



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** – ҚарМШИ 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. мудири, 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 мудири, 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.

<b>Шермухаммад Бекмурод ўғли Омонов</b> Хизмат кўрсатиш соҳасида давлат-хусусий шерикчилигининг ривожланиш хусусиятлари ва тамойиллари	79
<b>Mohira Asqarboy qizi Umurova</b> Хизмат ko'rsatish tarmoqlarining iqtisodiyotda tutgan o'rni hamda rivojlantirish istiqbollari	83
<b>Ислом Исмоилович Эргашев</b> Хизмат кўрсатиш корхоналари инвестицион жозибадорлигини баҳолашнинг хусусиятлари	86
<b>Jahongir Aktamovich Haydarov</b> Transport xizmatlaridan foydalanish samaradorligini oshirish	91
<b>ТУРИЗМ ВА МЕҲМОНХОНА ХЎЖАЛИГИ</b>	
<b>Илёс Султанович Абдуллаев, Шоҳижаҳон Худоёр ўғли Мухитдинов</b> Минтақа туризмида соҳа корхоналарининг бошқариш сегментининг нисбий талаб-таклиф модели	97
<b>Dilmurod Abdullayevich Nasimov, Mohinur Ravshanbekovna Maxmudova</b> Turizm sohasini barqaror rivojlantirishning asosiy yo'nalishlari	102
<b>Ruxshona Shavkatovna Rofeyeva</b> Samarqand shahri turizm infratuzilmagini rivojlantirishda yashil zonalar va bog'larning o'rni	105
<b>Shohista Bobobekovna Toyirova</b> Ekoturizm-global ekologik inqirozga qarshi innovatsion yechim	109
<b>Дилшод Мураткулович Абдураимов</b> Туризм инфратузилмасида иқтисодий фаолиятнинг ривожланиш хусусиятлари	113
<b>Умиджон Рахимович Матякубов, Расулбек Кочкарбай ўғли Исаков</b> Хива ва Боғот туманларида туризмни ривожлантириш имкониятларидан самарали фойдаланиш йўллари	118
<b>Дониёр Журакулович Абдуразаков</b> Қишлоқ туристик ресурсларини таснифлаш ва бошқаришнинг амалий масалалари таҳлили	122
<b>Dilrabo Shirinboyevna Mardonova</b> Mamlakatimizda mehmonxona biznesining rivojlanish tendensiyalarini tahlil qilish va prognozlash	126
<b>Амриддин Ҳамдам ўғли Ҳамдамов</b> Туризм соҳасида юқори сифатли хизмат кўрсатиш учун рақамли технологиялардан фойдаланишни баҳолашнинг услубий асослари	131
<b>Зебинисо Бахтиёровна Навруз-зода</b> “КРП” воситасида муқаддас жойларнинг зиёрат кластербоплик даражасини баҳолаш	135
<b>Сирожиддин Шерали ўғли Халилов</b> Миллий туризм тармоғида рақобат муҳити ва унинг таркибий элементлари	140
<b>КИЧИК БИЗНЕС ВА ОИЛАВИЙ ТАДБИРКОРЛИК</b>	
<b>Гулнора Мардиевна Шадиева, Шухрат Облокулович Кувандиқов</b> Миллий иқтисодиётда оилавий тадбиркорликнинг ўзига хос функциялари	145
<b>МЕНЕЖМЕНТ ВА МАРКЕТИНГ</b>	
<b>Raxmatillo Mirolimovich Egamov, Sherzod Norboyevich Jumanov, Alisher Zokirovich Saydirasulov</b> Innovatsion tadbirlar asosida qurilish mahsulotlarining raqobatbardoshligini oshirish uchun marketing tadqiqotlarini o'tkazish usullari	149

## МЕНЕЖМЕНТ ВА МАРКЕТИНГ

UDK.69.003.13

**Raxmatillo Mirolimovich Egamov** – Samarqand davlat arxitektura-qurilish universiteti, iqtisod fanlari bo'yicha falsafa doktori, PhD,

**Sherzod Norboyevich Jumanov** – Samarqand davlat arxitektura-qurilish universiteti, katta o'qituvchisi,

**Alisher Zokirovich Saydirasulov** – Samarqand davlat arxitektura-qurilish universiteti, o'qituvchisi

### INNOVATSION TADBIRLAR ASOSIDA QURILISH MAHSULOTLARINING RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISH UCHUN MARKETING TADQIQOTLARINI O'TKAZISH USULLARI

**Annotatsiya:** Ilmiy maqolada innovatsion tadbirlar asosida ishlab chiqarilayotgan qurilish mahsulotlarining raqobatbardoshligini oshirish uchun marketing tadqiqotlarini o'tkazish usullari haqida ma'lumotlar keltirilgan. Qurilish industriyasi korxonalarini tomonidan ishlab chiqarilayotgan mahsulotlarining bozordagi holatini tahlil qilish va baholash to'g'risida taklif va tavsiyalar berilgan.

