**

Таҳририят манзили:
140100, Самарқанд шаҳар,
Амир Темур кўчаси, 9-уй,

тел.: +998(66)233-28-38,
+998(66)233-17-88

факс: +998(366)231-12-53
эл.почта:

samisiservis@inbox.uz

Таҳририят кенгаши раиси:

М.Э.Пўлатов – Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти
ректори, иқтисод фанлари доктори, профессор

Таҳририят кенгаши раиси ўринбосари:

Д.Х.Асланова – СамИСИ илмий ишлар ва инновациялар
бўйича проректори, иқтисод фанлари номзоди, профессор

Таҳрир кенгаши аъзолари:

Б.А.Бегалов – Ўзбекистон Республикаси Давлат Статис-
тика қўмитаси раиси, иқтисод фанлари доктори, профессор

М.Қ.Пардаев – СамИСИ профессори, и.ф.д.

Б.К.Ғоибназаров – иқтисод фанлари доктори, профессор.

Д.Р.Зайналов – СамИСИ каф.мудир, профессор, и.ф.д.

О.М.Муртазаев – ТДИУ Самарқанд филиали директори,
иқтисод фанлари доктори, профессор

М.Р.Болтабаев – Ўзбекистон Давлат жисмоний тарбия ва
спорт университети ректори, иқтисод фанлари доктори

Р.Х.Эргашев – ҚарМИИ профессори, и.ф.д.

И.С.Тўхлиев – СамИСИ профессори, и.ф.д.

М.М.Мухаммедов – СамИСИ профессори, и.ф.д.

К.Б.Уразов – СамИСИ профессори, и.ф.д.

Қ.Ж.Мирзаев – СамИСИ каф. мудир, и.ф.д., профессор

Б.И.Исроилов – ТДИУ профессори, и.ф.д.

Г.М.Шодиева – СамИСИ профессори в.б., и.ф.д.

Б.Абдукаримов – СамИСИ профессори, и.ф.н.

Р.Қобилов – Самарқанд вилояти ҳокими ўринбосари

С.Н.Тошназаров – СамИСИ кафедра мудир, и.ф.д.

Р.Н.Нормахматов – СамИСИ профессори, т.ф.д.

О.М.Пардаев – СамИСИ декани, и.ф.д.

М.Т.Алимова – СамИСИ профессори, и.ф.д.

З.Дж. Адилова – ТДИУ профессори, и.ф.д.

Ш.О.Қувондиқов – СамИСИ доценти, и.ф.д.

МУНДАРИЖА

НАЗАРИЯ ВА МЕТОДОЛОГИЯ	
Мамаюнус Қаршибаевич Пардаев, Мурод Муҳаммедович Муҳаммедов Иқтисодиёт – инсоннинг юксак тафаккур маҳсули	5
Umar Xudayberdiyev, Sevara Abdinazarovna Babanazarova Aholi daromadlari va ularni ko‘paytirish yo‘llari.	11
Shao Junling Analysis of the role of institutional frameworks in promoting the qualitative development of the economy of the region " Belt and Road"	14
Kudratjon Bakhtiyorovich Dilmanov Characteristics of human power	17
Bekjon Shukurillayevich Musayev Oliy ta‘lim xizmatlarini targ‘ib qilishning nazariy asoslari	21
Ашур Али Рустам ўғли Латипов Маҳаллада янги иш ўринларини яратиш ва бандликни оширишдаги қулайликлар ва имкониятлар	27
ИННОВАЦИЯ ВА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТ	
Тимур Ибодуллаевич Ибрагимов Инновацион товарларни бозорда силжитишнинг ўзига хос жиҳатлари	33
Шохрухбек Жаҳонгирович Расулов Развитие нового содержания финансов в условиях инновационного развития экономики	36
САНОАТ ВА ҚИШЛОҚ ХҲЖАЛИГИ	
Отабек Джурабаевич Джурабаев Определение направлений оптимизации операционной стратегии и повышения экономического потенциала хлопково-текстильных кластеров	42
Умар Худайбердиев, Нилуфар Зиябаевна Юлдашова Ўзбекистонда чорвачилик маҳсулотларини етиштиришдаги муаммолар	46
Жамолиддин Ярашевич Нуриллаев Влияние экономической либерализации на производство и эффективность продукции в мировом овцеводстве и каракулеводстве	49
Лариса Алишеровна Мусабаева B2B маҳсулотларининг мижозлар капиталини таркибий-функционал таҳлил қилиш амалиёти	53
ХИЗМАТ КўРСАТИШ ВА СЕРВИС	
Shoxista Abdugapparovna Mamasoliyeva Tibbiy xizmatlar ko‘rsatuvchi muassasalar boshqarish tizimini samaradorligini oshirishni iqtisodiy mexanizmlari tahlili	58
Машхур Исмоналиевич Акбаров, Кудрат Шухратович Искандаров Темирўл транспортида йўловчи ташиш сервис хизматларини баҳолаш ва такомиллаштириш йўллари	64
Мурод Максудович Паязов Темир йўл транспорти хизматлар тизимидаги бошқарув механизмининг моҳияти ва ривожлантириш методологияси	70
Зарина Муродовна Муҳаммедова Хизматлар соҳасининг тармоқлар бўйича таркибий тузилишини такомиллаштириш асосида инвестицион ресурслар самарадорлигини ошириш	76

