

УДК: 339.138.338.46

Набиева Нилуфар Муратовна

PhD, кафедра "Экономика", Ферганский политехнический институт,

Республика Узбекистан

АНАЛИЗ ЭФФЕКТИВНОСТИ МАРКЕТИНГОВЫХ ИССЛЕДОВАНИЙ НА ПРЕДПРИЯТИЯХ СФЕРЫ УСЛУГ

Аннотация. В статье проведен системный анализ экономической эффективности маркетинговых исследований на предприятиях сферы услуг Ферганской области Республики Узбекистан. Автор на основе проведенного исследования доказывает, что результаты сравнения тенденций роста рынка услуг в Ферганской области с национальным уровнем показывают, что существует тенденция к сокращению разрыва между услугами, предоставляемыми на душу населения в регионе, по сравнению с общим уровнем страны. Данная ситуация оправдывает положительную динамику рынка услуг в регионе по сравнению со средним показателем по стране.

Ключевые слова. Маркетинг, сфера услуг, стратегия, маркетинговая стратегия, цифровая экономика.

Nabieva Nilufar Muratovna

PhD, Department of "Economics", Fergana Polytechnic Institute

ANALYSIS OF THE EFFECTIVENESS OF MARKETING RESEARCH AT SERVICE ENTERPRISES

Abstract. The article provides a systematic analysis of the economic efficiency of marketing research at the enterprises of the service sector of the Ferghana region of the Republic of Uzbekistan. Based on the conducted research, the author proves that the results of comparing the growth trends of the services market in the Ferghana region with the national level show that there is a tendency to reduce the gap between services provided per capita in the region, compared

with the general level of the country. This situation justifies the positive dynamics of the services market in the region compared to the national average.

Keywords. *Marketing, service sector, strategy, marketing strategy, digital economy.*

Важную роль играет проведение маркетинговых исследований в разработке маркетинговых стратегий предприятий и предпринимателей, занимающихся оказанием услуг. В частности, дефицит в эпоху цифровой экономики станет результатом предпринимательской активности, а также высокого уровня удовлетворенности потребителей, когда маркетинговые исследования проводятся быстро и эффективно. Основная цель и задачи стратегии маркетинга услуг состоит в том, чтобы направлять потребителей от оказания им помощи в адекватной оценке организации и ее услуг.

В маркетинговой практике существует 3 формы сбора данных, и при проведении исследования желательно эффективно использовать все из них. Методы сбора данных следующие: наблюдение, опрос, эксперимент. Учитывая, что исследование проводилось на предприятиях сферы обслуживания Ферганской области, необходимо было обратить внимание на общую ситуацию в республике, то есть в сфере обслуживания. В частности, с учетом требований цифровой экономики обосновывалась необходимость разработки маркетинговой стратегии, направленной на достижение конкретных целей развития рынка услуг в регионе.

Как мы знаем, что индивидуальный человеческий труд имеет свое специфическое развитие и значение, его разделение создает большое количество специальностей и профессий, требующих специальной научной подготовки для увеличения количества рабочих мест, высокого уровня интеграции совместных усилий людей и социального благополучия. Применение эффективной маркетинговой стратегии в этом отношении играет важную роль. Эти тенденции непосредственно связаны со сферой услуг и управления, что определяет стремительный рост активности человека по отношению к другим сферам.

Если в среднем по Республике Узбекистан рост объема услуг в 2010-2019 годах составил 14,2 процента, то в Ферганской области этот показатель составил 16,1 процента. В провинции в 2019 году в общей сложности 11280 млрд. сум после завершения оказания услуг этот показатель занимает 4-е место с долей 5,93 процента в регионах республики (город Ташкент, Ташкентская область, город Самарканд).

Результаты сравнения тенденций роста рынка услуг в Ферганской области с национальным уровнем показывают, что существует тенденция к сокращению разрыва между услугами, предоставляемыми на душу населения в регионе, по сравнению с общим уровнем страны. Данная ситуация оправдывает положительную динамику рынка услуг в регионе по сравнению со средним показателем по стране.

