



MEHNAT IQTISODIYOTI VA INSON KAPITALI

ISSN: 3030-3117

<https://laboreconomics.uz/>



KORXONALARNING INNOVATSION SALOHİYATINI SHAKLLANTIRISHDA LOGISTIKA VA MARKETING INTEGRATSIYASI MEXANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISH

Xoshimova Nazokatxon Alisher qizi

Hamkorbank ATB Shokir Ibrohim Mintaqaviy filiali

nazokat_alisherovna@gmail.com

Annotatsiya. Maqola korxonaning innovatsion rivojlanish tizimida marketing va logistika konsepsiyalarini integratsiyalash yo'nalishlarini o'z ichiga oladi. Shu bilan birga, innovatsiyalar oqimini logistik boshqarishning determinantlari belgilab berilgan bo'lib, ular orasida eng muhimlari joy va vaqtdir. Korxonaning innovatsion salohiyatini shakllantirishda marketing va logistika tushunchalarining o'zni aniqlanib, bunda marketing va logistika innovatsiyalarning bevosita turi, innovatsiyalarning transformatsiyasini ta'minlash jarayoni sifatida ta'riflanadi. Sanoat korxonasining innovatsion salohiyatini shakllantirishda obyektlar, vositalar va jarayonlar integratsiyasiga yangicha yondashuv sifatida marketing va logistikaning o'rnini belgilashning tizimli tamoyilini qo'llash asoslangan.

Kalit so'zlar: logistik konsepsiya, innovatsion salohiyat, sanoat korxonasi, tashkiliy-boshqaruv yechimi, logistik mahsulot, marketing.

СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕХАНИЗМОВ ИНТЕГРАЦИИ ЛОГИСТИКИ И МАРКЕТИНГА В ФОРМИРОВАНИИ ИННОВАЦИОННОГО ПОТЕНЦИАЛА ПРЕДПРИЯТИЙ

Хошимова Назокатхон Алишер кизи

АКБ «Hamkorbank», Региональный филиал Шокир Иброхим

Аннотация. Статья охватывает направления интеграции концепций маркетинга и логистики в системе инновационного развития предприятия. Вместе с тем определены детерминанты логистического управления инновационными потоками, наиболее важными среди которых являются место и время. Определена роль концепций маркетинга и логистики в формировании инновационного потенциала предприятия, при этом маркетинг и логистика описываются как непосредственный вид инноваций и процесс, обеспечивающий их трансформацию. Обосновано применение системного принципа определения роли маркетинга и логистики как нового подхода к интеграции объектов, средств и процессов при формировании инновационного потенциала промышленного предприятия.

Ключевые слова: логистическая концепция, инновационный потенциал, промышленное предприятие, организационно-управленческое решение, логистический продукт, маркетинг.

IMPROVING THE INTEGRATION MECHANISMS OF LOGISTICS AND MARKETING IN FORMING THE INNOVATIVE POTENTIAL OF ENTERPRISES

Khoshimova Nazokatkhon Alisher kizi

JSCB "Hamkorbank", Shokir Ibrohim Regional Branch

Abstract. The article covers the directions of integrating marketing and logistics concepts within the innovative development system of an enterprise. At the same time, the determinants of the logistical management of innovation flows are defined, among which place and time are the most crucial. The role of marketing and logistics concepts in forming the innovative potential of the enterprise is identified, where marketing and logistics are described as a direct type of innovation and a process that ensures their transformation. The application of a systematic principle for determining the role of marketing and logistics is substantiated as a new approach to the integration of objects, tools, and processes in forming the innovative potential of an industrial enterprise.

Keywords: logistics concept, innovative potential, industrial enterprise, organizational and managerial solution, logistics product, marketing.

Kirish

Globallashuv jarayonlari sharoitida zamonaviy iqtisodiyotning rivojlanishi o'zaro bog'liq jarayonlarni: muayyan moddiy boyliklarni ishlab chiqarish, generatsiya qilish, sotib olish, tarqatish va qo'llashni samarali tashkil etishga tobora ko'proq bog'liq bo'lib bormoqda. Bilim, innovatsiya va ularni nazorat qilish - bir paytlar yer, xomashyo va fabrikalarga egalik qilish kabi - boylikning zamonaviy belgilariga aylanmoqda.

