



ISSN 2091-5187

# СЕРВИС

№2

ИЛМИЙ-АМАЛИЙ  
ЖУРНАЛ

2025



# СЕРВИС

ИЛМИЙ-АМАЛИЙ ЖУРНАЛ 2025 йил, 2-сони

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

**Тахририят ижодий  
жамоаси:**

**Бош муҳаррир:**

и.ф.д., проф. М.Э.Пўлатов

**Бош муҳаррир**

**ўринбосари:**

и.ф.н., проф. Д.Х.Асланова

**Масъул котиб:**

и.ф.д., проф. М.Қ.Пардаев

**Муҳаррирлар:**

и.ф.д., доцент Ф.А.Сафаров

PhD, доцент И.М.Пардаева

PhD, И.Ш.Эрназарова

**Техник муҳаррир:**

и.ф.н., проф. А.Н.Холиқулов

**Корректор:**

PhD, доц. С.А.Бабаназарова

**Саҳифаловчи:**

PhD Х.Н.Очилова

1 йилда 4 маротаба  
чоп этилади.

Ўзбекистон худудида  
тарқатилади.

**Тахририят манзили:**

140100, Самарқанд шаҳар,  
Амир Темур кўчаси, 9-уй,

тел.: +998(66)233-28-38,

+998(97)913-74-40

факс: +998(366)231-12-53

эл.почта:

samisiservis@mail.ru

**Тахририят кенгаши раиси:**

**М.Э.Пўлатов** – Самарқанд иқтисодиёт ва сервис  
институти ректори, и.ф.д., профессор

**Тахририят кенгаши раиси ўринбосари:**

**Д.Х.Асланова** – СамИСИ илмий ишлар ва  
инновациялар бўйича проректори, и.ф.н., профессор

**Тахрир кенгаши аъзолари:**

**Б.А.Бегалов** – Ўзбекистон Республикаси Президенти  
ҳузуридаги Статистика агентлиги директори, и.ф.д.,  
профессор

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

**Б.К.Ғоибназаров** – и.ф.д., профессор.

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

**Д.Р.Зайналов** – СамИСИ профессори, и.ф.д.

**О.М.Муртазаев** – ТДИУ СФ директори, и.ф.д., проф.

**М.Р.Болтабаев** – ТДИУ профессори, и.ф.д.

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

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

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

**Қ.Ж.Мирзаев** – СамИСИ профессори, и.ф.д.

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

**Г.М.Шодиева** – СамИСИ профессори, и.ф.д.

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

**Р.Қобилов** – Самарқанд вилояти ҳокими ўринбосари

**С.Н.Тошназаров** – СамИСИ профессори, и.ф.д.

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

**А.Бектемиров** – СамИСИ профессори, и.ф.д.

**О.М.Пардаев** – СамИСИ профессори, и.ф.д.

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

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

**Ш.О.Қувондиқов** – СамИСИ профессори в.б., иқтисод  
фанлари доктори

**Л.Н.Халикова** – СамИСИ профессори, DSc

**Ф.А.Сафаров** – СамИСИ доценти, DSc

**А.М.Каримова** – СамИСИ профессори в.б., DSc

<b>Обид Мамаюнович Пардаев</b> Коммунал хизматларни кўрсатишда креатив ёндошув асосида синергетик самарага эришишнинг инновацион йўналишлари	87
<b>Ибодулла Хасанович Ибрагимов, Лариса Алижоновна Мусабоева</b> Подходы к исследованию мультиатрибутивных параметров на рынке образовательных услуг вузов: рекомендации и методология	92
<b>Durbek Mirzaaxmadov</b> Xizmat ko'rsatish korxonalari raqobatbardoshligini oshirishning xorij tajribasi	96
<b>ТУРИЗМ ВА МЕҲМОНХОНА ХЎЖАЛИГИ</b>	
<b>Дилафруз Каршиевна Усманова</b> Социальное партнерство как основа диверсификации национального туристского продукта Узбекистана	99
<b>Farida Abdusalimovna Axmedjanova, Sadoqat Murodjonava Vahobova</b> O'zbekiston turizm xavfsizligini ta'minlashdagi huquqiy va amaliy chora-tadbirlar tahlili	109
<b>Темурбек Бобурмирзо ўғли Саломов</b> Хизмат кўрсатиш тизимида зиёрат туризмини ўрни ва ўзига хос хусусиятлари	111
<b>Rayhona Sadriddinovna Amriddinova, Marjona Otabekovna Asliddinova</b> Navoiy viloyatida qishloq turizmini rivojlantirishda marketing strategiyalarini qo'llash	114
<b>Зумрад Исламовна Усманова</b> Развитие сферы услуг и туристической индустрии в Узбекистане: тенденции, вызовы и перспективы	117
<b>Матлуба Абдиманабовна Куймуратова</b> Туризмнинг турлари ва улар таркибида экологик туризмнинг ўрни ва аҳамияти	121
<b>Хасан Абдусаидович Рахимов</b> Туризм ва меҳмонхона соҳаси самарадорлигини оширишда қабул қилинадиган бошқарув қарорларининг таснифи	125
<b>Askar Axrorovich Siddikov, Shukurullo Nusratullo o'g'li Haqqulov</b> Turizm va mehmonxona sanoatining iqtisodiy ahamiyati	128
<b>Akbarjan Sabirjanovich Madaxanov, Zaynab Sattarovna Naimova, Akmal Akbarjanovich Madaxanov</b> Ekologik va rekreatsion turizm destinatsiyalarini yaratish va ulardan foydalanishda inson omili masalalariga doir mulohazalar	132
<b>Nozima Miraxmad qizi Toirova</b> Turistik xizmatlar bozorining rivojlanish tendentsiyalari: innovatsion yondoshuvlar va ishlab chiqarish samaradorligi	137
<b>Farida Abdusalimovna Axmedjanova, Bekjon Nizom o'g'li Ismatullayev</b> Turizm va mehmondo'stlik industriyasida standartlashtirish va muvofiqlikni baholash xizmatlarining takomillashtirish yo'llari	141
<b>Rayhona Sadriddinovna Amriddinova</b> Navoiy viloyatida qishloq turizmini rivojlantirishda raqamli texnologiyalardan foydalanish	144
<b>Shaxnoza Toshpulatova</b> Tarixiy arxitektura yodgorliklarining turizm sohasini rivojlantirishdagi ahamiyati va hududlar ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishiga ta'siri	147
<b>Sitora Otabekovna Xamroyeva, Rayxona Sadriddinovna Amriddinova</b> Innovatsion turizm sohasida zamonaviy marketing reklamalarining o'rni	150
<b>МЕНЕЖМЕНТ ВА МАРКЕТИНГ</b>	
<b>Jahongir Bakhodirovich Ergashev</b> Korxonalarda xarid faoliyatini tashkil etish va boshqarish xususiyatlari	153

## МЕНЕЖМЕНТ ВА МАРКЕТИНГ

Jahongir Bakhodirovich Ergashev – SamISI, “Marketing” kafedrası tayanch doktoranti

### KORXONALARDA XARID FAOLIYATINI TASHKIL ETISH VA BOSHQARISH XUSUSIYATLARI

**Annotasiya.** Ushbu maqolada tovarlarni ulgurji sotib olishning samarali rejalashtirilishi va prognozlashning ahamiyati ko‘rib chiqilgan. Iste‘mol talabini o‘rganish va prognoz qilish, tovarlarni xarid qilishda oqilona qarorlar qabul qilish uchun zarurdir. Xarid qilish jarayonida bozor tahlili, yetkazib beruvchilarni tanlash, shartnomalar tuzish va ularni nazorat qilish kabi muhim bosqichlar keltirilgan.

**Kalit so‘zlar:** korxonona, xarid, xarid qilish, yetkazib berish, logistika, iste‘molchi, bozor, ehtiyoj, xom ashyo, ishlab chiqaruvish, tovar, xarajat, xizmat, moddiy resurs, ta‘minot, transport, shartnoma.