Отличительной чертой большинства видов деятельности в сфере услуг является высокий уровень локализации, зависимость от определенных регионов (областей, районов, городов и сельских поселений). Следовательно, масштабы, местоположение, виды и навыки деятельности, формы собственности, методы работы предприятий и обслуживающих организаций, их роль в модернизации и потенциале развития должны быть взаимосвязаны с потребностями, приоритетами и стратегиями инновационных изменений в региональной экономике.

Таблица 1

Тенденции развития рынка услуг в Республике Узбекистан и Ферганской области¹

Индикаторы	2010	2015	2016	2017	2018	2019
Объем услуг в Республике Узбекистан (млрд сумов)	27126,3	78530,4	97050	118811	150890	190356
Темпы роста по сравнению с прошлым годом (%)	115,8	118,5	113,2	108,3	113,2	112,5
Оказываемые услуги на душу населения, сумов	949,7	2509	3047,3	3668,3	4578,5	5668,6
Объем услуг в Ферганской области (млрд сумов)	1471,3	5256	6670,7	7602,2	9237,9	11280

¹ Данные управления статистики Ферганской области.

Темпы роста по сравнению с прошлым годом (%)	121,1	118,1	117,7	104,9	108	109,4
Оказываемые услуги на душу населения, сумов	466,8	1512,5	1887,1	2116,1	2529,7	3034,2
Доля Ферганской области в объеме услуг, %	5,42	6,69	6,87	6,40	6,12	5,93
Разница в услугах на душу населения, сум.	2,03	1,66	1,61	1,73	1,81	1,87

В исследовании по данному делу методом кластерного анализа можно определить целевые стратегические направления для всех регионов на основе определения развития рынка услуг по регионам по видам услуг. Цель метода кластерного анализа - определить специализацию районов и городов Ферганской области по 13 видам услуг, сгруппировав их по уровню развития рынка услуг. Поскольку целью кластеризации является группировка по определенным характеристикам, следует использовать определенную единицу измерения, чтобы оценить, насколько они похожи или различны. В Ферганской области с помощью метода кластерного анализа можно сгруппировать специализацию 4 городов и 15 районов по видам услуг и определить направления размещения услуг во всех регионах. Для метода кластерного анализа использовался метод Варды для группировки видов услуг в городах и районах по состоянию развития за 2015-2019 годы.

Метод Варда изначально предполагает, что каждый кластер состоит из одного объекта. Сначала объединяются два ближайших кластера. Для каждого из них определяются средние значения свойства, вычисляется сумма квадратов отклонений и используется следующая формула:

$$V_I = \sum_{i=1}^{n_I} \sum_{j=1}^j [(x_{ij} - (x_{jI}))]^2$$

В этом случае,

V_I - количество кластеров;

i - количество объектов ($i = 1, 2, 3, \dots, n_I$);

n_I - количество объектов (городов и районов);

j - общее количество функций (типов услуг);

к - количество объектов, представляющих конкретное свойство

Впоследствии объекты или кластеры, которые меньше всего способствуют увеличению объема V_1 , добавляются друг к другу.

С помощью программы статистического анализа SPSS по результатам группировки Эвклида расстояния по уровню развития всех видов услуг в районах и городах Ферганской области выделено 4 кластера (рис. 1).