Moddiy oqim logistikasi sohasi logistik tizimning ma'lum chegaralarida uning o'zgarishining barcha mumkin bo'lgan fazalarini o'z ichiga oladi. Moddiy oqim transformatsiyasining eng to'liq bosqichlari sanoat korxonasi logistikasida, ya'ni tayyor mahsulot, yarim tayyor mahsulot, tarkibiy qismlar va boshqalarni ishlab chiqaruvchi korxona yoki tashkilotda aniqlanadi. Bunday korxonalarda ishlab chiqarish bosqichi mavjud.

Beqaror, tez o'zgaruvchan muhitda, ichki bozorda inqirozli hodisalarning keskinlashuvi va tadbirkorlik faoliyatida yangi zaxiralarni izlash sharoitida nafaqat ishlab chiqarish yangiliklari, balki tashkiliy-boshqaruv innovatsiyalari, xususan, marketing va logistika innovatsiyalari ham muvaffaqiyatning asosiy omillariga aylanmoqda.

Mavzuga oid adabiyotlar sharhi

Korxonani boshqarishga logistik yondashuv masalalari quyidagi olimlar tomonidan tadqiq etilgan: D.A. Ivanov, V.K. Kozlov, F. Kotler, N. Kruminsh, M.A. Oklander, N.I. Chuxray va boshqalar. Asarlarda mikro va makro darajadagi logistika muammolari ko'rib chiqiladi.

O'zbekistonlik iqtisodchi olimlar milliy iqtisodiyotning innovatsion potensialini oshirishda marketing va logistika strategiyalarini uzviy integratsiyalash masalalariga alohida e'tibor qaratib kelishmoqda. Xususan, prof. Sh.J. Ergashxodjayeva, prof. M.R. Boltabayev, prof. A.Sh. Bekmurodov va prof. M.Q. Pardaev[1;2;3] kabi yetakchi iqtisodchi olimlar tomonidan keng

tadqiq etilgan. Ushbu izlanishlarda marketing tadqiqotlari va logistika zanjirlarini birga boshqarish xarajatlarni optimallashtirish, bozor talabiga tezkor moslashish hamda mahsulot va xizmatlarning raqobatbardoshligini oshirishda hal qiluvchi drayver ekanligi nazariy va amaliy jihatdan asoslab berilgan.

Biroq, bir tomondan, iqtisodiyotning innovatsion salohiyatini shakllantirishning logistik tarkibiy qismi, uni iqtisodiyot transformatsiyasi sharoitida amalga oshirish masalalariga bag'ishlangan tadqiqotlar soni ortib borayotganiga qaramay, yuqorida qayd etilgan muammolarni nazariy hal etishga nisbatan integratsiyalashgan yondashuvning yo'qligi sezilmoqda. Bunday sharoitda innovatsion rivojlanish imkoniyatlari tahlilini o'rganish va ularni amalga oshirish uchun maqsadli bozorlarni shakllantirish, innovatsion salohiyatni shakllantirish jarayonida tashkiliy-boshqaruv qarorlarining roli va o'rne dolzarb ahamiyat kasb etadi. Bular innovatsion faoliyatda logistik qarorlarni qabul qilishni ma'muriy jihatdan ta'minlash masalasini ishlab chiqishni talab qilib, joriy va strategik maqsadlarga erishish nuqtai nazaridan sanoat korxonalarining innovatsion salohiyatini boshqarishga tizimli yondashuvning birinchi navbatdagi masalalari sifatida namoyon bo'ladi, bu esa maqoladagi tadqiqotning maqsadi hisoblanadi.

Tadqiqot metodologiyasi

Maqolada keltirilgan ilmiy-amaliy xulosalar qiyosiy va retrospektiv tahlil, guruhlash hamda mantiqiy modellashtirish metodlari yordamida, O'zbekiston logistika tizimining tarixiy-infratuzilmaviy rivojlanish bosqichlari va boshqaruv konsepsiyalarini o'rganish asosida shakllantirilgan.

