



ПУТИ ПОВЫШЕНИЯ КАЧЕСТВА ТОРГОВЫХ УСЛУГ В УСЛОВИЯХ ИННОВАЦИОННОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ

Эшнӣёзов Бурхон Дилмуродович

Ассистент кафедры «Реальной экономики», Самаркандского института экономики и сервиса,
Республики Узбекистан

E-mail: eshniyozovburkhanbek98@gmail.com

Номер телефона: +998 33 414 44 40

Аннотация: В данной статье освещены сущности понятий торговых услуг, качество торговых услуг и культура торговли. В ней проведен анализ показателей качества торговых услуг в городе Самарканде и предложены рекомендации по улучшению качества торговых услуг.

Ключевые слова: розничная торговля, служба продаж, качество служба продаж, продаж культура, продаж обслуживание.

Вступление. Актуальные задачи по быстрому развитию сферы услуг в Узбекистане, повышению роли и доли услуг в формировании валового внутреннего продукта, радикальному преобразованию состава предоставляемых услуг, прежде всего, за счет их современных высокотехнологичных видов были осуществлены президентом Республики Узбекистан Указом Президента Республики Узбекистан Ш.М.Мирзиёева № 4947 от 7 февраля 2017 года [1] определено третье направление стратегии действий, озаглавленное "Приоритеты развития и либерализации экономики".

Для реализации задач, поставленных в этих нормативно-правовых документах, изучение существующих проблем в сфере услуг и их решение дают положительные результаты. В частности, объем предоставленных услуг в 2017 году составил 116 795,7 млрд.со млн, увеличившись на 10,7 процента[2] по сравнению с 2016 годом.

В процессе радикального реформирования национальной экономики в Узбекистане одним из приоритетов социальной политики является повышение конкурентоспособности предприятий сферы услуг, организация современных торговых услуг по своевременной поставке и реализации качественных товаров потребителям и эффективное использование этих сервисных возможностей. Наибольшая доля в структуре услуг соответствует вкладу торговых услуг - 27,4 процента (30,3 процента после транспортных услуг) [3].

В настоящее время объекты для оказания коммерческих услуг населению "...становятся частью ландшафта нашей свободной и процветающей страны, зеркалом нашей мирной и благополучной жизни. Мы все хорошо знаем, что в настоящее время нам предстоит многое сделать в этом отношении. Повышение культуры обслуживания и торговли является наиболее актуальным вопросом. В этом нам следует уделить особое внимание развитию современной системы гипермаркетов с учетом опыта особо развитых стран" [4].

По этой причине сегодня крайне важно обеспечить конкурентоспособность предприятий торговли путем повышения качества торгового обслуживания. Актуальны вопросы использования принципов маркетинга в обеспечении конкурентоспособности предприятий торговли, развития рекламной деятельности, а также обеспечения их финансовой устойчивости.



Анализ тематической литературы. Д. Вопросы повышения культуры обслуживания клиентов за счет развития электронной коммерции на предприятиях розничной торговли. Ферни [5], В. Вопросы повышения торгового сервиса путем управления ассортиментом товаров. Снигерева [6], С. Основные и дополнительные торговые услуги, предоставляемые покупателям в процессе продажи товаров. Сисоева [7] подробно осветила это в своей научной работе. Б. к проблемам торгового сектора в годы независимости нашей республики. Можно привести научные исследования Абдукаримова [8], А. Солиева [9], Э. С. Файзиева [10], Ф. Б. Абдукаримова [11], О. М. Пардаева [12].

Б. Абдукаримов широко трактует понятие "торговая услуга", заявляя, что "торговля - это особый вид услуг, который обслуживает производителей, с одной стороны, потребителей - с другой, государство - с третьей, а с четвертой он также обслуживает другие отрасли и секторы экономики, используя их как потребители их услуг и взаимодействующие с ними".

А. Солиев описал, что "повышение качества торгового обслуживания также требует оказания помощи покупателям в выборе товара путем консультирования покупателей, демонстрации образцов товаров в движении, разработки различных форм рекламы и информации". Э. С. Файзиев отметил, что "торговое обслуживание является результатом взаимного перемещения продавца и покупателя деятельность покупателя и продавца направлена на удовлетворение потребностей покупателей."