2. FAO. (2018). The State of Food and Agriculture 2018: Migration, agriculture and rural development. Rome: Food and Agriculture Organization of the United Nations.
3. Gao, G. (2016). Economic liberalization and structural change in China’s livestock industry. China Agricultural Economic Review, 8(3), 475-489.
4. Roe, T. L., & Sheldon, I. M. (2017). Agricultural policy in perspective: Recent developments and future prospects. Oxford Review of Economic Policy, 33(4), 559-579.
5. Литовченко, Г.Р. Овцеводство: Т. 1. / Г.Р. Литовченко, П.А. Есаулов. - Москва: Колос, 1972.-607 с.
6. Фармонов Т.Х. Фермер хўжаликларини ривожлантириш истиқболлари. – Тошкент: Янги аср авлоди, 2004. – 30 б.
7. Чориев Қ.А. Қишлоқ хўжалигини инновациялар асосида модернизациялаш самарадорлигини ошириш бўйича услубий тавсиялар. - Тошкент, 2013.
8. Н.Хушматов, С Абдуллаева, Материалы конференции Актуальные вопросы развития аграрной науки в современных экономических условиях 2015, 81-83 стр

<p>Ж.Нуриллаев</p> <p>Жаҳонда қўйчилик ва қорақўлчилик тармоқларида иқтисодий тармоқларнинг либераллаштиришнинг маҳсулот ишлаб чиқариш ва самарадорлигига таъсири</p> <p>Аннотация: Ушбу мақолада қўйчилик давлатларда қорақўлчилик тармоғини либераллаштириш жараёнининг маҳсулот ишлаб чиқариш ва тармоқ самарадорлигига таъсирини ўрганилган. Унда либераллаштиришнинг афзалликлари ва камчиликлари ҳамда унинг фермерлар, истеъмолчилар ва ҳукумат каби турли манфаатдор томонларга қандай таъсир этиши таҳлил қилинади. Мақолада либераллаштиришдан келиб чиқадиган баъзи муаммолар ва уларни қандай ҳал қилиш мумкинлиги ҳам кўриб чиқилади.</p> <p>Калит сўзлар: либераллаштириш, қўйчилик, қорақўлчилик, субсидия, самарадорлик, давлат аралашувини камайиштириш, бозор муносабатлари, маркетинг.</p>	<p>J.Nurillaev</p> <p>Impact of economic liberalization on production and product efficiency in the world sheep and karakul breeding</p> <p>Abstract: This article examines the impact of the process of liberalization of sheep production in many countries, especially on the productivity and efficiency of the sector. It analyzes the advantages and disadvantages of liberalization and how it affects various stakeholders such as farmers, consumers and government. The article also discusses some of the problems that arise as a result of liberalization and ways to solve them.</p> <p>Keywords: liberalization, sheep breeding, cattle breeding, subsidizing, efficiency, reduction of state interference, market relations, marketing.</p>
---	---