**Kalitli so'zlar:** innovatsiya, innovatsion tadbirlar, qurilish, qurilish mahsulotlari, marketing, marketing tadqiqotlari, qurilish mahsulotlarini baholash, raqobatbardoshlik.

**Kirish:** Bugungi kunda qurilish industriyasi korxonalarini innovatsion tadbirlar asosida barqaror rivojlanishini ta'minlash bo'yicha keng qamrovli ilmiy izlanishlar olib borilmoqda. “Global construction 2030” agentligi ma'lumotlariga ko'ra, 2030-yilga qadar dunyo bo'yicha qurilish materiallarini ishlab chiqarish hajmi 85 foizga oshib, 15,5 trln. AQSH dollarini tashkil etishi prognoz qilinmoqda<sup>1</sup>. Hozirgi innovatsion rivojlanish davrida iste'molchilarning sog'lom turmush tarzini ta'minlashga bo'lgan talabning oshishi qurilish mahsulotlari bozorining o'sishiga asosiy turtki bo'lmoqda.

Mamlakatimizdagi qurilish industriyasi korxonalarida qurilish mahsulotlarini innovatsion tadbirlar asosida ishlab chiqarish sanoatini boshqarish tizimini shakllantirish, qurilish mahsulotlarini ishlab chiqarish korxonalarini modernizatsiya qilish, texnologik va texnik qayta jihozlash uchun xorijiy investitsiyalarni keng jalb etish hamda innovatsion tadbirlar orqali qurilish mahsulotlarini qayta ishlash hajmlarini oshirish, ichki hamda tashqi bozorlarda raqobatbardosh bo'lgan sifatli mahalliy qurilish mahsulotlari turlarini ishlab chiqarishni ko'paytirish maqsadida O'zbekiston Respublikasi Prezidentining “Respublika qurilish materiallari sanoatini boshqarishni tashkil etishni yanada takomillashtirish chora-tadbirlari to'g'risida”gi Qarori qabul qilingan. Qarorda “Qurilish materiallarining ichki va tashqi bozorlarda marketing tadqiqotlarini amalga oshirish, zamonaviy qurilish materiallariga bo'lgan talabni aniqlash hamda mahalliy xom ashyoni chuqur qayta ishlash bo'yicha kompleks chora-tadbirlarni amalga oshirish, raqobatdosh, eksportga yo'naltirilgan qurilish mahsulotlarini ishlab chiqarish hajmlarini oshirish va turlarini kengaytirish, shuningdek, yangi turdagi sifatli qurilish materiallari bo'yicha chuqur marketing tadqiqotlari o'tkazish va buning asosida tarmoqni o'rta va uzoq muddatli istiqbolda rivojlantirish dasturlarini ishlab chiqish” ustuvor vazifa sifatida belgilab berilgan. Innovatsion tadbirlar asosida berilgan vazifalar ijrosini samarali amalga oshirish uchun har bir mahsulot turlari bo'yicha xalqaro bozor holati va bozorga kirish imkoniyatlarini aniqlash bo'yicha marketing tadqiqotlarini olib borish va uning ilmiy-uslubiy asoslarini takomillashtirish asosiy vazifadir. Shunga ko'ra, qurilish mahsulotlari eksportini rivojlantirish va raqobatbardoshlikni oshirishga yo'naltirilgan marketing tadqiqotlarini tashkil etish va bozorni segmentlashga qaratilgan ilmiy tadqiqotlar olib borish dolzarb vazifalaridan hisoblanadi.

