



ISSN 2091-5187

СЕРВИС

№4

ИЛМИЙ-АМАЛИЙ
ЖУРНАЛ

2025



СЕРВИС

ИЛМИЙ-АМАЛИЙ ЖУРНАЛ 2025 йил, 4-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 ҳудудида

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

И.Б.Маттиев – СамИСИ профессори, DSc

Layli Baxtiyorovna Navruz-zoda Kichik biznes raqobatbardoshligini baholovchi sun'iy intellekt kompozit indeksi	159
МЕНЕЖМЕНТ ВА МАРКЕТИНГ	
Iltom Begmatdulobovich Mattiyev Stressni boshqarish va sog'lom hayot tarzi odatlari	163
Nargiza Muzafarovna Babaeva Biznesni muvaffaqiyatli bo'lishida ta'lim va tajribaning ta'sir darajasi tahlili	167
Камилла Бахромовна Суюнова, Шахзода Абборовна Фаилова Маркетинг инноваций как фактор динамического роста отраслей экономики Узбекистана	172
Xilola Nematovna Ochilova Lavozimlar greydingining mohiyati hamda davlat va nodavlat tashkilotlarida lavozimlar greydingi tizimini qo'llanilishi	176
Nigina Ma'rufovna Usmanova, Abdulxofiz Jamshid o'g'li Hamrayev Sun'iy intellektning inson resurslarini boshqarishni takomillashtirishga ta'siri	182
Azizjon Isroiljonovich Ibroximov Korxonada xodimlarini boshqarishda KPI tizimidan samarali foydalanish yo'llari	188
ИНВЕСТИЦИЯ ВА РЕЖАЛАШТИРИШ	
Насиба Акбаржонова Усманова, Жахонгир Санжарович Каримов Проблемы при планировании проекта. иерархическое распределение работ как ключ к решению	191
БУХГАЛТЕРИЯ ҲИСОБИ, ИҚТИСОДИЙ ТАҲЛИЛ ВА АУДИТ	
Rahmonkul Hamidovich Djalilov Respublikamizda bilvosita soliqlar auditining nazariy masalalari	195
Бобур Фарходович Боронов, Дилноза Гафуровна Худайназарова, Хушвақт Мансурович Ёдгоров Фармацевтика корхоналарининг бухгалтерия ҳисоби субъектлари сифатидаги ташкилий-ҳуқуқий масалалари	198
Анвар Нематович Холиқулов, Азамат Ҳамроқулович Рахимов Автомобиль сервис билан шуғулланадиган субъектларнинг самарадорлигини ифодаловчи кўрсаткичларнинг омилли таҳлили	203
Olimjon G'ayrat o'g'li Fattoyev Aholi daromadlari tarkibi va dinamikasi tahlili asosida ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishni takomillashtirish	207
Насиба Акбаржонова Усманова, Асель Армановна Сулейманова Анализ востребованных компетенций на рынке труда и их влияние на HR-стратегии компаний.	211
ТАЪЛИМ, КАДРЛАР ТАЙЁРЛАШ ВА ПЕДАГОГИКА	
Akram Abduraxmonovich Azizqulov G'azzoliy ta'lim jarayonida shogirdning odobi xususida . (Abu Homid G'azzoliyning ta'lim-tarbiyaga oid qarashlarida shogird odobi xususida)	215
Sarvar Ayubovna Isxakova, Shaxzoda Shuxratovna Amriyeva Oliy ta'lim tizimining samaradorligini oshirish yo'nalishlari	220
ЭЪТИБОРГА МОЛИК МАСАЛАЛАР	
Мамаюнус Қаршибоевич Пардаев, Обид Мамаюнусович Пардаев Метод ва методологиянинг мазмуни ва фарқлари Иқтисодиётга оид атамаларнинг таърифлари	225

sharoit yaratish mumkin. Davlat siyosati, xususi sektor va ta’lim tizimi sinergiyasini yo’lga qo’yilishi mamlakat biznes ekotizimi va iqtisodiy salohiyatini sezilarli darajada oshirishi mumkin.

Foydalanilgan adabiyotlar ro’yxati:

1. "2022 — 2026 yillarda O‘zbekiston Respublikasining innovatsion rivojlanish strategiyasini tasdiqlash to‘g‘risida" O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni, 06.07.2022 yildagi PF-165-son.
2. Gary S. Becker - Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis, with Special Reference to Education (1964, кейинги нашрлари 1975 va 1995)
3. World Bank — Human Capital Index, Uzbekistan. [World Bank Open Data+1](#)
4. [stat.uz](#) - State Committee of the Republic of Uzbekistan on Statistics — indicators of small businesses in the Republic of Uzbekistan (2023).
5. Asian Development Bank — Asia SME Monitor (Uzbekistan sections, 2023–2025). [data.adb.org+1](#)
6. CEIC / National statistics on labour force and education indicators.