**Kirish.** Korxonaning sotib olish faoliyati har qanday ishlab chiqarish tizimining muhim tarkibiy qismidir va uning samarali tashkil etilishi kompaniyaning umumiy muvaffaqiyatiga bevosita ta‘sir qiladi. Sotib olish faoliyati, asosan, korxonona uchun zarur bo‘lgan xom ashyo, materiallar, jihozlar va xizmatlarni eng maqbul narxlarda va sifatda ta‘minlashni o‘z ichiga oladi. Bu jarayonning to‘g‘ri boshqarilishi, kompaniyaning raqobatbardosh bo‘lishiga va ishlab chiqarish jarayonlarining uzluksiz davom etishiga yordam beradi. Sotib olish faoliyati nafaqat o‘z ichiga tovarlarni tanlash va yetkazib beruvchilar bilan shartnomalar tuzishni, balki bozor talabini o‘rganish, yetkazib beruvchilarni tanlash va ular bilan uzoq muddatli aloqalarni o‘rnatish kabi masalalarni ham o‘z ichiga oladi. Bunda, kompaniya o‘z xarajatlarini samarali boshqarish, sifatni oshirish, resurslarni optimal darajada taqsimlash va logistika jarayonlarini yaxshilashni maqsad qilishi zarur.

Shu ma‘noda, ushbu maqolada korxononalarining sotib olish faoliyatining mohiyati, uning tahlili, asosiy jarayonlari, hamda sotib olish logistikasi bo‘yicha amaliy tavsiyalar ko‘rib chiqiladi. Bunday faoliyatni muvaffaqiyatli boshqarish va samarali rejalashtirish uchun nazariy asoslar va amaliy yondashuvlar bilan tanishish zarur. Maqolaning asosiy maqsadi sotib olish faoliyatining ahamiyatini va uning korxonona samaradorligiga ta‘sirini o‘rganishdir. Iste‘mol talabini o‘rganish va prognoz qilish tovarlarni ulgurji sotib olish bo‘yicha oqilona qarorlar qabul qilish uchun zarurdir.

**Mavzuga oid adabiyotlarning tahlili.** Tadqiqot natijasida korxononalarida xarid faoliyatini tashkil etish va boshqarish bo‘yicha xorijiy va mahalliy olimlarning ilmiy izlanishlari o‘rganildi.

MDH olimalaridan biri Баскакова О.В. o‘zining izlanishlarida xarid faoliyatini tashkil etishda talab iste‘molchilar tomonidan ko‘rsatilgan bozor ehtiyojining bir shakli hisoblanadi. Iste‘molchilarning ma‘lum tovarlarga bo‘lgan talabi ishlab chiqarish faoliyatini rivojlantirish jarayonida doimiy ravishda o‘zgarib turadigan ko‘plab iqtisodiy, ijtimoiy, demografik, tabiiy iqlim va boshqa omillar asosida shakllanadi. Shuning uchun, faqat marketingni o‘rganish orqali ishchilar tovarlar, iste‘molchi tovarlarni sotib oladigan narxlar, ayrim mintaqalardagi bozor hajmi va boshqalar haqida kerakli ma‘lumotlarni olishlari mumkin [3].

Yana bir olimning korxononalarida xarid faoliyatini tashkil etishda qaror qabul qilish muhim omil sifatida o‘z qarashlarini ilgari suradi. Борисова В.В. o‘zining ilmiy ishida “korxonona uchun sotib olish faoliyati – bu oqilona qaror qabul qilish jarayoni bo‘lib, uning yordamida rasmiy tashkilot sotib olingan tovarlar va xizmatlarga ehtiyoj borligini aniqlaydi, shuningdek bozorda mavjud bo‘lgan tovarlar va aniq yetkazib beruvchilarni topadi, qadrlaydi va tanlaydi. Xarid qilish faoliyati har qanday ishlab chiqaruvchi korxonona faoliyatining ajralmas qismi va asosidir. Uning asosiy vazifasi oxirgi iste‘molchining talabini qondirish uchun tovarlarni eng maqbul narxda sotib olishdir” [4].