**Mavzuga oid adabiyotlar tahlili:** Innovatsion tadbirlar asosida qurilish mahsulotlariga bo'lgan talabni aniqlash uchun marketing tadqiqotlaridan keng foydalaniladi va eng ko'p tarqalgan usullardan hisoblanadi. Bugungi kunda iqtisodiyotning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishini ta'minlash-

<sup>1</sup> Manba: <http://www.globalconstruction2030.com>

da olib borilayotgan ilmiy tadqiqot ishimizda mavjud boshqaruvning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlari hamda boshqarish jarayonida innovatsion tadbirlardan foydalanish muhim ahamiyat kasb etadi. Qurilish mahsulotlari bozorini segmentlashda marketing tadqiqotlarini o'tkazishdan foydalanish bo'yicha jahon va mamlakatimiz olimlari tomonidan ko'plab ilmiy tadqiqotlar amalga oshirilgan.

Qurilish materiallarining raqobatbardoshligini oshirishda marketing tadqiqotlarini o'tkazish innovatsion tadbirlar asosida bozorni tahlil qilish va uning metodologik jihatlari M.Porter va A.Aaykerlarning ilmiy adabiyotlaridan keng o'rganilgan. Jumladan, A.Aayker marketing tadqiqotlarini o'tkazish bu bozorni tahlil qilish usulidan foydalanishda asosan iste'mol sektorida amalga oshiriladigan segmentlash usullaridan foydalanigan holda tushuntirgan[2]. M.Porterning nazariyalari mamlakatlarning raqobatli ustuvorliklari bo'yicha o'ziga xos jihatlarni ajratishda innovatsion tadbirlar asosida marketing tadqiqotlarini tahlil qilish usullaridan foydalanish va tarmoq industriyasini shakllantirish bo'yicha tadqiqot olib borgan [3].

Innovatsion yondashuvlar asosida bozorni o'rganishda marketing tadqiqotlarini o'tkazish usulidan foydalanish bo'yicha ilk ilmiy tadqiqotlarni V.Smid [4] va Y.Vindlar [5] olib borgan. Ushbu tadqiqotlar bozorni o'rganish bo'yicha olib boriladigan marketingning innovatsion tadqiqotlar doirasini kengaytirishga asosiy turtki bo'lgan.

Mamlakatimizda qurilish mahsulotlarining raqobatbardoshligini oshirish bo'yicha innovatsion tadbirlar asosida qurilish sanoatida zamonaviy boshqaruv tizimini joriy etish, ishlab chiqarish hajmini keskin oshirish, marketing va innovatsiyani keng qo'llagan holda eksportbop mahsulotlar assortimentini ko'paytirish va sifatini yaxshilash, yangi bozorlar topishga qaratilgan yangicha tizim tashkil etish zarurligi[6] ta'kidlangan. Belgilab berilgan vazifa O'zbekiston uchun eng maqsadli bozorlarni tanlash va ushbu bozorlarga kirib borishga qaratilgan marketing strategiyalarini ishlab chiqish lozimligi belgilab beradi.

Shuningdek marketing tadqiqotlarini o'tkazish orqali olingan ma'lumotlar asosida qurilish mahsulotlari bozorini o'rganish, import qiluvchi mamlakatlarning o'ziga xos bo'lgan o'xshashliklarini aniqlash bo'yicha olib boriladigan innovatsion tadbirlar asosida marketing tadqiqotlarini o'tkazish va tahlil qilish usullaridan foydalanish respublikamiz olimlari tomonidan deyarli o'rganilmagan.

**Tadqiqot metodologiyasi:** Innovatsion tadbirlar asosida ishlab chiqarayotgan qurilish mahsulotlarining raqobatbardoshligini aniqlash uchun marketing tadqiqotlarini o'tkazishni ta'minlash hamda obyektiv baholash va unga ta'sir etuvchi omillarni aniqlash, korxonaning innovatsion faoliyatini samarali boshqarish uchun zarur bo'lgan bosqichlariga oid olimlar fikrini o'rgangan holda, kuzatish, iqtisodiy tahlil, statistik guruhlash, qiyosiy va tizimli tahlil kabi usullardan foydalanildi.

**Tahlil va natijalar:** Iqtisodiyotning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishini ta'minlashda olib borilayotgan ilmiy tadqiqot ishimizda mavjud boshqaruvning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlari hamda boshqarish jarayonida innovatsion tadbirlardan foydalanish muhim ahamiyat kasb etadi.