Tahlil va natijalar

Transport, logistika va savdo tarmoqlari davlatimiz iqtisodiyotida azaldan muhim o'rin tutib kelgan. Tarixan logistika sohasining rivojlanishi ma'lum bir voqealar oqimiga duch kelgan bo'lib, ularni quyidagi bosqichlarga bo'lish mumkin [3; 5, 7].

O'zbekistonda transport, logistika va savdo tarmoqlarining shakllanishi hamda rivojlanishi mamlakatning geostrategik joylashuvi, iqtisodiy islohotlar va xalqaro integratsiya jarayonlari bilan uzviy bog'liq holda bir necha asosiy bosqichlarni bosib o'tgan.

Birinchi bosqich - 1991–2000-yillar davomiyligida davlat mustaqillikka erishgach, milliy transport-logistika infratuzilmasining huquqiy va institutsional poydevori yaratildi hamda Buyuk Ipak yo'li tarixiy tajribasiga tayanib, xalqaro koridorlarga chiqishning dastlabki qadamlari tashlandi[4].

Ikkinchi bosqich - 2001–2016-yillar oralig'ida mamlakat ichki va tashqi transport tarmoqlarini modernizatsiya qilish, temir yo'llarni elektrlashtirish hamda “Navoiy” erkin industrial-iqtisodiy zonasi negizida xalqaro intermodal logistika markazini barpo etish orqali infratuzilmaviy salohiyatni keskin oshirish davri bo'ldi[5].

Uchinchi va eng faol bosqich - 2017–2025-yillardan hozirgi kungacha bo'lgan davrni qamrab olib, unda logistika va savdo sohasini raqamlashtirish,

bojxona tartib-taomillarini soddalashtirish, “Xitoy–Qirg‘iziston–O‘zbekiston” hamda Transafg‘on koridorlari kabi strategik loyihalarni ilgari surish, shuningdek, logistika va marketing funksiyalarini innovatsion integratsiyalash orqali hududiy va xalqaro savdo habiga aylanish strategiyasi izchil amalga oshirilmoqda[6].

Logistika boshqaruvi bozor sharoitida barcha turdagi xo‘jalik aloqalarining moliyaviy-iqtisodiy va huquqiy ta‘minoti holatiga sezilarli darajada ta‘sir ko‘rsatadi. Bu, eng avvalo, transport xizmatlari bozoriga, ombor xo‘jaligini tashkil etish va uning faoliyat yuritishiga, shuningdek, vositachi tashkilotlar hamda korxonalarda transport xizmatlarini rivojlantirishga taalluqlidir.

Logistik tizimning samaradorligi berilgan logistika xarajatlari darajasida ushbu tizimning ishlash xususiyatlari to‘plami bilan tavsiflanadi. Har qanday biznes tashkiloti logistikani joriy etar ekan va uning maqsadlariga mos keladigan logistik tizimni shakllantirar, eng avvalo, uning haqiqiy yoki potensial samaradorligini baholashga intiladi. Logistik faoliyat natijadorligining asosiy ko‘rsatkichlari deganda, logistik rejaning bajarilishini tovar oqimini boshqarishning asosiy funksiyalari va natijalari (marketing/sotish, ishlab chiqarish va logistika) bilan bog‘lash va shu tariqa tuzatish harakatlariga bo‘lgan ehtiyojni aniqlash imkonini beruvchi, nisbatan oson qo‘llaniladigan natijadorlik (unumdorlik) ko‘rsatkichlarining zarur va yetarli qatori tushuniladi. Ishlab chiqarish logistikasi ishlab chiqarish jarayonini tezlashtirish va xarajatlarni minimallashtirish maqsadida ishlab chiqarish jarayonlarini, shu jumladan ichki ishlab chiqarish transportirovkasi, omborga joylashtirishni rejalashtirish va boshqarishda, buning uchun zarur bo‘lgan axborot oqimini kuzatib borishda amal qiladi. Ishlab chiqarish logistikasida alohida ustuvor tamoyillarni (masalan, quvvat, resurslardan to‘liq foydalanish va h.k.)