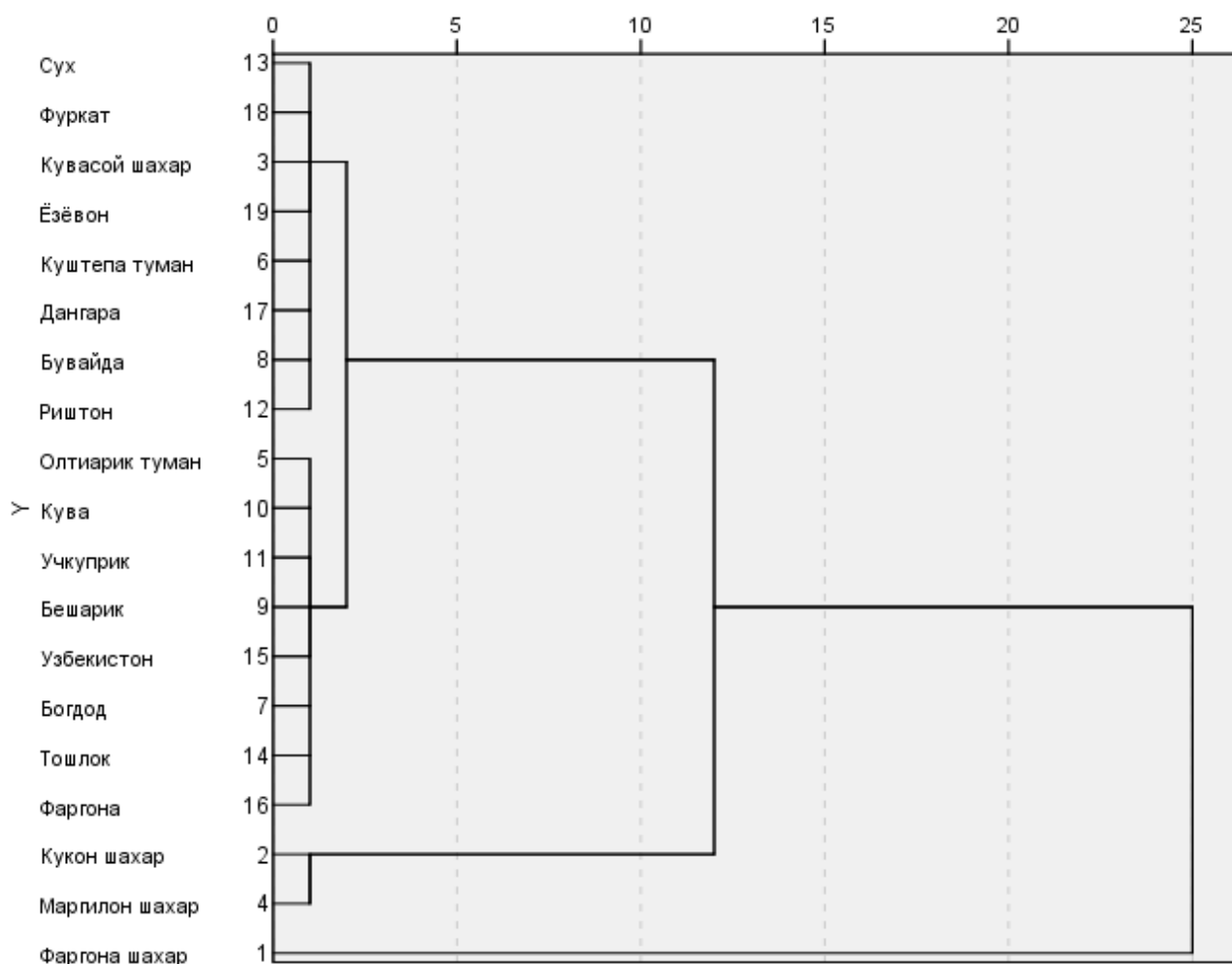


Рис- 1. Результаты кластеризации по развитию сферы услуг в городах и районах Ферганской области²

Наиболее развитым районом предоставления всех услуг в кластере 1 является город Фергана;

Территория, где все услуги развиваются в кластере 2 - Маргилан и Коканд;

² Разработано автором.

В 3-м кластере районы, где рынок услуг вошел в стадию развития, - это Кувасайский, Коштепинский, Бувайдинский, Риштанский, Сохский, Дангаринский, Фуркатский и Язъяванский районы;

В 4-м кластере расположены Алтыарыкский, Багдадский, Бешарыкский, Кувинский, Учкупрюкский, Ташлакский, Узбекистанский и Ферганский районы.

Результаты кластерного анализа позволили определить стратегические задачи по развитию сферы услуг в районах и городах Ферганской области, внедрению услуг, сегментации рынка услуг.

В период становления цифровой экономики анализ развития сферы услуг указанных стран-лидеров показывает, что для влияния на экономический рост целесообразно дальнейшее ускорение сферы услуг.