Bundan tashqari, Бочкарев А.А. o‘zining “ta‘minot zanjirini rejalashtirish va modellashtirish” o‘quv qo‘llanmasida korxononalarida xarid faoliyatini tashkil etish va boshqarish bo‘yicha quyidagicha yoritib bergan: “Tijorat faoliyatini muvaffaqiyatli amalga oshirish ko‘p

jihtadan tomonlarning yetkazib berish shartnomasi shartlarini o‘z vaqtida bajarishiga bog‘liq. Shu sababli, korxonaning xarid qilish faoliyatidagi muhim jihat shartnomalarning bajarilishi va tovarlarni yetkazib berish jarayoni ustidan kundalik nazoratni tashkil etishdir” [5].

**Tadqiqot metodologiyasi.** Tadqiqotni amalga oshirish va ilmiy natijalarga erishishda ilmiy izlanishlar olib borilib, adabiyotlar tahlili, statistik tahlillar, dinamik qatorlar imkoniyatlari, korxonalarining sotib olish faoliyatini chuqur o‘rganish va uning samaradorligini tahlil qilishga qaratilgan. Tadqiqotda turli metodlar va yondashuvlar qo‘llaniladi, ularning har biri maqsadga erishish uchun zarur bo‘lgan ma‘lumotlarni yig‘ish foydalanilgan.

**Tahlil va natijalar.** Korxonaning sotib olish faoliyatidagi muhim element zarur xom ashyo va tovarlarni yetkazib beruvchilarning manbalarini aniqlash va o‘rganishdir. Optimal xaridlarni tashkil qilish uchun ulgurji xaridorlar ishlab chiqarilgan tovarlarning assortimentini, o‘z mintaqalarining ishlab chiqarish imkoniyatlarini, mintaqalarining iqtisodiy holatini yaxshi bilishlari kerak. Bunday ma‘lumotlar kompaniyaga tovarlarni qabul qilish uchun eng foydali manbani tanlashga imkon beradi. Xaridlarning keyingi bosqichi yetkazib beruvchilar bilan iqtisodiy aloqalarni aniqlashni o‘z ichiga oladi. Bozor iqtisodiyoti sharoitida fuqarolik qonunchiligining huquqiy normalari asosida ushbu turdagi munosabatlarni mustaqil ravishda o‘rnatish va tartibga solishga e‘tibor qaratiladi.

Xarid qilish faoliyatini rejalashtirish quyidagi bosqichlardan iborat.

1. Ishonchli manbalardan ma‘lumot to‘plash.
2. Yetkazib beruvchi va oxirgi iste‘molchining ehtiyojlari va imkoniyatlarini tahlil qilish.
3. Xarid qilish strategiyasini tanlash.
4. Xarid qilish usulini aniqlash.
5. Tovarlarni ilgari surish bilan bevosita bog‘liq bo‘lgan tezkor qarorlarni qabul qilish.
6. Shartnoma shartlarining bajarilishini nazorat qilish.
7. Xarid qilish rejasining bajarilishini tahlil qilish.
8. Xarid qilish rejasining bajarilishini sozlash.

Bunga muvofiq xarid faoliyatining quyidagi funksiyalari ajratiladi (1-jadval).