Bir tomondan, marketing va logistika masalalariga, ikkinchi tomondan, iqtisodiyotni o‘zgartirish sharoitida sanoat korxonalarining innovatsion salohiyatini shakllantirish va amalga oshirish muammolariga bag‘ishlangan tadqiqotlar va nashrlar soni ortib borayotganiga qaramay, ushbu muammolarni nazariy jihatdan hal etishga yaxlit yondashuv mavjud emasligi sezilmoqda. Bunday sharoitda korxona innovatsion salohiyatining mohiyati va tuzilmasi, uni monitoring qilish, innovatsion rivojlanishning bozor imkoniyatlarini tahlil qilish va ularni amalga oshirish uchun maqsadli bozorlarni shakllantirish, innovatsion salohiyatni shakllantirish jarayonida innovatsiyalarning roli va o‘rnini tadqiq etish dolzarblik kasb etib, sanoat korxonalarining joriy va strategik maqsadlariga erishish bo‘yicha innovatsion faoliyatida logistik qarorlar qabul qilishning uslubiy ta‘minoti masalasini ishlab chiqishni taqozo etadi.

Zamonaviy bosqichda marketing va logistikaning alohida (parallel) rivojlanish tendensiyalari shaklida jadal rivojlanishini, ya‘ni ularni korxonadagi maxsus funksiyalar sifatida talqin qilishdan, bir vaqtning o‘zida

integratsiya uchun tobora real va potensial shart-sharoitlar hamda sohalarni belgilaydigan tobora aniqroq tuzilgan boshqaruv konsepsiyalariga o'tishini kuzatish mumkin. Sanoat korxonasining innovatsion faoliyatida marketing va logistikani integratsiyalash hamda uning raqobatdosh ustunliklari strategiyasini ishlab chiqish korxonaning bozor muhitida faoliyat ko'rsatish samaradorligini belgilovchi ham xarajat, ham bozor omillarini hisobga olishni nazarda tutadi.

Taklif etilgan nazariy asoslarni amaliyotga joriy etish bozor ehtiyojlariga moslashuvchan tarzda javob berish va tanlangan raqobat ustunliklari strategiyasi asosida adekvat marketing, logistika va innovatsion qarorlar qabul qilish imkonini beradi.