Ф. Б. Абдукаримов утверждал, что одной из главных задач торговли является обслуживание потребителей и отдельная сфера услуг, обеспечивающая жизнедеятельность населения. О. М. Пардаев определил "услугу продажи продукции как отношение товара (товаров) к услугам, оказываемым в процессе обеспечения жизнедеятельности населения". переход права собственности (владения имуществом) в обмен на деньги или другое эквивалентное богатство от одного лица к другому".

Теоретические основы торгового сектора в основном изучались учеными, а анализ показателей качества торгового обслуживания на предприятиях розничной торговли и возможностей повышения торгового обслуживания не изучались. Методология исследования в процессе исследования использовались статистический анализ, синтез, экспертная оценка, анкетный опрос, методы индукции и дедукции.

Анализ и результаты. Наиболее эффективным видом торговых услуг является розничная торговля, развитие которой в значительной степени способствует разработке будущих программ развития производственных предприятий. Увеличение объемов производства потребительских товаров в Узбекистане в результате увеличения доходов населения, повышения благосостояния и качества жизни, увеличения потребностей населения в различных (ассортиментных) и качественных товарах, а также условий, созданных нашими государственными мерами для наших предпринимателей приводят к увеличению объема розничного товарооборота.

Торговая услуга - это непосредственная услуга, которую человек направляет человеку. Это фактор, который обеспечивает перемещение материальных благ (товаров) из одного места в другое и косвенно влияет на потребителей.

Торговые услуги обладают культурно-духовной силой. Они воздействуют непосредственно на человека. Потому что принадлежат непосредственно человеку: вежливость, комфорт, презентабельность предложений и просьб и т.д. Качество торгового обслуживания -



это не результат услуги, а ее фактор. Она описывает процесс обслуживания клиентов и является одним из факторов, повышающих эффективность деятельности торговых предприятий.

По этой причине качество торгового обслуживания является одной из проблем, которая не дает покоя воображению не только покупателей, но и продавцов, и которая всегда их раздражает. Спрос на качество услуг не будет постоянным и абсолютным.

Материальное благополучие, а также культурный уровень населения, особенно представителей среднего класса, растут. В таких условиях их спрос на приобретение качественных товаров и качественных торговых услуг также возрастет. Кроме того, качественное торговое обслуживание является важным антиконкурентным инструментом. В конкурентной среде большое значение имеет предоставление клиентам качественного торгового обслуживания. Потому что эффективная деятельность любого торгового предприятия – торговля качественными товарами и, соответственно, высокое качество торговых услуг.

На качество торгового обслуживания влияет не только вышеперечисленное, но и уровень производства потребительских товаров в стране и наличие достаточного количества товаров для удовлетворения потребительского спроса. Это проявляется в количестве и качестве товаров в стране, условиях их приобретения, времени, затрачиваемом покупателями, и качестве обслуживания, культуре сервиса. Следует отметить, что большинство населения понимает под качеством торгового обслуживания только время, затраченное на покупку товара, и условия, созданные в магазине для этой покупки. По нашему мнению, качество торгового сервиса этим не ограничивается. Это зависит от ряда других аспектов, связанных с удовлетворением потребности населения в потребительских товарах, в том числе от наличия благоприятных условий для выбора населением именно его при покупке того или иного товара, профессионализма торгового персонала и их знания психики покупателей.

Сегодня в Узбекистане есть все возможности для организации и внедрения службы продаж, которая предоставляется покупателям, как и в развитых странах. В большинстве супермаркетов, расположенных в городах нашей страны, создана служба продаж, которая доступна в зарубежных супермаркетах:

- A. для автомобилей клиентов предусмотрены специальные парковочные места;
- B. для маленьких детей обустроены отдельные площадки;
- C. есть удобства для отдыха клиентов, кафе-бары для обедов, аптеки, торговые автоматы для "услуг paynet";
- D. регулярное проведение различных акций и скидок;
- E. предложение клиентам специфических, дополнительных и базовых бесплатных услуг после покупки товара;
- F. продвижение товара через журналы (деловые) и телепередачи (спортивные маркетинговые) и т.д.