Лариса Алишеровна Мусабаева – СамИСИ, “Иқтисодий таҳлил ва статистика” кафедраси ўқитувчиси

В2В МАҲСУЛОТЛАРИНИНГ МИЖОЗЛАР КАПИТАЛИНИ ТАРКИБИЙ-ФУНКЦИОНАЛ ТАҲЛИЛ ҚИЛИШ АМАЛИЁТИ

<p>Аннотация. Мақолада замонавий ташкилотнинг самарали фаолият олиб бориши ва унинг ривожланишини таъминлашда “мижоз капитали” муҳим категория эканлиги асосланган. Мижозлар билан узок муддатли, мустаҳкам муносабатларни шакллантириш энг муҳим стратегик вазифалардан бири эканлиги ва ушбу муаммони ҳал қилиш учун мижоз капиталини ҳисобга олиш ва баҳолашнинг самарали тизимини такомиллаштиришнинг мумкин бўлган йўналишлари кўриб чиқилади.</p> <p>Калит сўзлар: компаниянинг бозор қиймати, интеллектуал, таркибий ва инсон капитали, мижозлар капитали, мижозлар билан муносабатлар, номоддий активлар, мижознинг даромадлиги, қиймат капиталлари, бренд, муносабатлар, маҳсулотларнинг истеъмол қиймати, мижозларнинг содиқлиги ва хабардорлиги, бренд.</p>
--

Кириш. Компаниянинг активлари таркибида капиталнинг мижозлар билан муносабатлари, ходимларнинг лаёқатлари, корпоратив билимлари, янги технологиялар каби номоддий шакллари алоҳида рол ўйнайди. Пул оқимининг катта қисми мижозларнинг тўловларидан келиб чиқади, шунинг учун стратегик мижозлар билан индивидуал муносабатларни ўрнатиш (мижоз капиталини бошқариш) саноат компанияси учун рақобатдош устунлиқнинг

муҳим манбаи ҳисобланади. Мижоз капитали деганда мижозлар базасининг узок муддатда қиймат яратиш қобилияти тушунилади, яъни пул оқимларининг барқарорлиги, давомийлиги, доимийлиги ва юқори ҳажмини таъминлаш назарда тутилади [2].

Мавзуга оид адабиётлар таҳлили. Тадқиқотда маҳаллий ва хорижий олимларнинг мижоз капитали назарияси, уни сифат ва миқдорий баҳолаш, мижоз капиталини шакллантириш ва ривожлантириш жараёнларини бошқариш соҳасидаги ишлари, даврий нашрларда ўрганилаётган муаммо бўйича нашрлар, халқаро ва республика, халқаро илмий-амалий конференциялар, семинарлар ва бошқа материаллар ташкил этди.

Мижоз капитали назариясининг ривожланишига Ч. Амстронг, Р. Блэттберг, Дж. Вилануевал, Г. Гетц, С. Гупта, Ф. Котлер, Д. Лемон, К. К. Прахалад, Э. Пэйн, Р. Руст, Й. Руус, Х. Сент-Онж, Ж. Томас, В. Цайтхмал, Д. Ханссенс, Л. Эдвинсон, К. Ж. Келлер, Ф. Котлер, П. Криг, К. Кленси, К. Ловелок, Ж.-Ж. Ламбен, К. Лимон, Е. Пейне каби хорижий олимлар салмоқли ҳисса қўшдилар.