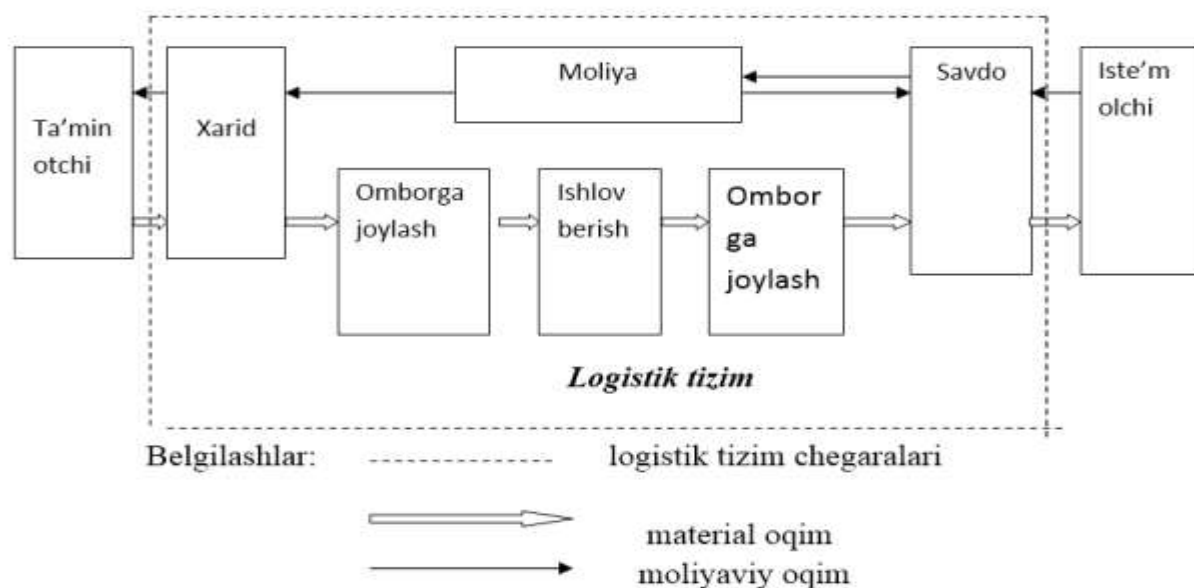
Logistik konsepsiya innovatsiyaning foydali xususiyatlari doirasini kengaytiradi - logistik yaroqlilik deganda, innovatsiyaning logistika operatsiyalarini tejamkorlik bilan bajarish qobiliyati, ya'ni yuklash, tushirish, tashish, ombordan chiqarish, saqlash, bir transport turidan boshqasiga qayta yuklash, saralash, birlashtirish, markirovkalash va boshqalar tushuniladi. Har bir logistik operatsiyaning bajarilishi logistik tizimning aniq zanjirlarini tashuvchi tegishli xarajatlarni bilan birga kechadi. Agar xarajatlarning og'irlik markazini ishlab chiqarishdan transport-ombor va qadoqlash yo'nalishlariga siljitish bo'yicha mavjud tendensiyaning hisobga olinishi, u holda logistika korxona xarajatlarni qisqartirishning muhim potensial imkoniyatlari saqlanib qoladigan faoliyat sohasi hisoblanadi. Logistik xarajatlarni minimallashtirish orqali samaradorlik zaxiralaridan maksimal darajada foydalanish muammosi mahalliy korxonalar uchun o'ta dolzarb bo'lganligi sababli, u aniq amaliy yechimlarni, ya'ni innovatsiyalarning logistik yaroqliligini takomillashtirish shaklida amalga oshirishni talab etadi.

Sanoat korxonasining innovatsion salohiyatini shakllantirishda logistik ta'minotning roli logistik boshqaruv talablariga muvofiq innovatsiyaning logistik yaroqliligi uchun innovatsion xususiyatlarni taqdim etish; resurslar va vaqt sarfini minimallashtirish orqali korxona innovatsion faoliyatining logistik samaradorligini ta'minlash; korxona bo'linmalari o'rtasida funksiyalararo hamkorlikni yo'lga qo'yish; logistik zanjirlarni shakllantirish orqali bozor kontragentlari, birinchi navbatda, yetkazib beruvchilar bilan hamkorlik munosabatlarini shakllantirishdan iborat.

Ma'lum bir vaqt oralig'ida ma'lumotlar oqimining paydo bo'lishi ularni oqimga aylantirishni talab qiladi, bu esa oqimlar almashinuvi makonlari va soatlarida sodir bo'ladigan hodisalarni aniqlaydigan fan sifatida logistika tamoyillariga rioya qilishni taqozo etadi. Logistik ma'lumotlar oqimi - bu logistik tizimda aylanadigan ma'lumotlar oqimi bo'lib, u logistik tizim tomonidan boshqariladi va tizimning boshqa a'zolari uchun foydali hisoblanadi. Logistik harakat oqimining asosiy determinantlariga vaqt (harakat siklining davomiyligi), oqim miqdori (haqiqiy va haqiqiy ko'rsatkichlarda), harakat tezligi, harakat tezligi (ta'siri) kabilarni kiritish mumkin.