Качество торгового обслуживания населения включает, в принципе, 3 структурных компонента:

- a) качество товаров и услуг;
- b) ассортимент разнообразность;
- c) товаров и услуг;
- d) предоставление сервисных услуг покупателям, то есть предоставление дополнительных услуг вокруг основной услуги (продажа товаров).



Итак, понятие "качество торгового обслуживания" покупателей характеризует качество работы торговых предприятий. Она включает в себя не только качество товаров и их разнообразие, но и производительность торгово-технологического процесса, качество трудовой деятельности работников торговли, созданные условия в том месте, где предоставляется торговая услуга. Понятие "качество торгового обслуживания" неразрывно связано с понятием "культура торговли". Культура торговли - понятие широкое. Всесторонняя забота о покупателе - его основа. Культура торговли - это способность отрасли удовлетворять потребительский спрос, полностью следуя интересам общества.

Выводы и предложения. Следует отметить, что отсутствие профессиональных навыков у сотрудников торгового предприятия, медлительность расчетов за выбранный покупателями товар, увеличение количества официантов в очереди негативно сказываются на культуре продаж на предприятии. Некоторые покупатели говорят, что заходить в супермаркет нет желания из-за того, что они надолго застряли возле кассового аппарата.

При работе в кассе некоторые клерки набирали максимальное количество баллов и считались квалифицированными, в то время как некоторые допускали определенные (например, плохой учет или небрежность при расчете цены товара) недостатки в процессе работы в кассе. Следует отметить, что, хотя и существует разница между деятельностью кассиров, они точно выполняют расчеты за приобретаемый товар и вовремя возвращают возврат покупателям. У продавцов и клерков практически нет недостатков во внешности, все сотрудники одеты в одинаковую фирменную униформу с надписью "бейджик" на груди с указанием их имени, профессии и фуражкой на голове. Из-за нарушения порядка в ношении одежды они подвергаются суровому наказанию.

Одной из наиболее актуальных проблем является изучение потребительского спроса при повышении качества торгового обслуживания. При решении этой проблемы важно, чтобы предприятия, производящие товары, сотрудничали с предприятиями торговли. Эта проблема может быть решена, если производство того или иного товара налажено по заказу торговых предприятий (двустороннее соглашение).

Для этого коммерческим предприятиям необходимо будет в течение нескольких лет отправлять свои заказы предприятиям-производителям с учетом численности, пола, возраста, профессии, расы, дохода и других показателей населения, проживающего на обслуживаемой ими территории. Сегодня на потребительских рынках представлены различные товары. Однако нельзя сказать, что все они смогут удовлетворить потребительский спрос. У каждого потребителя свой вкус, свои требования к качеству товара. Именно по этим причинам наблюдаются случаи непроджи определенных товаров.

Товары, срок годности которых истек, вообще не продаются. Кроме того, вместо сезонных товаров, которые не были проданы вовремя, появление новых товаров в следующем сезоне также приводит к моральному устареванию товаров, которые были непроданы в предыдущем сезоне. Такие случаи, безусловно, противоречат как интересам торгового предприятия, так и интересам общества. На данный момент необходимо производить товары, которые являются специфичными и приемлемыми для каждого потребителя. Повышение уровня жизни населения приводит к индивидуализации спроса на потребительские товары.

Качественное удовлетворение вкусов потребителей и их спроса оказывает свое влияние на повышение эффективности процесса продаж. Сегодня есть возможность покупать товары из дома через интернет-сети. Однако неспособность некоторых потребителей подключиться к



Интернету на качественной скорости, отсутствие доступа к Интернету у жителей, проживающих в сельской местности, является препятствием на пути широкой популярности торговли в таком виде. Кроме того, тот факт, что услуги по доставке товаров по адресам также недостаточно развиты, может привести к прекращению продажи определенных товаров.

Производство качественного и доступного по цене национального продукта снижает потребность в закупке импортных товаров. Это, в свою очередь, предотвратит отток валюты из нашей страны и создаст условия для увеличения объемов экспорта национальной продукции. Неспособность изучить потребности потребителей негативно сказывается на процессе купли-продажи и их финансовом состоянии, что происходит между производственными предприятиями и предприятиями торговли.