Маҳаллий илмий адабиётларда мижоз капитали назариясини ривожлантириш муаммолари етарли даражада ўрганилмаган. Ушбу туркум интеллектуал капитал назарияси доирасида М.М. Мухаммедов, М.Қ. Пардаев, Ж.Р.Зайналов, М.Т. Алимова, И.Х. Ибрагимов, М.Л.Шарипов каби олимлар томонидан кўриб чиқилган.

Тадқиқот методологияси. Тадқиқот жараёнида илмий абстракция, таҳлил ва синтез, тарихий ва мантикий, таққослаш ва умумлаштириш, тизим ва таркибий таҳлил, шунингдек статистик, иқтисодий ва математик, социологик, маркетинг тадқиқотлари (эксперт баҳолаш, кузатиш, сўров, анкета) усуллари каби умумий илмий ва махсус усуллардан фойдаланилди.

Таҳлил ва натижалар. Мижоз капитали интеллектуал капиталнинг таркибий элементи сифатида мажбуриятлар активлари билан бир қаторда қуйидаги факт билан изоҳланади. Масалан, бухгалтерия ҳисоби учун “капитал” категорияси соф активлар деб аталадиган барча мажбуриятлари чегириб ташланганидан кейин ташкилот активларининг қолдиқ улуши сифатида талқин этилади. Шунинг учун интеллектуал капитал деганда қарама-қарши белги билан, яъни салбий қиймат билан олинган активлар ва мажбуриятлар тўплами тушунилиши керак.

Ушбу йўналишдаги илмий тадқиқотлар натижаси сифатида “мижоз капитали” тушунчаси 1993 йилда Герберт Сент-Онж томонидан илмий муомалага киритилган[7].

Компания маҳсулотларининг ишончилиги, хавфсизлиги ва юқори сифати саноат корхонаси томонидан мижозларга тақдим этиладиган асосий қийматдир. Қийматларни яратиш, шунингдек, харидорлар учун бозор томонидан талаб қилинадиган маҳсулотларнинг кенг ассортиментини чиқариш орқали амалга оширилади.

“Uztelmash” ОАЖнинг маҳсулотлари давлат мижозлари ва хусусий мижозлар учун катта аҳамиятга эга. Компаниянинг маҳсулот портфелида учта асосий маҳсулот гуруҳида тақдим этиладиган 100 дан ортиқ маҳсулот номлари мавжуд: электр двигателлари билан бирга ярим ўтказгичли қурилмалар, электр ускуналари ва мосламалар, ёритиш техник маҳсулотлари ва ҳоказолар.

АБС таҳлили ёрдамида биз “UZTELMASH” ОАЖнинг энг фойдали ва тежамкор маҳсулотларини аниқладик. АБС таҳлилининг натижалари 1-жадвалда келтирилган.

1-жадвал

“UZTELMASH” ОАЖ маҳсулотларининг АБС таҳлили

т/р	Маҳсулот номи	Маҳсулот со-тишдан тушум, млн. сўм	Маҳсулотнинг тушумдаги улуши, %	Маҳсулот улушининг ўсиши,%	АБС гуруҳлари
1	Электродвигатель тельфер учун КГ2011-6, г/п 3,2 т	309 170	27,18	27,18	А
2	Узлуксиз таъминловчи агрегатлар	107 690	9,47	36,65	А
3	Тяговые электродвигатели	89 270	7,85	44,5	А