**1- jadval**

**Xarid qilish faoliyatini funksiyalari**

<b>№</b>	<b>Funksiyalari</b>	<b>Mazmuni va mohiyati</b>
1.	Korxonaning to‘liq ishlashi uchun zarur bo‘lgan xom ashyo, butlovchi qismlarni yetkazib berish va xizmatlarning uzluksiz oqimini ta‘minlash zarurati.	Xom ashyo va butlovchi qismlarning yetishmasligi odatda ishlab chiqarish faoliyatini to‘xtatishga olib keladi va shunga mos ravishda kutilmagan xarajatlarni, doimiy xarajatlar va mijozlarning mahsulotlarni yetkazib berish muddatlariga bo‘lgan talablarini qondirishdagi qiyinchiliklar tufayli foydalanish xarajatlarining oshishiga olib keladi.
2.	U yoki bu tarzda zaxiralar bilan bog‘liq xarajatlarni minimal darajaga yetkazish.	Moddiy resurslar va tayyor mahsulotlarning uzluksiz oqimini ta‘minlash usullaridan biri bu resurslar va mahsulotlarning katta zaxiralarini saqlashni tashkil etishdir. Zaxiralar boshqa joyga sarmoya kiritib bo‘lmaydigan kapitalni sarflashni o‘z ichiga oladi. Har yili joriy aksiyalarning qiymati aktivlarning umumiy qiymatining 20-50% oralig‘ida o‘zgarishi mumkin
3.	Sifatni saqlab qolish yoki uni oshirish.	Mahsulot ishlab chiqarish yoki xizmatlar ko‘rsatish qabul qilingan talablarga javob berishi kerak, bu esa ishlab chiqarish xarajatlarining sezilarli darajada oshishiga olib keladi
4.	Eng malakali va ishonchli yetkazib beruvchilarni topish.	Xarid qilish faoliyati funksiyasining muvaffaqiyati yetkazib beruvchilarni topish va ular bilan munosabatlarni doimiy ravishda rivojlantirish, ularning imkoniyatlarini tahlil qilish, tegishli yetkazib beruvchini diqqat bilan tanlash va keyin u bilan ishlash, qo‘shma faoliyatni doimiy ravishda takomillashtirish qobiliyatiga bog‘liq

5.	Xarid qilish faoliyati to'g'ri tashkil etish	xarid qilish faoliyati odatda aylanma mablag'larning katta hajmidan foydalanishni o'z ichiga oladi, shuning uchun umumiy qiymati minimal bo'lgan tovarlar yoki xizmatlarni ishlab chiqarish kerak va sifat, miqdor, qulay yetkazib berish shartlari va malakali xizmat ko'rsatishning tegishli darajasini saqlab qolishga harakat qiling
6.	Raqobatbardoshlikni oshirish.	Agar u foyda keltirmaydigan faoliyatni yoki qo'shimcha vaqtni talab qiladigan faoliyatni va hokazolarni oldini olish uchun xaridlar bilan bog'liq barcha xarajatlarni va vaqt parametrlarini doimiy ravishda nazorat qilib tursa, kompaniya eng raqobatbardosh bo'ladi, buning uchun xarajatlar miqdorini optimallashtirish, tarqatish dasturiga o'zgartirishlar kiritish, texnologik taraqqiyot yutuqlarini amalga oshirish va hk.
7.	Kompaniyaning boshqa funktsional bo'linmalari bilan uyg'un munosabatlarga, samarali hamkorlikka erishish.	Xaridlar kompaniyaning boshqa bo'limlari va xodimlari bilan hamkorlik qilmasdan samarali bo'lishi mumkin emas: texnik nazorat bo'limi (TNB), ishlab chiqarish bo'limi, buxgalteriya bo'limi, marketing, dizayn, muhandislik va boshqalar. Ushbu bo'limlarning o'zaro bog'liqligi va yaqin hamkorligi eng oqilona yechim va samarali yetkazib berish faoliyati va umuman korxonada faoliyati
8.	Ma'muriy xarajatlarni kamaytirish.	Agar sotib olish faoliyati mantiqsiz bo'lsa, unda sotib olish bo'limining ma'muriy qismi uchun xarajatlar juda katta bo'ladi. Xarid qilish logistikasi maqsadlarining tarkibi korxonaning yo'nalishi va aniq nima bilan shug'ullanishiga, shuningdek ishlab chiqarishning rivojlanish darajasi va murakkabligi, kompaniya faoliyat ko'rsatadigan iqtisodiy sohaga va korxonaning raqobatbardoshligiga bog'liq