Прежде чем производить товары, исходя из требований сегодняшнего времени, с учетом вышеизложенного, необходимо, чтобы каждый предприниматель заранее хорошо продумал, что производить, и производил это, чувствуя уровень спроса на свой товар в будущем. По этой причине изучение того, в каких товарах население страны испытывает наибольшую потребность, остается актуальным. При решении этой проблемы необходимо, чтобы каждый предприниматель располагал необходимой информацией.

Для этого должны быть активны ответственные организации, формирующие источники информации, в том числе Государственный комитет Республики Узбекистан по статистике, его территориальные отделы и подразделения. Также, на наш взгляд, целесообразно сформировать специальные структуры, которые изучают конъюнктуру рынка и представляют ее результаты заинтересованным субъектам (на коммерческой основе).

ИСПОЛЬЗУЕМАЯ ЛИТЕРАТУРА

1. Указ Президента Республики Узбекистан Ш.Мирзиёева "О стратегии действий по дальнейшему развитию Республики Узбекистан" от 7 февраля 2017 года ПФ-4947. // Народное слово № 28 (6722) от 8 февраля 2017 года.
2. Узбекистан в цифрах (статистический сборник). - Т.: Государственный комитет Республики Узбекистан по статистике, 2018, с.201.
3. <https://stat.uz/uploads/docs/Xizmatlar-uz-12-2017.pdf>
4. Мирзиёев Ш.М. Буюк келажагимизни мард ва олижаноб халкимиз билан бирга курамыш. –Т.: Ўзбекистон НМИУ, 2017, 430 бет.
5. Джон Ферни и др. Принципы розничной торговли. Пер. с англ. Сапциной У.– М.: ЗАО «Олимп – Бизнес», 2008. – 416 с.
6. Снегирева В. Розничный магазин. Управление ассортиментом по товарным категориям. – СПб.: Питер, 2005. – 416 с.
7. Сысоева С.В., Крок Г.Г. Большая книга директора магазина. – СПб.: Питер, 2009. - 432 с.
8. Абдукаримов Б.А. ва бошқ. Савдо иқтисодиёти муаммолари. Ўқув қўлланма.- Т.: Иқтисод-молия, 2016, 504 б.
9. Солиев А., Бузрукхонов С. Маркетинг. Бозоршунослик. Дарслик. – Т.: “Иқтисод-молия”, 2010, 294 б.
10. Файзиев Э.С. Сервис тизими фаолияти асослари. Ўқув қўлланма. Самарқанд. “Зарафшон”, 2010, 170 б.