В этой области мы видим, что охват всех слоев населения и его влияние на все социально-экономические процессы - занятость, искоренение бедности, удовлетворение растущих потребностей людей - становятся все более важными.

При разработке маркетинговой стратегии услуг в Ферганской области необходимо учитывать специфику региона. Результаты анализа STEP показывают, что, во-первых, плотность населения такая же высокая, как в других регионах Ферганской долины, а во-вторых, эта ситуация усугубляет социальные проблемы, такие как более низкий уровень жизни, чем в среднем по стране, высокий уровень безработицы, особенно в Коканде. Кроме того, большое внимание уделяется промышленности и сельскому хозяйству (Табл. 1).

Результаты кластерного анализа показали, что наиболее развитыми услугами в регионе являются финансовые, коммуникационные и информационные услуги, услуги в области архитектуры, инженерных изысканий, технических испытаний и анализа. Однако уровень развития жилищного и общественного питания, электронной торговли, услуг по ремонту компьютеров и бытовой техники, а также образовательных услуг

остаётся низким. В частности, масштабы развития и развития сервисов, адаптированных к цифровизации экономики, пока не смогли обеспечить тенденции роста. В целом, развитие рынка услуг в Ферганской области требует использования современных цифровых технологий, Интернета, искусственного интеллекта, технологий больших данных. Среди них направление «Психическое воспитание», заслуживающее особого внимания. Доступны формы дистанционного обучения, инновационные методы обучения, необходимая литература и своевременный доступ к информации.

Одно из важнейших направлений - подготовка зрелых и квалифицированных кадров в сфере услуг. Сегодня 60% нашего 34-миллионного населения - молодые люди, и одним из приоритетов является подготовка профессионалов с творческим мышлением, обладающих глубокими знаниями.

Использованные источники:

1. Abdullaev A.M., Kurpayanidi K. I., Khudaykulov A. S. (2021). Institutional transformation of the business sector. Monograph. *Fergana AL-FERGANUS*.
2. Abdullaev, A. M. & ets. (2018). Activation of foreign economic relations on the basis of innovative development. *Practice of Uzbekistan. LAP LAMBERT Academic Publishing, Germany*.
3. Abdullaev, A. M. Actual issues of activization of financial factors development of entrepreneurship in Uzbekistan / A. M. Abdullaev, K. I. Kurpayanidi, I. Sh. U. Tolibov // *Kazakhstan Science Journal*. – 2019. – Vol. 2. – No 3(4). – P. 49-58.
4. Abdullaev, A. M., & Khudaykulov, A. (2020). Challenges of coping with the economic consequences of the global pandemic COVID-19. *ISJ Theoretical & Applied Science*, 5(85), 1.
5. [Covid-19 pandemic in central Asia: policy and environmental implications and responses for SMES support in Uzbekistan](#) Konstantin Kurpayanidi and Alisher Abdullaev Published online: 20 May 2021 Doi: <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202125805027>
6. Davlyatova, G.M., and ets. (2020). Marketing as the main factor in introducing innovative products to the market. *ACADEMICIA: An International*

Multidisciplinary Research Journal. Volume: 10, Issue: 5. P.430-437. Doi: <https://dx.doi.org/10.5958/2249-7137.2020.00229.3>

7. Ilyosov, A. A. & ets.(2020). Problems of the use of digital technologies in industry in the context of increasing the export potential of the country. *ISJ Theoretical & Applied Science*, 10 (90), 113-117. Doi: <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2020.10.90.23>

8. Ivanovich, K. K. (2020). About some questions of classification of institutional conditions determining the structure of doing business in Uzbekistan. *South Asian Journal of Marketing & Management Research*, 10(5), 17-28. Doi: <https://doi.org/10.5958/2249-877X.2020.00029.6>

9. Juraeva, N. K. (2021). Theoretical and methodological foundations of housing and communal services management. *ISJ Theoretical & Applied Science*, 09 (101), 10-16.