Korxonaning sotib olish faoliyati uning muvaffaqiyatli ishlashi uchun asosiy omil bo'lib, bu jarayon to'g'ri rejalashtirilgan va oqilona boshqarilgan bo'lishi kerak. Xarid qilish faoliyatining asosiy maqsadi, bozor talablarini to'g'ri tahlil qilib, eng maqbul narxda zarur tovarlar va xom ashyolarni ta'minlashdir. Ushbu faoliyat, nafaqat tovarlarni sotib olishni, balki ularga xizmat ko'rsatish, yetkazib beruvchilar bilan o'zaro aloqalarni rivojlantirish, sifatni nazorat qilish va xarajatlarni kamaytirishni o'z ichiga oladi.

Xarid qilish jarayonida korxonada tovarlar va xizmatlarning sifatini oshirish, yetkazib beruvchilar bilan samarali munosabatlarni rivojlantirish, va narxlarni optimallashtirishga intiladi. Boshqa bo'limlar bilan o'zaro hamkorlikni yo'lga qo'yish va barcha jarayonlarni sinxronlashtirish kompaniyaning muvaffaqiyatli ishlashiga yordam beradi. Xarid qilish logistikasi, shuningdek, samarali yetkazib berish va mahsulotni saqlashni ta'minlash, transport, sug'urta va boshqa iqtisodiy masalalarni optimallashtirishni o'z ichiga oladi.

**Xulosa va takliflar.** Tadqiqot davomida olib borilgan izlanishlar natijasida korxonalarda xarid faoliyatini tashkil etish va boshqarish uchun quyidagi takliflar va tavsiyalarni ishlab chiqildi.

1. Kompaniya sotib olish jarayonlarini avtomatlashtirishga e'tibor qaratishi kerak. Bu so'nggi texnologiyalarni joriy qilish orqali xarid qilish faoliyatini tezlashtiradi va inson omilining xatoliklarini kamaytiradi.

2. Yangi yetkazib beruvchilarni doimiy ravishda tanlash va tahlil qilishdan ko'ra, mavjud ishonchli yetkazib beruvchilar bilan uzoq muddatli hamkorlikni rivojlantirishga intilish kerak.

3. Iste'molchilarning ehtiyojlarini prognoz qilishda ilg'or marketing tahlil usullarini qo'llash zarur.

4. Xarid qilish faoliyatida sifat nazorati muhim o'rin tutadi. Mahsulotlar va xizmatlar sifatining doimiy ravishda tekshirilishi va yaxshilanishi kerak, chunki sifat, mijozlarning qoniqishi va kompaniyaning raqobatbardoshligini oshirishda hal qiluvchi rol o'ynaydi.

5. Xarid qilish faoliyatidagi xarajatlarni doimiy ravishda nazorat qilish va optimallashtirish kompaniyaning moliyaviy holatini yaxshilashga yordam beradi.

Xulosa qilib aytganda, sotib olish faoliyatining muvaffaqiyati korxonaning bozorni anglash va talablarni to‘g‘ri prognoz qilishiga, yetkazib beruvchilar bilan samarali ishlashga, shuningdek, barcha xarajatlarni optimal darajada saqlashga bog‘liq.

**Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:**

1. Айнабек К.С. Теория общественного хозяйствования (Альтернатива экономической теории и экономика) / К.С. Айнабек. – М.: КЭУК, 2014. 608с.
2. Аникин Б.А. Логистика / Б.А. Аникин. – М.: Проспект, 2013. 406 с
3. Баскакова О.В. Экономика предприятия (организации) / О.В. Баскакова, Л.Ф. Сейко. - М: Дашков и К, 2013. 372 с.
4. Борисова В.В. Конфигурирование логистических потоков (Стратегии развития инструментов коммерции) / В.В. Борисова. – СПб.: Издво СПбГЭУФ, 2012. С. 34-56.
5. Бочкарев А.А. Планирование и моделирование цепи поставок/ А.А. Бочкарев. -М.: Альфа-Пресс, 2013г. 192с.
6. Холинов А. Выбор программного обеспечения для складского комплекса // Логистика сегодня. – 2013. - № 6.