11. Абдукаримов Ф.Б. Савдода бозор механизмини такомиллаштириш ва самарадорлигини ошириш йўллари (Самарқанд вилояти мисолида). Иқтисодиёт фанлари номзоди илмий даражасини олиш учун ёзилган диссертация. Самарқанд: СамИСИ, 2011, 156 б.
12. Пардаев О.М. Маҳсулотларни сақлаб сотиш хизматлари самарадорлигини оширишнинг ташкилий-иқтисодий механизмлари. Монография. – Т.: Fan va texnologiya, 2017, 284 б.
13. Baxtiyorovna M. G., Abdukhalilovich S. S., Nodirovna M. S. Directions of Improvement of the Mechanism of State Support of Business Entities //Pioneer: Journal of Advanced Research and Scientific Progress. – 2023. – Т. 2. – №. 4. – С. 1-7.
14. Boliboev A. A. et al. METHODS OF PLANNING PRODUCTION PROCESSES //GospodarkaiInnowacje. – 2022. – Т. 24. – С. 961-964.
15. Yazdonov Q. G., Ubaydullayev B. S., Mirzaeva S. N. THE PROBLEM OF ORGANIZING THE WORKPLACE AT THE ENTERPRISE //GospodarkaiInnowacje. – 2022. – Т. 24. – С. 982-985.
16. Djaborovna P. D. et al. Opportunities for Small Business and Private Entrepreneurship Development in Rural Areas //American Journal of Economics and Business Management. – 2022. – Т. 5. – №. 6. – С. 141-145.
17. Uktamova D. B., Ubaydullayev B. S., Mirzaeva S. N. Factors of Improving the Organization of Labor at the Enterprise //Kresna Social Science and Humanities Research. – 2022. – Т. 5. – С. 88-91.
18. Nortoijev M. A., Ubaydullayev B. S., Mirzaeva S. N. On the Issue of Certification of Workplaces According to Working Conditions //Kresna Social Science and Humanities Research. – 2022. – Т. 5. – С. 94-96.
19. Hamitov S. I., Ubaydullayev B. S., Mirzaeva S. N. Organization of Staff Work at the Enterprise //Kresna Social Science and Humanities Research. – 2022. – Т. 5. – С. 97-100.
20. Nodirovna M. S., Faxriddinovich U. F., Dusmurotovich U. M. Ways and Prospects for Developing the System of Residential Services in Rural Areas, Increasing Employment //Academic Journal of Digital Economics and Stability. – 2022. – Т. 17. – С. 96-101.
21. Nodirovna M. S., Ugli S. T. T., Abduazizovich A. I. WAYS TO INCREASE THE EFFICIENCY OF GOVERNMENT SERVICES IN THE EMPLOYMENT OF THE POPULATION IN UZBEKISTAN //GospodarkaiInnowacje. – 2022. – Т. 23. – С. 29-37.
22. Nodirovna M. S., Mamasoliyevna K. C., Ugli S. J. U. The composition of the income of service workers and ways of its improvement (on the example of educational institutions) //ACADEMICIA: An International Multidisciplinary Research Journal. – 2022. – Т. 12. – №. 4. – С. 213-218.
23. Zugurova Z. D., Ubaydullayev B. S. and Mirzaeva S. N. (2022). EFFICIENT PLANNING OF PRODUCTION PROCESSES. International Conference on Research Identity, Value and Ethics, [online] pp.416–418.
24. Yakhyoyeva S. O., Ubaydullayev B. S.. and Mirzaeva S. N. (2022). FEATURES OF THE DIVISION AND COOPERATION OF LABOR AT THE ENTERPRISE. International Conference on Research Identity, Value and Ethics, [online] pp.413–415.
25. Mamayunusovich, P. O., & Nodirovna, M. S. (2022). Management of the Mechanism of Storage and Sale of Products in the Republic of Uzbekistan. EUROPEAN JOURNAL OF BUSINESS STARTUPS AND OPEN SOCIETY, 2(5), 67–71.