	сери ДТРН				
4	Шахта электровозлари учун 4, 7, 10, 14тонн,	87 920	7,73	52,23	A
5	Электродвигателлар учун стабилизаторлар	86 980	7,65	59,88	A
6	Ёнғинга чидамли ДРТВ серияли аккумуляторли шахта 4, 5, 7, 8 тонналик электровозлари учун	78 520	6,9	66,78	A
7	Пайвандловчи жиҳозлар учун трансформаторлар	62 130	5,46	72,24	A
8	Станоклар учун электродвигателлар	57 990	5,1	77,34	A
9	Асинхрон электродвигатель АИР90L-4 2.2кВт 1500об/мин	54 810	4,82	82,16	B
10	Асинхрон электродвигатель АИР250S-4 75кВт 1500об/мин	39 010	3,43	85,59	B
11	Асинхрон электродвигатель АИР315 S6 110кВт 1000об/мин	37 280	3,28	88,87	B
12	Асинхрон электродвигатель АИР100 L8 1.5кВт 750об/мин	28 760	2,53	91,4	B
13	Токар станоклари учун электродвигателлар	24 850	2,18	93,58	B
14	Асинхрон электродвигатель АИР132 S6 5.5кВт 1000об/мин	24 380	2,14	95,72	B
15	Асинхрон электродвигатель АИР225M-4 55кВт 1500об/мин	12 430	1,09	96,81	C
16	Электродвигатель 0,37 квт, тормозли	12 430	1,09	97,9	C
17	Асинхрон электродвигатель АИР355 МА8 200кВт 750об/мин	12 430	1,09	98,99	C
18	Уй-жой хўжаликлари учун сув насослари	6 030	0,53	99,52	C
19	Асинхрон электродвигатель АИР160S-4 15кВт 1500об/мин	2 390	0,21	99,73	C
20	Асинхрон электродвигатель АИР80B-4 1.5кВт 1500об/мин	2 400	0,21	99,94	C
21	Асинхрон электродвигатель АИР63 А4 0.25кВт 1500об/мин	570	0,05	100	C

Изоҳ: жадвалда келтирилган маълумотлар “UZTELMASH” ОАЖнинг очиқ интернет тақдимотларидан олинди.

Жадвалдан маълум бўлишича, А маҳсулотлар гуруҳига ОАЖнинг жами маҳсулотлар ассортиментидаги улуши 38,1% ни ташкил этган. Жами тушумнинг 77,34% тўғри келади.

Жами ассортимент таркибида В гуруҳ маҳсулотлари- 28,57% ни, тушум таркибида эса 18,38%ни ташкил этган. С гуруҳ маҳсулотлар гуруҳи - 33,33% ни, жами тушумдаги улуши - 4,28%ни ташкил этмоқда.

Яна бир муҳим капитал қиймати - бу нарх-компаниянинг рақобатбардошлигининг асосий омили. Бу миқозлар учун маҳсулотларнинг жозибадорлиги ва мавжудлигига таъсир қилади. “UZTELMASH” ОАЖ нархлари миллий ва жаҳон бозорларида рақобатбардошдир. Бироқ, уларнинг корхонада ташкил этилиши асосий воситаларнинг юқори даражада эскириши, Осиё мамлакатлари ишлаб чиқарувчиларига нисбатан ишлаб чиқариш ходимлари учун юқори меҳнат харажатлари, маҳаллий ишлаб чиқаришнинг юқори сифатли материалларнинг етишмаслиги, юқори қўшимча харажатлар билан мураккаблашмоқда.

“Uzelmash” ОАЖ капитал қийматидаги асосий улуш ишлаб чиқарилган электротехника маҳсулотларининг истеъмол қиймати, ноёб ассортимент, шунингдек инновацион маҳсулотларнинг юқори улушидир (26,6%). Таҳлиллар истеъмолчилари корхона маҳсулотлари нархига “бефарк”лигини кўрсатмоқда, уларни етказиб берувчи томонидан тақдим этиладиган хизматлар тўплами кўпроқ қизиқтиради, шунинг учун нарх омили “Uzelmash” ОАЖ қийматини капитал шакллантириш жараёнларига унчалик таъсир қилмайди. Компанияда хизмат кўрсатиш хизматлари кам ривожланган. Шу муносабат билан қиймат капиталининг ушбу компоненти унинг таркибида кичик улушни эгаллайди.

Компания миқоз капиталининг иккинчи компоненти компаниядаги бренд капиталидир. Унга корхона бренди, миқозларнинг бу ҳақда хабардорлиги, уларнинг бренд билан алоқалари, унга содиқлик, компаниянинг корпоратив идентификатори элементлари киради. Компания брендининг мустаҳкамлигини баҳолаш учун компания хусусида хабардорлиги, брендни визуал тасвирлаш шакллари (корпоратив идентификация элементлари), бренд ассоциативлиги, брендга содиқлик каби таркибий қисмларини ўрганиш керак.