<p>Н.Бабаева</p> <p>Анализ влияния уровня образования и опыта на успешность бизнеса</p> <p>Аннотация. В любой экономической системе самым ценным ресурсом является человек. На первый взгляд это звучит просто, однако в бизнес-среде данное утверждение имеет гораздо более сложные практические последствия. Образование и профессиональный опыт являются двумя ключевыми факторами, формирующими предпринимательский потенциал. Они дополняют друг друга: образование даёт теоретические знания, а опыт проверяет эти знания в реальных условиях. В данной статье рассматривается, как эти два фактора влияют на успешность бизнеса, анализируется их взаимное воздействие, а также предпринимается попытка оценить их роль на основе статистических данных Республики Узбекистан.</p> <p>Ключевые слова: человеческий капитал, инвестиции в образование, профессиональный опыт, успех бизнеса, компетенции рынка труда, предпринимательские навыки, показатель трудоустройства, уровень «выживаемости» предприятий, бизнес-экосистема.</p>	<p>N.Babaeva</p> <p>An analysis of the impact of education and experience on business success</p> <p>Abstract. In any economic system, the most valuable resource is the human being. Although this may sound simple, its practical implications in the business world are far more complex. Education and professional experience are two essential factors that shape entrepreneurial capacity. They complement one another: education provides theoretical knowledge, while experience tests this knowledge in real-life situations. This article examines how these two factors influence business success, explores the interaction between them, and attempts to assess their impact using statistical data from Uzbekistan.</p> <p>Keywords: human capital, educational investment, professional experience, business success, labor market competencies, entrepreneurial skills, placement rate, firm survival rate, business ecosystem.</p>
--	--

Камилла Бахромовна Суюнова – доцент кафедры «Маркетинг», СамИЭС,
Шахзода Абровна Фазилова – студентка факультета «Сервис», СамИЭС

МАРКЕТИНГ ИННОВАЦИЙ КАК ФАКТОР ДИНАМИЧНОГО РОСТА ОТРАСЛЕЙ ЭКОНОМИКИ УЗБЕКИСТАНА

<p>Аннотация. В статье рассматривается влияние маркетинга инноваций на ускорение экономического роста ключевых отраслей экономики Узбекистана. Определены особенности применения инновационных маркетинговых инструментов, таких как цифровые технологии, аналитика, продуктовые инновации и модели привлечения потребителей. Проанализированы преимущества, проблемы и перспективы внедрения маркетинга инноваций в производственных, банковских и технологических секторах страны. Акцент сделан на необходимости развития человеческого капитала и совершенствования маркетинговых стратегий, ориентированных на глобальные тренды и запросы цифровой экономики.</p> <p>Ключевые слова: маркетинг инноваций, экономический рост, цифровая трансформация, отрасли экономики, конкурентоспособность, инновации, модернизация, стратегический маркетинг, маркетинговые технологии.</p>
--

Введение. В современных условиях глобальной конкуренции эффективность экономического развития страны напрямую связана с уровнем инноваций и степенью их адаптации в различных секторах экономики. Узбекистан, активно проводящий модернизацию промышленности, реформу финансовой сферы и цифровую трансформацию, уделяет особое внимание внедрению инновационных подходов в маркетинговую деятельность предприятий. Инновационный маркетинг позволяет не только ускорить коммерциализацию научных разработок, но и повысить позиции национальных компаний в международной среде.

Маркетинг инноваций - это система управления рынком и продуктами, направленная на создание, продвижение и коммерциализацию новых технологий, услуг или бизнес-моделей. Он выступает ключевым механизмом ускорения экономического роста, поскольку помогает компаниям быстрее адаптироваться к изменениям, увеличивать экспортный потенциал, повышать эффективность и привлекать инвестиции¹. Его основная цель - выявление потребностей рынка и формирование эффективных решений с использованием современных цифровых инструментов. В отличие от традиционного маркетинга, он ориентирован на работу с новыми рынками, неопределённым спросом и высокими рисками, что требует гибких стратегий и активного применения аналитики данных, цифровых платформ и автоматизированных систем.

Обзор литературы. Ученые М.К.Аллаярова, М.О.Бозоров внесли большой вклад в изучение проблем, связанных с изучением внедрения инновационного маркетинга в национальную экономику; предлагают направления развития через образовательные и институциональные меры. В своих трудах рассматривают маркетинг, как важнейший инструмент продвижения товаров и услуг во всех областях, производящих эти услуги и продукты производства, который перешел в наиболее совершенную форму: цифровой маркетинг².