26. Saidakhmedovich, S. T. ., Nodirovna, M. S. ., &Khaydarjanovna, S. D. . (2022). Ways to Improve the Performance of Service Enterprises in Rural Areas. *Middle European Scientific Bulletin*, 24, 21-24.
27. M.S.Nodirovna, Shaptakov and Mamasoliyevna, K.C. (2022). Improving the Economic Impact of Increasing Foreign Investment in Uzbekistan in the Digital Economic Environment. *AcademicJournalofDigitalEconomicsandStability*, [online] 16, pp.160–165
28. M.S. Nodirovna, Ta’nakulovich, T.K. and Baxtiyorovich, S.J. (2022). WAYS TO IMPROVE THE EFFICIENCY OF MEDICAL SERVICES IN THE CONDITIONS OF THE DIGITAL ECONOMY. *Gospodarka i Innowacje.*, [online] 22, pp.182–186.
29. МирзаеваШиринНодировна (2022). ЎЗБЕКИСТОНШАРОИТИДААҲОЛИНИИШБИЛАНТАЪМИНЛАШСОҲАСИДАДАВЛАТХИЗМАТЛАРИСАМАРАДОРЛИГИНИОШИРИШЎЛЛАРИ.БАРҚАРОРЛИКВАЕТАКЧИТАДҚИҚОТЛАРОНЛАЙНИЛМИЙЖУРНАЛИ, [online] 2(4), pp.428–438.
30. M.S.Nodirovna, S.T.TUgli,. and A.I. Abduazizovich, (2022). WAYS TO INCREASE THE EFFICIENCY OF GOVERNMENT SERVICES IN THE EMPLOYMENT OF THE POPULATION IN UZBEKISTAN. *Gospodarka i Innowacje.*, [online] 23, pp.29–37.
31. Nodirovna, M.S., Bakhtiyorovich, S.J. and Ta’nakulovich, T.K. (2022). Prospects for the Development of Small Business and Entrepreneurship in the Digital Economy. *AmericanJournalofEconomicsandBusinessManagement*, [online] 5(3), pp.248–252.
32. Mirzaeva, S. Nodirovna (2022). Ways to Increase Investment Potential in Samarkand Region. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 9(2), p.471. doi:10.18415/ijmmu.v9i2.3542.
33. Sidorov V. A. et al. INNOVATSIYA IQTISODIYOTI: TEXNOLOGIK YUTUQ MUAMMOSI //BARQARORLIK VA YETAKCHI TADQIQOTLAR ONLAYN ILMIY JURNALI. – 2023. – T. 3. – №. 2. – C. 8-15.
34. Saidakhmedovich S. T., Bekhruz U. PROBLEMS OF ECONOMIC DEVELOPMENT OF SMALL BUSINESS IN THE REAL SECTOR //Galaxy International Interdisciplinary Research Journal. – 2022. – T. 10. – №. 10. – C. 624-628.
35. Шарипов Т. С. Важность организации ресторанных услуг в управлении гостиничным бизнесом //Молодой ученый. – 2020.
36. Sharipov T. Овқатланиш хизматлари бозорида рақобатбардошлик масалалари //Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar. – 2017. – №. 1. – C. 136-142.
37. Nodirovna M. S. ESTABLISHMENT AND MAINTENANCE OF CENTRALIZED SERVICE AGENCIES IN THE REPUBLIC OF UZBEKISTAN //Finland International Scientific Journal of Education, Social Science & Humanities. – 2023. – T. 11. – №. 1. – C. 631-637.
38. Nodirovna M. S., Ugli S. T. T., Abduazizovich A. I. WAYS TO INCREASE THE EFFICIENCY OF GOVERNMENT SERVICES IN THE EMPLOYMENT OF THE POPULATION IN UZBEKISTAN //Gospodarka i Innowacje. – 2022. – T. 23. – C. 29-37.
39. Artikov Z. S. In Competitions Conductrd by Belt Wrestling Use of Fast Technical Methods Efficiency //American Journal of Social and Humanitarian Research. – 2022. – T. 3. – №. 11. – C. 253-255.
40. Saifiddinovich A. Z., Shokhrukhovich U. F. Social Protection of the Unemployed and their Labor Increasing Competitiveness in the Market //American Journal of Social and Humanitarian Research. – 2022. – T. 3. – №. 3. – C. 61-63.



41. Артиков З. С. ЯНГИ ЎЗБЕКИСТОНДА РАҚАМЛИ ИҚТИСОДИЁТНИНГ НАЗАРИЙ АСОСЛАРИ //Экономика и финансы (Узбекистан). – 2022. – №. 4 (152). – С. 59-65.
42. Uralovich A. N., Abdulloevich N. D., Sayfiddinovich A. Z. An Analysis of the Demographic Data of Population of the Republic of Uzbekistan //American journal of social and humanitarian research. – 2021. – Т. 2. – №. 10. – С. 15-22.
43. Nodirovna, M. S. ., Feruz, E. ., Rustambek, K. ., & Khudoyor, A. . (2023). Ways of Attracting Investments in Service Enterprises of the Republic of Uzbekistan. INTERNATIONAL JOURNAL OF BUSINESS DIPLOMACY AND ECONOMY, 2(3), 81–87. Retrieved from <http://inter-publishing.com/index.php/ijbde/article/view/1269>
44. Mamanova G. B., Sultonov S. A., Mirzaeva S. N. Improvement of Economic Mechanisms for State Support of Private Entrepreneurship (Samarkand Region) //Procedia of Philosophical and Pedagogical Sciences.
45. Mirzaeva S. N. et al. Innovative Enrichment of Service Enterprises Based on the Location of the Regions of Uzbekistan //AMERICAN JOURNAL OF ECONOMICS AND BUSINESS MANAGEMENT.
46. Nodirovna M. S. Management of Service Processes in Service Enterprises in the Republic of Uzbekistan //Formation and Development of Pedagogical Creativity: International Scientific-Practical Conference (Belgium). – 2023. – Т. 2. – С. 32-41.
47. Nodirovna M. S., Ugli S. T. T. and AI Abduazizovich,(2022). WAYS TO INCREASE THE EFFICIENCY OF GOVERNMENT SERVICES IN THE EMPLOYMENT OF THE POPULATION IN UZBEKISTAN //Gospodarka i Innowacje. – С. 29-37.
48. Nodirovna M. S. Banks and Development of Banking Services in the Republic of Uzbekistan. Web of Semantic: Universal Journal on Innovative Education, 2 (6), 21–30. – 1910.
49. Nodirovna M. S. Foreign Experience in Supporting Entrepreneurship and Business Activity of Women. WEB OF SYNERGY: International Interdisciplinary Research Journal Volume2, Issue 5 Year 2023 ISSN: 2835-3013 <https://univerpubl.com/index.php/synergy> <https://scholar.google.com/citations>.
50. Nodirovna M. S. FINANCING OF INVESTMENT ACTIVITIES IMPORTANCE OF SOURCES //Section A-Research paper Article History: Received. – 2022. – Т. 12.
51. Nodirovna M. S., Mamasoliyevna K. C., Ugli S. J. U. The composition of the income of service workers and ways of its improvement (on the example of educational institutions) //ACADEMICIA: An International Multidisciplinary Research Journal. – 2022. – Т. 12. – №. 4. – С. 213-218.
52. Nodirovna M. S. O'ZBEKISTONDA AXBOROT-TEXNOLOGIYALARINI RIVOJLANTIRISHNING IQTISODIY-HUQUQIY ASOSLARI //The Role of Technical Sciences in IV Industrial Civilization: International Scientific and Practical Conference (UK). – 2023. – Т. 4. – С. 153-164.
53. Nodirovna M. S., Ugli S. T. T., Abduazizovich A. I. WAYS TO INCREASE THE EFFICIENCY OF GOVERNMENT SERVICES IN THE EMPLOYMENT OF THE POPULATION IN UZBEKISTAN //Gospodarka i Innowacje. – 2022. – Т. 23. – С. 29-37.
54. Nodirovna M. S. FOREIGN TO THE SECTORS OF ECONOMY OF UZBEKISTAN ATTRACTING INVESTMENTS.