Компаниянинг корпоратив идентификатори (логотип, корпоратив ранглар, корпоратив услубдаги сувенирлар), ОАЖнинг визуал элементларини миқозлар томонидан ҳиссий идрок этиш каби элементларнинг мавжудлиги қўшимча фойда келтирадиган компания брендини унинг активи сифатида аниқлашга имкон беради.

“Ташселмаш” логотипи унга боғлиқ ташкилотларнинг ассоциацияси ярим асрдан кўп давр давомида мустаҳкам шаклланганлиги истеъмол бозорида тармоқда кириб келаётган рақобатчиларга нисбатан устунлик бериши муқаррардир.

2-жадвал

“UZTELMASH” ОАЖ миқозлар базасининг “миқозлар содиқлиги ва уларнинг истеъмол салоҳиятига кўра” таркибий тузилиши

Миқозлар хайрхоҳлик даражаси	Миқозларнинг потенциал эҳтиёжи		
	А	В	С
1 max	2%/40%	7%/9%	10%/7%
2	5%/10%	8%/11%	13%/6%
3 min	6%/8%	15/5	34%/4%

Агар корхона томонидан ишлаб чиқариладиган маҳсулот истеъмол бозорлари сегментларига эътибор берадиган бўлсак, булар асосан кенг истеъмол бозори билан бир қаторда Б2Б ҳамда Б2Д секторлари бўлиб, уларнинг улуши кейинги йилларда ўсиш тенденцияси кузатилмоқда.

Хулосалар ва таклифлар. Миқоз капитали миқдори Б2Б бозорларида фаолият юритувчи компанияларнинг рақобатдош устунлиги ва унинг муҳим активлари ўсишининг асосий манбаларидан биридир. Ўрганилган муайян маҳаллий саноат корхонасининг миқозлар капитали доирасида таҳлиллар натижасида қуйидагиларни хулоса қилиш мумкин:

1. Миқозларнинг қиймати компания ва унинг миқозлари ўртасида қийматлар алмашинуви натижасида барқарор ва узоқ муддатли муносабатларни ўрнатишга қаратилган тизим яратиш;

2. Миқоз капиталининг қиймат капитали, товар капитали, муносабатлар капитали каби саноат компаниясининг миқоз капитали миқдорига таъсир қилувчи омилларнинг

таркибий қисмларини қатъий белгилаш;

3. Ўрганилаётган Б2Б сектори компанияларининг мижоз капиталини шакллантириш ва ривожлантиришдаги муаммоли соҳалар унинг таркибий қисмларини таркибий ва функционал таҳлил натижалари асосида аниқлаб бориш учун CRM, xRM ва ERP технологияларини жорий этиш;

4. Саноат компаниясининг мижоз капиталини баҳолашда маркетинг аудитини ўрнатиш ҳамда шу соҳада ходимлар малакасини ошириш.

Билвосита савдо каналларининг ривожланган тармоғи компания, йирик кўргазмаларда мунтазам иштирок этиш, корхона фаолияти тўғрисида илмий нашрларда ҳамда матбуотда ихтисослашган журналлардаги мақолалар кенг жойлаштириш юқори даражага кўтаришни назарда тутади. Марказий Осиё, МДХ, шунингдек, хорижий мамлакатларда (Ҳиндистон, Италия, Германия, Полша ва бошқалар) ўз брендини танитиш мақсадида мавжуд имкониятларни сафарбар этиш керак.