А.Ж.Қаххоров, Х.Абдуллаева, Д.Холмаматов исследуют место инновационного маркетинга в деятельности предприятий, описывают практические подходы внедрения цифровых инструментов и приводят примеры использования маркетинга для повышения конкурентоспособности малого и среднего бизнеса³.

Методология исследования. При решении задач, поставленных в роли маркетинговых стратегий, влияния маркетинга инноваций на развитие отраслей Узбекистана широко используются такие методы как, анализ и синтез, индукция и дедукция.

Анализ и результаты. Маркетинг инноваций оказывает значительное влияние на развитие ключевых отраслей экономики Узбекистана. В промышленности внедрение цифровых решений и автоматизированных систем способствует росту производительности и снижению издержек. В финансовом секторе активно развивается финтех, расширяется использование онлайн-банкинга, мобильных приложений и цифровых платёжных систем. В сфере информационных технологий формируются стартап-экосистемы, создаются технопарки и инновационные центры, что стимулирует приток инвестиций и развитие человеческого капитала.

Компании, активно применяющие инновационные маркетинговые стратегии, демонстрируют более высокие темпы роста, быстрее адаптируются к изменениям рынка и эффективнее выходят на международные рынки.

Исходя из вышесказанного, мы хотим представить в таблице-1 анализ влияний маркетинга инноваций на развитие отраслей Узбекистана.

На основании таблицы можно выделить несколько ключевых тенденций:

1. Котлер Ф., Келлер К. Маркетинг-менеджмент. — М.: Вильямс, 2021.

2 Аллаярова М. К., Бозоров М. О. Необходимость развития инновационного маркетинга в экономике Узбекистана // Вопросы экономики и управления. — 2018. — № 2 (13). — С. 15-16.

3 Қаххоров А.Ж. «Инновацион маркетингнинг иқтисодий фаолият сифатидаги мазмун-моҳиятига илмий шарҳ» // «Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар», 2015, № 6.; Haqberdiyevich H. D., Kizi A. F. A., Hayrullayevich A. O. Use of investments in the electoral issue for the development of yarmar trade //Вопросы науки и образования. – 2018. – №. 29 (41). – С. 49-51.

Таблица 1
Влияние маркетинга инноваций на развитие отраслей Узбекистана¹

Отрасль	Применяемые инновации	Эффекты маркетинга инноваций	Проблемы внедрения
Промышленность (текстиль, электроника, стройматериалы)	цифровые платформы продаж, автоматизация, новые материалы	рост экспорта, повышение узнаваемости брендов, оптимизация производственных затрат	недостаток специалистов в digital-маркетинге, низкая интеграция ИТ
Финансовый сектор (банки, финтех)	мобильные приложения, онлайн-банкинг, Big Data	рост числа клиентов, улучшение клиентского опыта, повышение скорости операций	киберриски, высокие затраты на внедрение технологий
Сельское хозяйство	агро-технологии, мониторинг через дроны, marketplace-платформы	расширение рынков сбыта, повышение урожайности, улучшение логистики	слабая цифровизация регионов
Туризм и сервис	AR/VR-маркетинг, таргетированная реклама, брендинг регионов	рост туристического потока, развитие внутреннего туризма, повышение конкурентоспособности	ограниченность бюджета, недостаток инфраструктуры
ИТ и стартап-сектор	инновационные продукты, SaaS, маркетплейсы	создание новых рабочих мест, рост инвестиций, ускорение технологического развития	нехватка инвестиций на ранних стадиях

1. В текстильной и промышленной отрасли внедрение новых маркетинговых технологий — работа с международными онлайн-платформами, цифровой брендинг, автоматизация продвижения — приводит к росту экспорта и улучшению репутации узбекских производителей на мировом рынке.

2. Благодаря мобильным приложениям, бесконтактным платежам и цифровым маркетинговым стратегиям банки увеличивают количество пользователей, снижая операционные издержки.

3. Маркетплейсы и цифровые торговые платформы позволяют фермерам продавать продукцию напрямую, минуя посредников, что усиливает экономическую эффективность отрасли.

4. Использование AR-экскурсий, 3D-туров и социального маркетинга повышает привлекательность Узбекистана для иностранных туристов.

5. Несмотря на высокий потенциал ИТ-сферы, стартапы сталкиваются с проблемами инвестиций, кадров и масштабирования.

Анализ показал, что маркетинг инноваций способствует ускорению экономического роста отраслей за счёт повышения производительности, экспортного потенциала и инвестиционной привлекательности, при этом компании, внедряющие цифровой маркетинг и инновационные инструменты, развиваются быстрее традиционных, особенно в сферах финансов, ИТ и промышленности, а дальнейший прогресс требует усиления подготовки специалистов, расширения цифровой инфраструктуры и инвестиций, при этом Узбекистан обладает благоприятными условиями для развития инновационного маркетинга благодаря проводимым реформам, цифровизации и созданию новых

¹ Разработано авторами

технологических центров.