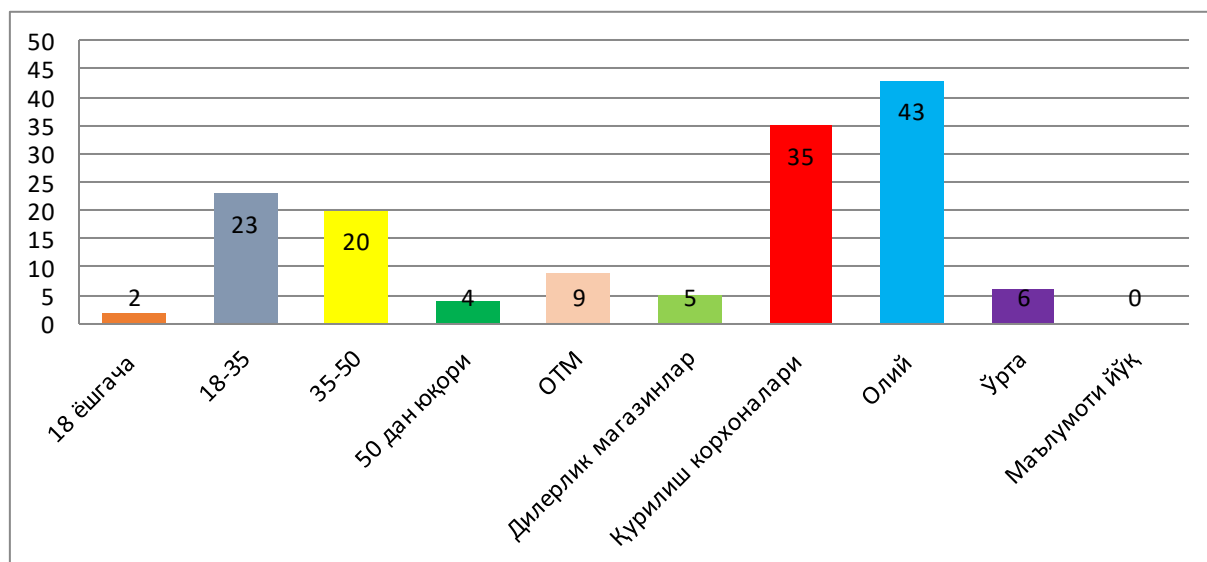
“BMAX BUILDING MATERIALS” MChJ ning ishlab chiqarayotgan qurilish mahsulotlarining raqobatbardoshligini aniqlashda O'zbekiston Respublikasidagi doimiy mijozlari hamda Samarqand viloyatidagi qurilish korxonalarining malakali mutaxassislari tomonidan bildirilgan fikrlar asosida o'tkazilgan marketing tadqiqotlari natijalariga asoslangan holda baholab o'tiladi.

Ekspertlar baholashni samarali amalga oshirishda asosiy ikkita narsaga e'tibor qaratish lozim bo'ladi. Birinchidan amalga oshirilishi lozim bo'lgan so'rovnoman tuzish, unga kiritilishi lozim bo'lgan savollarni to'g'ri tanlash bo'lsa, ikkinchidan so'rovnoman o'tkazish davomida to'g'ri respondentlarni tanlashdir. Bularni inobatga olgan holda so'rovnoma muallif tomonidan ishlab chiqildi va uni shakllantirish jarayonida sohada uzoq muddat faoliyat olib borgan, yuqori tajribaga ega bo'lgan mutaxassislarning fikr va mulohazalari ham inobatga olindi. Natijada so'rovnoma qurilish sohalarida faoliyat yurituvchi, lekin u yoki bu darajada o'rganilayotgan muammoning ilmiy va amaliy masalalarini yechish bilan bog'liq bo'lgan ekspertlar fikrini aniqlashni hisobga oluvchi 97 ta muqobil javoblarni o'z ichiga qamrab olgan 19 ta tahliliy savollar majmui ko'rinishiga ega bo'ldi.

Respondentlarni to'g'ri tanlash kerakli ma'lumotlarni yig'ish hamda baholashni to'g'ri amalga oshirish garovi bo'lib xizmat qiladi. Chunki, tahlilni amalga oshirish hamda xulosalarni

chiqarish aynan respondentlar tomonidan berilgan javoblar natijalariga asoslanadi. So‘rovnomanini o‘tkazish uchun respondentlarni tanlab olish uch xil yo‘nalishda guruhlandi: yoshi, ish joyi va boshqaruv pog‘onasi hamda ilmiy salohiyati.