Ixtirochilik sohasidagi logistika quyi tizimi axborot bozorida iste'mol qadriyatlarini yaratish jarayonida dastlabki o'rinni egallagan logistikaning alohida yangi variantini tashkil etadi. Logistik sirkulyatsiyaning ushbu bosqichining asosiy vazifasi axborot ta'minoti muammosini hal qilish bo'lib, birinchi navbatda, yangi (yoki mavjudlarini yaxshilash) mahsulotlar va jarayonlar uchun bozor mezonlariga javob beradigan g'oyalar haqida gap boradi. Innovatsion-logistika kontekstida bu korxona tomonidan boshlangan mahsulot va jarayon innovatsiyalari korxonaning bozor muhitiga ta'sir qilishini anglatadi, bu esa korxonada yangi, o'zgartirilgan jarayonlarni boshlaydi va hokazo. Tizim elementlari o'rtasida "korxona - iste'molchilar" tizimida o'zaro ta'sirlarni faollashtiruvchi axborot almashinuvi sodir bo'ladi. Bir tomondan, korxona nafaqat keng doiradagi o'zgarishlarga munosabat bildiradi, balki iste'molchilar ehtiyojlarini shakllantirish jarayoniga ijodiy tarzda aralashadi. Bundan tashqari, bu korxonada eng yangi g'oyalarni yaratish jarayoniga bozorning (mijozlar, talab) faol "aralashuvini" anglatadi. Demak, logistika va korxona salohiyatining namoyon bo'lishi bo'lgan, samarali strategik rejalashtirish va mahsulotlarning doimiy harakatlarini (ishlab chiqish, ishlab chiqarish, foydalanish va mahsulotni mumkin bo'lgan qayta qo'llash jarayonida) amalga oshirish uchun boshlang'ich bazani yaratuvchi logistik axborot paydo bo'ladi.

Logistik tizimining integrativ xususiyati unga o'z maqsadga erishish uchun, xom ashyo materiallarini xarid qilib, ularni o'z ishlab chiqarish quvvatlardan foydalangan holda boshqa material oqimga aylantirib, tashqi muhitga chiqarishni taqozo etadi. Logistik tizimni chegaralari ishlab chiqarish vositalarini aylanish sikli bilan aniqlanadi.



1-rasm. Logistik tizim ichida ishlab chiqarish vositalarining aylanishi

Manba: Muallif ishlanmasi

Logistik tizimining qurilishi va faoliyat ko'rsatishi quyidagicha konseptual qoidalarga asoslanishi kerak:

- Logistik tizimining barcha elementlari integrasiyasi va o'zaro aniq hamkorligi namoyon bo'luvchi tartibli yondashish, ya'ni uskunalarining alohida turlarini yaratishdan ishlab chiqarish – omborxona va ishlab chiqarish – transport tizimini yaratishga o'tishda ishlab chiqarish – transport tizimining yagona texnologik jarayonini amalga oshirish;

- mahsulot ishlab chiqarish - transport uskunalarini yaratish va ishlatish;

- iqtisodiy talablarga javob beruvchi zamonaviy mehnat sharoitlarini yaratish;

- bozorni mo'ljallash bilan butun logistik zanjiri davomida xarajatlar majmuasini hisobga olish;

- zamonaviy darajadagi servis xizmatlarini rivojlantirish, epchillik, ishonchlilik va yuqori sifatni ta'minlash;

Odatda logistik tizimlar noaniq sharoitda ishlaydi. Bu bozor kon'yukturasida transportning ishlashi tasodifiy jarayonlar sodir bo'lishi bilan bog'lik. Shu tufayli logistik tizimlarning muhim xususiyatlaridan biri - moslashish xususiyati. Logistik tizimlar ishlashining asosiy tamoyillaridan biri - yuqori darajadagi ishonchliligi va mustahkamligi hisoblanadi. Bu ishlab chiqarish, sotish va taqsimlashni ishonchli strategik rejalashtirishini ta'minlaydi[7].