10. Khudoyberganova, Dilnoza (2020). To the problems of innovation into the educational process, *Scientific Bulletin of Namangan State University: Vol. 2: Iss. 10, Article 74*. Available at: <https://uzjournals.edu.uz/namdu/vol2/iss10/74>

11. Kurpayanidi, K., Nabiyeva, N., Akhunova, Sh., Tukhtasinova, M.M. (2021). Analysis of the State's Macroeconomic Policy. *Revista Geintec-Gestao Inovacao E Tecnologias*, *Vol. 11 No. 4 (2021)* DOI:

<https://doi.org/10.47059/revistageintec.v11i4.2495>

12. Kurpayanidi, K. (2021). Modern Concepts and Models of Entrepreneurship Development. *Bulletin of Science and Practice*, 7(9), 425-444. (in Russian). <https://doi.org/10.33619/2414-2948/70/40>

13. Kurpayanidi, K. (2021). National innovation system as a key factor in the sustainable development of the economy of Uzbekistan. Published online: 20 May 2021. Doi: <https://doi.org/10.1051/e3sconf/202125805026>

14. Kurpayanidi, K. (2021). Scientific and Theoretical Issues of Entrepreneurship Development. *Bulletin of Science and Practice*, 7(6), 345-352. (in Russian). <https://doi.org/10.33619/2414-2948/67/38>

15. Kurpayanidi, K. (2021). Актуальные вопросы цифровизации в индустриальном секторе экономики Узбекистана. *Общество и инновации*, 2(4/S), 201–212. <https://doi.org/10.47689/2181-1415-vol2-iss4/S-pp201-212>

16. Kurpayanidi, K. I. (2017). "Doing Business 2017: Equal Opportunities for All" as a Driver of Entrepreneurial Environment Regulation. *Economic Analysis: Theory and Practice*, 16(3 (462)).

17. Kurpayanidi, K. I. (2018). Questions of classification of institutional conditions, determining the structure of business management in Uzbekistan. *ISJ Theoretical & Applied Science*, 9(65), 1.

18. Kurpayanidi, K. I. (2018). World bank DB2018 rating and its place in the development of the roadmap for entrepreneurship development in Uzbekistan. In International scientific review of the problems of economics and management (pp. 21-28).
19. Kurpayanidi, K. I. (2019). Theoretical basis of management of innovative activity of industrial corporation. *ISJ Theoretical & Applied Science*, 01 (69), 7-14. Doi: <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2019.01.69.3>
20. Kurpayanidi, K. I. (2020). Actual problems of implementation of investment industrial entrepreneurial potential. *ISJ Theoretical & Applied Science*, 01 (81), 301-307. Doi: <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2020.01.81.54>
21. Kurpayanidi, K. I. (2020). Corporate industry analysis of the effectiveness of entrepreneurship subjects in the conditions of innovative activity. *Экономика и бизнес: теория и практика*, (2-1).
22. Kurpayanidi, K. I. (2020). On the problem of macroeconomic analysis and forecasting of the economy. *ISJ Theoretical & Applied Science*, 03 (83), 1-6. Doi: <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2020.03.83.1>
23. Kurpayanidi, K. I. (2020). To issues of development of entrepreneurship in the regions: theory and practice of Uzbekistan (on the materials of Andizhan region). *ISJ Theoretical & Applied Science*, 06 (86), 1-10. Doi: <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2020.06.86.1>
24. Kurpayanidi, K. I. (2020). To the problem of doing business in the conditions of the digital economy. *ISJ Theoretical & Applied Science*, 09 (89), 1-7. Doi: <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2020.09.89.1>
25. Kurpayanidi, K. I. (2021). Financial and economic mechanism and its role in the development of entrepreneurship. *Theoretical & Applied Science*, (1), 1-7. <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2021.01.93.1>
26. Kurpayanidi, K. I. (2021). Financial and economic mechanism and its role in the development of entrepreneurship. *ISJ Theoretical & Applied Science*, 01 (93), 1-7. Doi: <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2021.01.93.1> .
27. Kurpayanidi, K. I. (2021). The evolution of scientific and theoretical ideas about entrepreneurship. *Logistics and economics. Scientific electronic journal*.3. 178-185 pp.
28. Kurpayanidi, K. I. (2021). The institutional environment of small business: opportunities and limitations. *ISJ Theoretical & Applied Science*, 09 (101), 1-9.
29. Kurpayanidi, K. I. (2021). The institutional environment of small business: opportunities and limitations. *ISJ Theoretical & Applied Science*, 09 (101), 1-9.
30. [Kurpayanidi, K. I. Institutional transformation of the business sector / K. I. Kurpayanidi, A. M. Abdullaev, A. Sh. Khudaykulov. – Фергана: Al-Ferganus, 2021. – 180 p. – ISBN 9789943718999. – DOI 10.5281/zenodo.5457089.](#)