Рекомендации и выводы.

В заключение можно сделать вывод, что маркетинг инноваций является важнейшим инструментом ускорения экономического роста отраслей Узбекистана. Он способствует модернизации экономики, повышению конкурентоспособности предприятий, росту экспорта и развитию новых рынков. Для эффективного внедрения инновационных маркетинговых стратегий необходимо:

- расширять цифровую инфраструктуру;
- усиливать подготовку специалистов в области digital-маркетинга;
- поддерживать стартап-экосистему;
- стимулировать предприятия к инновациям через государственные программы и гранты.

Комплексное применение маркетинга инноваций позволит Узбекистану укрепить позиции в глобальной экономике и обеспечить устойчивый рост, а также применение современных маркетинговых стратегий поможет предприятиям быстрее адаптироваться к изменениям на глобальных рынках и создавать устойчивые конкурентные преимущества.

Список использованной литературы

1. Котлер Ф., Келлер К. Маркетинг-менеджмент. — М.: Вильямс, 2021.
2. Аллаярова М. К., Бозоров М. О. Необходимость развития инновационного маркетинга в экономике Узбекистана // Вопросы экономики и управления. — 2018. — № 2 (13). — С. 15-16.
3. Қаххоров А.Ж. «Инновацион маркетингнинг иқтисодий фаолият сифатидаги мазмун-моҳиятига илмий шарҳ» // «Иқтисодиёт ва инновацион технологиялар», 2015, № 6.
4. Haqberdiyevich H. D., Kizi A. F. A., Hayrullayevich A. O. Use of investments in the electoral issue for the development of yarmar trade // Вопросы науки и образования. – 2018. – №. 29 (41). – С. 49-51.
5. Drucker P. Innovation and Entrepreneurship. HarperBusiness, 2014.

<p>K.Suyunova, Sh.Fazilova Innovatsiyalar marketingi O‘zbekiston iqtisodiyot tarmoqlarini dinamik o‘shish omili sifatida</p> <p>Annotatsiya. Ushbu maqolada innovatsion marketingning O‘zbekiston iqtisodiyotining asosiy tarmoqlarida iqtisodiy o‘shishni jadallashtirishga ta’siri ko‘rib chiqiladi. U raqamli texnologiyalar, tahlillar, mahsulot innovatsiyalari va iste’molchilarni jalb qilish modellari kabi innovatsion marketing vositalaridan foydalanishning o‘ziga xos xususiyatlarini aniqlaydi. Mamlakatning ishlab chiqarish, bank va texnologiya sohalarida innovatsion marketingni joriy etishning afzalliklari, muammolari va istiqbollari tahlil qilingan. Shu bilan birga maqolada inson kapitalini rivojlantirish, global tendentsiyalar va raqamli iqtisodiyot talablariga yo‘naltirilgan marketing strategiyalarini takomillashtirish zarurligiga e’tibor qaratiladi.</p> <p>Kalit so‘zlar: innovatsion marketing, iqtisodiy o‘shish, raqamli transformatsiya, iqtisodiyot tarmoqlari, raqobatbardoshlik, innovatsiyalar, modernizatsiya, strategik marketing, marketing texnologiyalari.</p>	<p>K.Suyunova, Sh.Fazilova Marketing innovations as a factor of dynamic growth of Uzbekistan's economic sectors</p> <p>Abstract. This article examines the impact of innovation marketing on accelerating economic growth in key sectors of the Uzbek economy. It identifies the specifics of using innovative marketing tools, such as digital technologies, analytics, product innovations, and consumer engagement models. The advantages, challenges, and prospects for implementing innovation marketing in the country's manufacturing, banking, and technology sectors are analyzed. Emphasis is placed on the need to develop human capital and improve marketing strategies oriented toward global trends and the demands of the digital economy.</p> <p>Keywords: innovation marketing, economic growth, digital transformation, economic sectors, competitiveness, innovation, modernization, strategic marketing, marketing technologies.</p>
---	--

ISSN 2091-5187

☞ “СЕРВИС” ☞

Журнал Самарқанд иқтисодиёт ва сервис институти таҳририят
бўлимида нашрга тайёрланди.

10.12.2025 йилда теришга берилди. 16.12.2025 йилда босишга рухсат этилди.
Офсет босма қоғози. Қоғоз бичими 60x84_{1/8}. “Times” гарнитураси. Офсет
босма усули. Шартли босма табоғи 14,6. Ҳисоб-нашриёт
табоғи 13,75. Адади 100 нусха. Буюртма № 0143А/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.