55. Sultanovich M. D. EFFECTS OF INNOVATION PROCESS AND ACTIVITY ON PRODUCTION EFFICIENCY //Berlin Studies Transnational Journal of Science and Humanities. – 2021. – T. 1. – №. 1.1 Economical sciences.
56. Sultanovich M. D. IMPROVEMENT OF ORGANIZATIONAL AND ECONOMIC MECHANISMS OF ECONOMIC GROWTH IN THE SERVICE FIELD //Finland International Scientific Journal of Education, Social Science & Humanities. – 2023. – T. 11. – №. 1. – C. 619-630.
57. Sultanovich M. D. THE MAIN DIRECTIONS OF POVERTY REDUCTION IN OUR COUNTRY //Galaxy International Interdisciplinary Research Journal. – 2023. – T. 11. – №. 2. – C. 164-171.
58. Sultanovich M. D. IMPROVING THE MANAGEMENT SYSTEM IN THE CONTEXT OF THE DEVELOPMENT OF THE DIGITAL ECONOMY //Journal of Modern Educational Achievements. – 2023. – T. 3. – №. 3. – C. 51-58.
59. Anvar, K. . (2023). The Current State of the Industry and Service Sector of Sports Tourism of Uzbekistan. *World of Science: Journal on Modern Research Methodologies*, 2(4), 12–17. Retrieved from <http://univerpubl.com/index.php/woscience/article/view/880>
60. Anvar, K. . (2023). Foreign Experience in the Development of Sports Tourism. *INTERNATIONAL JOURNAL OF BUSINESS DIPLOMACY AND ECONOMY*, 2(4), 1–10. Retrieved from <http://inter-publishing.com/index.php/ijbde/article/view/1366>
61. Pulatov M. E. On the Need And Ways of Converting Some of the Components of Goodwill Into Identifiable Intangible Assets //Indonesian Journal of Innovation Studies. – 2019. – T. 8.
62. Pulatov M. E. Conceptual Issues Of Accounting Of Intellectual Capital //American Journal of Economics and Business Management. – 2019. – T. 2. – №. 1. – C. 117-123.
63. Pulatov M. System Analysis Of Intellectual Property Indicators Of Financial Statements //European Journal of Business and Economics. – 2012. – T. 6.
64. Pulatov M. INTELLECTUAL PROPERTY PARAMETERS OF FINANCIAL REPORTING. – 2016.