31. Kurpayanidi, K. I., & Ashurov, M. S. (2020). COVID-19 pandemic sharoitida tadbirkorlik va uni rivozhlantirish masalalari: nazaria va amaliyot. Monograph. GlobeEdit Academic Publishing.
<https://doi.org/10.5281/zenodo.4046090>
32. Kurpayanidi, K. I., & Ashurov, M. S. (2020). Entrepreneurship and directions of Its development in the context of the COVID-19 pandemic: theory and practice.
33. Kurpayanidi, K. I., & Mukhsinova, S. O. (2021). The problem of optimal distribution of economic resources. *ISJ Theoretical & Applied Science*, 01 (93), 14-22. Doi: <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2021.01.93.3>
34. Kurpayanidi, K. I., Mamatova, Z. M., Tolibov, I. S., & Nishonov, F. M. (2019). To the question of science approach to the construction of outsourcing business model of modern enterprise structure. *Достижения науки и образования*, 22. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/to-the-question-of-science-approach-to-the-construction-of-outsourcing-business-model-of-modern-enterprise-structure>
35. Kurpayanidi, K., & Abdullaev, A. (2021). Covid-19 pandemic in central Asia: policy and environmental implications and responses for SMES support in Uzbekistan. In *E3S Web of Conferences* (Vol. 258, p. 05027). EDP Sciences.
36. Kurpayanidi, K.I. (2018). Questions of classification of institutional conditions, determining the structure of business management in Uzbekistan. *ISJ Theoretical & Applied Science*, 09 (65): 1-8. Doi: <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2018.09.65.1>
37. Kurpayanidi, K.I. (2018). The typology of factors of increasing the innovative activity of enterprise entrepreneurs in the industry. *ISJ Theoretical & Applied Science*, 10 (66), 1-11. Doi: <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2018.10.66.1>
38. Kurpayanidi, K.I. (2020). Some issues of macroeconomic analysis and forecasting of the economy of Uzbekistan. *Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar. Ilmiy elektron jurnali*. 2, mart-aprel. p.100-108.
39. Kurpayanidi, K.I., (2020). Corporate industry analysis of the effectiveness of entrepreneurship subjects in the conditions of innovative activity. *Journal of Economy and Business*. 2-1. P.164-166. Doi: <https://doi.org/10.24411/2411-0450-2020-10111>
40. Kurpayanidi, K.I., (2021). Foreign experience of state support for the development of small business. *Scientific Bulletin of Namangan State University*, 9, 162-166.
41. Mamatova, Z. M., Nishonov, F.M. end ets. (2019). To the question of science approach to the construction of outsourcing business model of modern enterprise structure. *Dostijeniya nauki I obrazovaniya*. 7 (48). URL:

<https://cyberleninka.ru/article/n/to-the-question-of-science-approach-to-the-construction-of-outsourcing-business-model-of-modern-enterprise-structure>

42. Mamurov, D. (2019). Osobennosti podderzhki innovacionnoj dejatel'nosti: zarubezhnyj opyt i praktika dlja Uzbekistana. B'ulleten' nauki i praktiki, 5 (11), 255-261. Doi: <https://doi.org/10.33619/2414-2948/48/29>

43. Margianti, E. S., Ikramov, M. A., Abdullaev, A. M., & Kurpayanidi, K. I. (2020). Role of goal orientation as a predictor of social capital: Practical suggestions for the development of team cohesiveness in SME's. Monograph. Gunadarma Publisher, Indonesia. Doi: <http://dx.doi.org/10.13140/RG.2.2.28953.44641>