Mamlakatimiz Prezidenti Sh.M.Mirziyoyev tashabusi bilan yoshlarga e‘tibor katta bo‘lmoqda, shuning uchun Respondentlarni tanlashda yosh jihatidan olganda asosiy e‘tibor 20-60 yoshdagi shaxslarga qaratilgan bo‘lib, kuzatish hamda amalga oshirilgan tahlil natijalarini ko‘rsatishicha boshqaruv pog‘onasiga chiqish asosan 20 yoshdan keyin bo‘ladi, shu bilan birga 20-61 yosh atofida boshqaruvda band bo‘lganlar boshqalarga nisbatan ancha harakatchan, zamon talablariga moslashuvchan va innovatsion boshqaruvni tashkil qilishdagi asosiy vositalardan biri bo‘lgan, zamonaviy axborot texnologiyalaridan keng foydalanuvchilar hisoblanadi. So‘rovnomada qatnashgan respondentlarning 90 foizi ushbu yosh guruhiga kiruvchilarni tashkil etadi.



**1-rasm. Marketing tadqiqotlari so‘rovnomasida qatnashgan respondentlarning tarkibi**

Respondentlarni tanlashda ikkinchi mezon sifatida ish joyi va boshqaruv pog‘onasi olingan. Ushbu mezon bo‘yicha respondentlar 3 guruhga ajratilgan bo‘lib, salmoqli ulushni boshqaruv sohasida ilmiy tadqiqot olib borayotgan, shu bilan birga bevosita ishtirok etayotgan oliy ma‘lumotli vakillar egallagan. Sababi ular boshqaruv jarayonini ham nazariy, ham amaliy jihatdan chuqur tahlil qilish salohiyatiga ega, bundan tashqari innovatsion boshqaruv hamda boshqaruvning zamonaviy tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlari bilan yaqindan tanishish hisoblanadi. Shu o‘rinda ta‘kidlab o‘tishimiz mumkinki, qurilish korxonalar, qurilish mahsulotlarini sotayotgan dilerlik magazinlari vakillarining olinishi mavjud boshqaruv tizimi va muammolarni yaxshiroq o‘rganishga xizmat qildi.

Ekspert so‘rovnomasi bo‘yicha ilmiy ishimizda 49 ta respondent qamrab olingan bo‘lib, ularning 95,9 foizini erkaklar, 4,1 foizini ayollar tashkil etdi.

Ishtirokchilarning 2,1 foizi 18 yoshgacha bo‘lganlar, 47,9 foizi 18-35 yoshdagilar, 41,7 foizi 35-50 yoshdagilar, 8,3 foizi 50 yosh va undan yuqoridagilardan tashkil topgan.

Respondentlarni tanlashda ularning ilmiy salohiyatiga ham alohida e‘tibor qaratildi va tanlangan respondentlarning 87,8 foizi oliy ma‘lumotga ega, 12,2 foizi o‘rta ma‘lumotga ega.

Biroq anketalar qayta ishlanganidan keyin statistik ijtimoiy axborot nuqtayi nazaridan eng to‘liq va ishonchli javob deb hisoblangan 49 ta ekspertning fikri tahlil uchun foydalanishga qabul qilindi. So‘rovnomada, ekspertlarga Respublikada innovatsion iqtisodiyotni boshqarishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlariga o‘z nuqtayi nazarlarini bildira oladigan qator savollar bilan birga Respublikada innovatsion boshqarishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarini takomillashtirish bo‘yicha o‘z takliflari va tavsiyalarini bayon qilish imkoni ham berildi.

So‘rovnoma natijalari bo‘yicha shakllantirilgan hamda qayta ishlangan ma‘lumotlar bazasi, uni tahlil qilish natijasida olingan xulosa va takliflar berilgan.

**Xulosa va takliflar:** Innovatsion tadbirlar asosida qurilish mahsulotlarining raqobatbardoshligini oshirish uchun marketing tadqiqotlarini o‘tkazish imkoniyatlarni aniqlash maqsadida turli yo‘nalishlardagi analitik guruhlash usullaridan foydalanish amaliyotini

kengaytirish tavsiya etiladi. Marketing tadqiqotlarini o‘tkazish va tahlil qilish o‘zgaruvchilarning o‘zaro muvofiq bo‘lgan ma’lum belgilar asosida tasniflashni nazarda tutadi. Ushbu usul asosida marketingda segmentlash bo‘yicha olib boriladigan tadqiqotlar ko‘lamini kengaytirish muhim ahamiyat kasb etadi.