Logistik sirkulyatsiya innovatsion, vaqt, sifat, ekologik, xarajat va boshqa toifalarda korxonada qiymat yaratishning barcha muhim jarayonlarini qamrab olish va strategik tahlil qilishning yangi, konseptual ma'nodagi chegaralarini belgilaydi. Qayd etilgan sirkulyatsiya ko'lamida qiymatni yaratish va o'zgartirishning qisman jarayonlarini integratsiyalash va muvofiqlashtirish ham innovatsion jihatlarni (mahsulot g'oyasi va logistik loyihasini yaratish jarayoni), ham multiplikatsiyalanadigan jihatlarni qamrab oladi. Shu bilan birga, yangi qadriyatlar va logistika samaralarining muhim manbalari bir vaqtning o'zida marketing va logistika muhiti deb ataladigan sohalarida mavjud bo'lib, ulardan olingan ma'lumotlar o'z navbatida korxona faoliyatining barcha sohaları uchun mazmunli asos yaratadi. Tadqiqotlar natijalari shuni ko'rsatadiki, hozirgi kunda respublikada faoliyat yuritayotgan kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlari iqtisodiyot tarmoqlarining muhim drayverlaridan biri hisoblanadi[8].

Xulosa

Tadqiqot natijalaridan kelib chiqib quyidagi xulosalarga kelindi:

1. Sanoat korxonasining innovatsion salohiyatini shakllantirishda logistikaning roli innovatsiyaning logistik yaroqliligini, ya'ni logistik boshqaruv talablariga muvofiqligini ta'minlash; resurs va vaqt sarfini minimallashtirish orqali korxona innovatsion faoliyatining logistik samaradorligini ta'minlash; korxona bo'linmalari o'rtasida funksiyalararo hamkorlikni yo'lga qo'yish va maqsadlar to'qnashuvini bartaraf etish; logistik zanjirlarni shakllantirish orqali bozor kontragentlari, birinchi navbatda,

yetkazib beruvchilar bilan hamkorlik munosabatlarini shakllantirishdan iborat. Aynan yaxlit jarayonli yondashuv logistika zanjirida moddiy va axborot oqimlarining harakatlanishi uchun konseptual shart-sharoitni tashkil etadi.

2. Innovatsiyani logistik mahsulot sifatida aniqlash mumkin, shunda logistik konsepsiya innovatsiyalarning foydali xususiyatlarini logistik yaroqlilik nuqtayi nazaridan kengaytiradi, bu esa logistik xarajatlarni, shu jumladan xarid qilish, buyurtmalarni qayta ishlash, tashish, omborga joylashtirish, logistik xizmat ko'rsatish, moddiy-texnik resurslarni nazorat qilish xarajatlarini sezilarli darajada kamaytirish imkonini beradi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Ergashxodjayeva, Sh.J., & Boltabayev, M.R. (2019). Marketing va logistika integratsiyasi. Toshkent: “Iqtisodiyot” nashriyoti.

2. Bekmurodov, A.Sh., & Qosimova, D.S. (2020). Iqtisodiyotning innovatsion potensialini shakllantirishda marketing va logistika omillari. Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar ilmiy elektron jurnali, (3), 12-19.

3. Pardaev, M.Q., & Xoliqov, A.A. (2021). Logistika va marketing xizmatlari samaradorligini tahlil qilish va baholash metodologiyasi. Toshkent: “Noshir”.

4. Murodov, S.M., & Pardayev, M.Q. (2018). O'zbekiston transport-logistika tizimining shakllanishi va rivojlanish bosqichlari. Toshkent: “Iqtisodiyot-Moliya”.

5. Samatov, G.A., & Alimov, R.M. (2017). Xalqaro transport va logistika koridorlarini rivojlantirishning metodologik asoslari. Toshkent: “Fan va texnologiya”.

6. Ergashxodjayeva, Sh.J., & Boltabayev, M.R. (2021). Yangi O'zbekiston sharoitida logistika va savdo tarmoqlarini modernizatsiyalash strategiyasi. Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar, (5), 45-54.

7. Tairova, M.M. Logistika: [Matn] o'quv qo'llanma / Tairova M.M., Abdulloev A.J. - Buxoro: Sadriddin Salim Buxoriy, 2020. - 128 6

8. U.A.Otajanov, N.I.Isakova. Marketing faoliyatida kichik biznes subyektlarida real investitsiyalar samaradorligini ssenariylar asosida ekonometrik baholash. Muhandislik va iqtisodiyot jurnali. 2026-yil, fevral 2-son.