44. Margianti, E. S., Ikramov, M. A., Abdullaev, A. M., (2020). Role of goal orientation as a predictor of social capital: Practical suggestions for the development of team cohesiveness in SME's. Monograph. Gunadarma Publisher, Indonesia. Doi: <http://dx.doi.org/10.13140/RG.2.2.28953.44641>

45. Mukhsinova, S. O. end ets. (2021). The problem of optimal distribution of economic resources. *ISJ Theoretical & Applied Science*, 01 (93), 14-22.

46. Nabieva, N. (2021). The Use of Digital Technology in Marketing. Бюллетень науки и практики, 7(6), 375-381.

47. Nabieva, N. M. (2021). Digital marketing: current trends in development. *Theoretical & Applied Science*, (2), 333-340. Doi: <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2021.02.94.65>

48. Tkach, D. V. and ets. (2020). Some questions about the impact of the COVID-19 pandemic on the development of business entities. *ISJ Theoretical & Applied Science*, 11 (91), 1-4. Doi: <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2020.11.91.1>

49. Tsoy, D., Tirasawasdichai, T., & ets. (2021). Role of Social Media in Shaping Public Risk Perception during COVID-19 Pandemic: *A Theoretical Review. International Journal of Management Science and Business Administration*, 7(2), 35-41.

50. Turgunov, M. (2021). State and prospects of the Republic of Uzbekistan in international ratings of innovation development. *ISJ Theoretical & Applied Science*, 07 (99), 37-42. Doi: <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2021.07.99.10>

51. Turgunov, Mukhriddin. Issues of innovative approach and financing of innovative projects in rapid economic development [Электронный ресурс]// Экономика и социум.-2021.- №7(86) (дата публикации: 01.07.2021).- URL: https://a78cf8ac-3ef5-4670-8fcd-a900ec94fdfb.filesusr.com/ugd/b06fdc_754c23795c314ade90e07abfcc4415d3.pdf?index=true (дата обращения: 12.09.2021)

52. Vargo, S. L., & Lusch, R. F. (2008). Why “service”? *Journal of the Academy of marketing Science*, 36(1), 25-38.

53. Xamdamova, U., D. Khudoyberganova. Impact of the pandemic on the introduction of elements of the digital economy / U. Xamdamova, D. Khudoyberganova // Экономика и социум. – 2020. – № 7(74). – P. 70-75.
54. Абдуллаев А. М., Тешабаев А. Э., и др. (2020). Исследование систем управления предприятием: сущность, методы и проблемы // *Бюллетень науки и практики*. Т. 6. №2. С. 182-192. <https://doi.org/10.33619/2414-2948/51/18>
55. Абдуллаев, А. М. Экономическая теория: Учебное пособие для проведения практических занятий. Для неэкономических направлений бакалавриата высших образовательных учреждений / А. М. Абдуллаев, К. И. Курпаяниди, И. Н. Родионова. – Курск : Закрытое акционерное общество "Университетская книга", 2019. – 145 с. – ISBN 9785907205512.
56. Курпаяниди К. Актуальные вопросы цифровизации в индустриальном секторе экономики Узбекистана // ОИИ. 2021. №4/S. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/aktualnye-voprosy-tsifrovizatsii-v-industrialnom-sektore-ekonomiki-uzbekistana> (дата обращения: 12.09.2021).
57. [Курпаяниди К. И. Современные концепции и модели развития предпринимательства // Бюллетень науки и практики. 2021. Т. 7. №9. С. 425-444. https://doi.org/10.33619/2414-2948/70/40](https://doi.org/10.33619/2414-2948/70/40)
58. Курпаяниди, К. И. (2018). К вопросам оценки эффективности предпринимательства в рейтинге Forbes «Лучшие страны для бизнеса» (на материалах Республики Узбекистан). *Бюллетень науки и практики*. Т. 4. №3. С. 193-202. Doi: <https://doi.org/10.5281/zenodo.1198710>
59. Курпаяниди, К. И. (2021). Современные концепции и модели развития предпринимательства. *Бюллетень науки и практики*, 7(9).
60. Курпаяниди, К. И. Актуальные вопросы инновационной стратегии развития территорий Узбекистана / К. И. Курпаяниди, А. М. Абдуллаев // Финансово-правовые и инновационные аспекты инвестирования экономики региона: Сборник материалов международной научно-практической конференции, Москва-Фергана, 27 мая 2020 года. – Москва-Фергана: Общество с ограниченной ответственностью "Русайнс", 2020. – С. 166-171.
61. Курпаяниди, К. И. Вопросы ведения бизнеса в условиях цифровизации экономики / К. И. Курпаяниди // Управление инновационными и инвестиционными процессами и изменениями в условиях цифровой экономики: Сборник научных трудов по итогам III международной научно-практической конференции, Санкт-Петербург, 27–28 октября 2020 года / Под редакцией Г.А. Краюхина, Г.Л. Багиева. – Санкт-Петербург: Санкт-Петербургский государственный экономический университет, 2020. – С. 126-133.