Фойдаланилган адабиётлар рўйхати:

1. Андриссен Д., Тиссен Р. Невесомое богатство. Определите стоимость вашей компании в экономике нематериальных активов / Пер. с англ. — М.: ЗАО «Олимп-Бизнес», 2007. — С. 36.
2. Белл Д. Грядущее постиндустриальное общество. М., 1999
3. Забродин А. Ю. Интеллектуальные услуги в бизнесе: справочное пособие. М.: Экономика, 2008.
4. Ибрагимов И.Х. “Поведение потребителей”. Учебное пособие. СамИЭС.: 2022. – 300 с.
5. Иноземцев В. Л. Современное постиндустриальное общество: природа, противоречия, перспективы: учеб. пособие М.: Логос, 2000. URL: <http://lib.ru/ECONOMY/inozemcew.txt>.
6. Ойнер О.К. Управление результативностью маркетинга: учебник для магистрантов / О. К. Ойнер. - М. : Издательство Юрайт, 2013. - 343 с.
7. Saint-Onge, H. The Conductive Organization / H. Saint-Onge, C. Armstrong // Oxford, Elsevier Inc. – 2004. – P. 37.[schema type=>book» name
8. Стюарт Т. Интеллектуальный капитал. Новый источник богатства организаций. М.: Поколение, 2007. 368 с.
9. Шарипов М. Инсон капитали мохияти, унинг давлат ва жамият тараққиётидаги аҳамияти. «Academic research in educational sciences». (2021). Volume 2. Issue 4. 1259-1268.
10. Эдвинсон Л. Корпоративная долгота. Навигация в экономике, основанной на знаниях - М. : ИНФРА , 2005. - 218 с.
11. Официальный сайт ОАО «Uztelmash» [Электронный ресурс].
12. Driving Customer Equity / T. Roland, R. Rust, A. V. Zeithaml,
13. Katherine Lemon. // New York : Free Press - 2000 - №8 - С. 34.
14. МСФО: точка зрения КПМГ. Практическое руководство по международным стандартам финансовой отчетности, подготовленное КПМГ. 2007/8: В 2 ч. / пер. с англ. 4-е изд. М.: Альпина Бизнес Букс, 2008.

<p>Л.Мусабаева</p> <p>Практика структурно-функционального анализа потребительского капитала продуктов B2B</p> <p>Аннотация: Клиентский капитал является основой, которая во многом обеспечивает функционирование и развитие современной организации. Формирование долгосрочных, крепких отношений с клиентами, покупателями является одной из важнейших стратегических задач. Для решения данной задачи необходимо создать эффективную систему учета и оценки клиентского капитала.</p> <p>Ключевые слова: рыночная стоимость компании, интеллектуальный капитал, структурный капитал, человеческий капитал, клиентский капитал, отношения с клиентами, капитал ценности, капитал бренда, капитал отношений, потребительская ценность продукции, лояльность и осведомленность клиентов, бренд.</p>	<p>L.Musabayeva</p> <p>The practice of structural and functional analysis of consumer capital of B2B products</p> <p>Abstract: Client capital is the foundation that largely ensures the functioning and development of a modern organization. The formation of long-term, strong relationships with customers and buyers is one of the most important strategic tasks. To solve this problem, it is necessary to create an effective system of accounting and evaluation of client capital.</p> <p>Keywords: market value of the company, intellectual capital, structural capital, human capital, customer capital, customer relationships, value capital, brand capital, relationship capital, customer value of products, customer loyalty and awareness, brand.</p>
--	--

ISSN 2091-5187

∞ “СЕРВИС” ∞

Журнал Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти таҳририят
бўлимида нашрга тайёрланди.

07.09.2023 йилда теришга берилди. 22.09.2023 йилда босишга рухсат этилди.
Офсет босма қоғози. Қоғоз бичими 60x84_{1/8}. “Times” гарнитураси. Офсет
босма усули. Шартли босма табағи 15,76. Ҳисоб-нашриёт
табағи 13,6. Адади 100 нусха. Буюртма № 0074А/23.

Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институтининг
матбаа бўлимида чоп этилди.
Лицензия № 025316.
Реестр № Х-119112.

Манзил: Самарқанд шаҳри, Шохрух кўчаси, 60-уй.

© Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти, 2023