Fikrimizcha, mamlakatimizda innovatsion tadbirlar asosida qurilish mahsulotlarining bozordagi holatini yanda rivojlantrish uchun quyidagi asosiy yo‘nalishlarni amalga oshirilishi maqsadga muvofiq:

- Global bozorlarni samarali tahlil etishda, bozorni segmentlash usulidan foydalanishni amalga oshirish orqali marketing tadqiqotlarini o‘tkazishni samarali tashkil etish zarur;

- Korxonalarda innovatsion tadbirlar asosida ishlab chiqarilayotgan qurilish mahsulotlarini xorijiy bozorlarga chiqarish uchun marketing tadqiqotini o‘tkazish bo‘yicha davlatlararo bir tizimga keltiruvchi mexanizmlarni takomillashtirish;

- Qurilish industriyasi korxonalarini guruhlariga bo‘lgan holda marketing tadqiqotini o‘tkazish bo‘yicha dasturlarni ishlab chiqish;

Demak. Korxonalar marketing amaliyotida raqobat muhitini tahlil etish, segmentlash, narxlashtirish, tavor strategiyalarini ishlab chiqishda innovatsion tadbirlardan foydalanish maqsadga muvofiq. Global bozorlarni samarali o‘zlashtirishda, o‘rganishda innovatsion yondashuvlarni tahlil etish usulidan foydalanishni amalga oshiradigan marketing tadqiqotlari samaradorlikni oshiradi.

**Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:**

1. <http://www.globalconstruction2030.com>
2. Малхотра Нэреш К. Маркетинговые исследования. М.: Вильямс, 2002. — 956 с.
3. Майкл Портер. Конкурентная стратегия: Методика анализа отраслей и конкурентов. © Издание на русском языке, перевод, оформление. ООО «Альпина Паблишер», 2015
4. Smith, W. (1956), "Product Differentiation and Market Segmentation as Alternative Marketing Strategies," Journal of Marketing, 21, 3-8.
5. Wind, Y. (1978), "Issues and Advances in Segmentation Research," Journal of Marketing Research, 15 (August), 317- 37.
6. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyev 5 noyabr kuni meva-sabzavotchilik tarmog‘ini yanada rivojlantirish va eksportini oshirish, aholi tomorqasidan samarali foydalanishni ta’minlash masalalariga bag‘ishlangan videosektor yig‘ilishi. Uza.uz
7. Эгамов Р. (2021). Пути обеспечения конкурентоспособности строительной продукции на основе инновационной деятельности. Экономика и инновационные технологии, (6), 133-138. извлечено от [https://inlibrary.uz/index.php/economics\\_and\\_innovative/article/view/12192](https://inlibrary.uz/index.php/economics_and_innovative/article/view/12192)
8. B.K. Abdusamatov F.M.Rakhmonova., R.M.Egamov Ways to increase the competitiveness of construction products based on marketing research //International Journal of Education, Social Science & Humanities. Vol. 2023, No. 11, July-August 546-551 s.

<p><b>Р.Эгамов, Ш.Жуманов, А.Сайдирасулов</b>  <b>Методы проведения маркетинговых исследований для повышения конкурентоспособности строительной продукции на основе инновационных мероприятий</b>  <b>Аннотация:</b> В научной статье представлена подробная информация о проведении маркетинговых исследований для повышения конкурентоспособности строительной продукции, производимой на основе инновационных мероприятий. Сделаны предложения и рекомендации по анализу и оценке конъюнктуры рынка продукции предприятий стройиндустрии.  <b>Ключевые слова:</b> инновации, инновационные мероприятия, строительство, строительная продукция, маркетинг, маркетинговые исследования, оценка строительной продукции, конкурентоспособность.</p>	<p><b>R.Egamov, Sh.Jumanov, A.Saydirasulov</b>  <b>Methods for conducting marketing research to improve the competitiveness of construction products based on innovative activities</b>  <b>Abstract:</b> The scientific article provides detailed information on conducting marketing research to improve the competitiveness of construction products produced on the basis of innovative measures. Proposals and recommendations have been made on the analysis and assessment of the market conditions for the products of construction industry enterprises  <b>Keywords:</b> innovations, innovative activity, construction, building products, marketing, marketing research, evaluation of building products, competitiveness.</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<sub>1/8</sub>. “Times” гарнитураси. Офсет  
босма усули. Шартли босма табоғи 15,76. Ҳисоб-нашриёт  
табоғи 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