<p><b>Ж.Эргашев</b></p> <p><b>Особенности организации и управления закупочной деятельностью на предприятиях</b></p> <p><b>Аннотация.</b> В данной статье рассматривается важность эффективного планирования и прогнозирования оптовых закупок товаров. Изучение и прогнозирование потребительского спроса необходимо для принятия рациональных решений при покупке товаров. В процессе закупок перечислены такие важные этапы, как анализ рынка, выбор поставщиков, заключение контрактов и контроль.</p> <p><b>Ключевые слова:</b> предприятие, закупка, доставка, логистика, потребитель, рынок, потребность, сырье, производство, товар, стоимость, услуга, материальный ресурс, поставка, транспорт, контракт.</p>	<p><b>J.Ergashev</b></p> <p><b>Features of organization and management of procurement activities in enterprises</b></p> <p><b>Abstract.</b> This article examines the importance of effective planning and forecasting of the wholesale purchase of goods. The study and forecasting of consumer demand is necessary in order to make reasonable decisions when purchasing goods. In the procurement process, important stages are presented, such as market analysis, supplier selection, contracting and control.</p> <p><b>Keywords:</b> enterprise, procurement, delivery, logistics, consumer, market, need, raw materials, production, goods, cost, service, material resource, supply, transport, contract.</p>
--	--

**Fotimaxon Ibragimovna Ergasheva** – Namangan davlat texnika universiteti “Iqtisodiyot” kafedراس dotsenti, PhD

**JAMOATCHILIK BILAN ALOQALARNI BOSHQARISH FUNKSIYALARI VA TAMOYILLARI**

**Annotatsiya.** Ushbu maqolada jamoatchilik bilan aloqalar va uni boshqarishga bo‘lgan turli yondashuvlar, ularning mazmuni hamda guruhlanishi yoritilgan. Jamoatchilik bilan aloqalarni boshqarishdagi asosiy funksiyalar va tamoyillar bayon etilib, ulardan samarali foydalanishda uchraydigan to‘siq bo‘luvchi ayrim muammolar ko‘rsatib o‘tilgan. Soha doirasida umumiy xulosa shakllantirilib, faoliyatni samarali olib borish uchun tegishli tavsiyalar ishlab chiqilgan.

**Kalit so‘zlar:** jamoatchilik bilan aloqalar, jamoatchilik bilan aloqalar texnologiyalari, tashqi jamoatchilik, ichki jamoatchilik, jamoatchilik fikri, boshqaruv funksiyasi, jamoatchilik bilan aloqalar-mutaxassislarini, tamoyillar

**Kirish.** Jahon bozorning yaratilishi, axborot rolining kuchayishi va bozor aloqalarining ahamiyati mahsulotlarni bozorlarda ilgari surish amaliyotining o‘zgarishiga olib keldi. Xo‘jalik yuritishning sanoat turi davrida reklama ishlab chiqarilgan mahsulotlarni sotishda potensial iste‘molchilarni xabardor qilishning asosiy vositasi bo‘lib xizmat qildi. Bugungi kunda biznes iste‘molchilarni mahsulot va xizmatlar to‘g‘risida xabardor qilishning muqobil vositalarini

ISSN 2091-5187

☞ “СЕРВИС” ☞

Журнал Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти таҳририят  
бўлимида нашрга тайёрланди.

19.05.2025 йилда теришга берилди. 06.06.2025 йилда босишга рухсат этилди.  
Офсет босма қоғози. Қоғоз бичими 60x84<sub>1/8</sub>. “Times” гарнитураси. Офсет  
босма усули. Шартли босма табағи 14,6. Ҳисоб-нашриёт  
табағи 13,75. Адади 100 нусха. Буюртма № 0036А/25

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, 2025.