62. Курпаяниди, К. И. Вопросы оценки предпринимательской среды для успешного ведения бизнеса / К. И. Курпаяниди, Э. А. Муминова // *Фундаментальные основы инновационного развития науки и образования : монография.* – Пенза: "Наука и Просвещение" (ИП Гуляев Г.Ю.), 2019. – С. 28-41.
63. Курпаяниди, К., Абдуллаев, А., & Мухсинова, Ш. (2021). Analysis of the macroeconomic policy of the Republic of Uzbekistan. *Общество и инновации*, 2(6/S), 248-252.
64. Курпаяниди, К.И. (2020). Corporate industry analysis of the effectiveness of entrepreneurship subjects in the conditions of innovative activity. *Экономика и бизнес: теория и практика - Journal of Economy and Business*. 2-1. С.164-166. Doi: <https://doi.org/10.24411/2411-0450-2020-10111>
65. Курпаяниди, К.И. (2021). Современные концепции и модели развития предпринимательства. *Бюллетень науки и практики*. 7(9).
66. Курпаяниди, К.И. (2021). Создание малых предприятий: саморазвитие или интеграционное развитие, какой путь выбирают страны мира. *Проблемы современной экономики*, 3.
67. Мамуров, Д. (2021). Инновационная система предприятия как основа модернизации современной промышленной корпорации. *Общество и инновации*, 2(4/S), 322–328. <https://doi.org/10.47689/2181-1415-vol2-iss4/S-pp322-328>
68. Мамуров, Д. и др. (2019). Особенности поддержки инновационной деятельности: зарубежный опыт и практика для Узбекистана. *Бюллетень науки и практики*, 5 (11), 255-261. Doi: <https://doi.org/10.33619/2414-2948/48/29>
69. Толибов, И. Ш. (2019). К вопросу оценки состояния и эффективности инфраструктуры предпринимательства в регионах Узбекистана. *Экономика и бизнес: теория и практика*, (1).
70. Tuuchieva, O. N. (2020). On the problem of training competitive personnel for the digital economy. *ISJ Theoretical & Applied Science*, 05 (85), 701-707.
71. Tuuchieva, O. (2019). Questions of increasing economic efficiency of production. *Scientific Bulletin of Namangan State University*, 1(8), 105-108.
72. Худойберганава, Д. Некоторые вопросы эффективной конкурентоспособности субъектов предпринимательства / Д. Худойберганава, С. Кодирова // *Экономика и социум.* – 2020. – № 7(74). – С. 475-481.
73. Худойберганава, Д.А. Фарғона вилояти саноат тармоқларига инвестицияларни жалб қилишнинг долзарб масалалари / Д. Худойберганава // *Сборник материалов конференции «Минтақа иқтисодиёти»*

инвестициялашнинг молиявий-ҳуқуқий ва инновацион жиҳатлари» Общество с ограниченной ответственностью "Русайнс" (Москва).-2020. С.265-271.