



## NEFT-GAZ TARMOG'IDA XALQARO MARKETING STRATEGIYASINI RIVOJLANTIRISH

*Umarova Zevi Odilovna*

*Jizzax politexnika instituti "Iqtisodiyot va menejment" kafedrası katta o'qituvchisi*

[zeboumarova1967@gmail.com](mailto:zeboumarova1967@gmail.com)

*Nurboyeva Zilola Yangiboyevna*

*Jizzax politexnika instituti talabasi*

**Annotatsiya.** Maqolada neft va gaz sohasida xalqaro marketing strategiyasini ishlab chiqish, sohani strategik boshqarishning ahamiyati, strategik boshqarishning kompleks tavsiflari, respublikamizda neft va gaz qazib olish hamda uni qayta ishlash tarmog'ini boshqarishni takomillashtirish masalalari yoritib berilgan.

**Kalit so'zlar:** transmilliy kompaniya, vertikal-integrallashgan kompaniyalar, neft qazib oluvchi kompaniyalar, qayta ishlovchi kompaniyalar, eksport, barrel, sutkalik quvvati, korxonaga maqsadi, foyda olish, sotuv hajmi, strategik reja, taktik usul, iste'molchi.

*This article illustrates the issues of developing a strategy of international marketing in the oil and gas industry, the importance of strategic management of this field, complex characteristics of the strategic management as well as improving of the management of the oil and gas drilling and processing industries.*

**Keywords:** multinational, vertically integrated companies, oil companies, recycling companies, export, barrel daily capacity, the purpose of the enterprise, profit, sales, strategic plan, takticheskay method, the consumer.

Hozirgi vaqtda jahon neft bozori har xil ko'lami va ixtisoslashtirilganligi bilan ajralib turuvchi kompaniyalardan tashkil topgan. Ular o'rtasida bir nechta yirik milliy va transmilliy neft qazib oluvchi kompaniyalar, o'nlab vertikal- integrallashgan kompaniyalar hamda yuzlab neft qazib oluvchi va uni qayta ishlovchi mustaqil kompaniyalar mavjud.

Ixtisoslashtirilgan darajasiga qarab, neft kompaniyalarini uchta guruhga, ya'ni vertikal-integrallashgan kompaniyalar, neft qazib oluvchi va neftni qayta ishlovchi kompaniyalarga ajratish mumkin.

Vertikal-integrallashgan kompaniyalar neftni razvedka qilishdan tortib uni sotishgacha bo'lgan butun faoliyatni birlashtiradi. Ular jumlasiga bir qancha gigant konglomeratlarni - Exxon-Mobil, Royal Dutch/Shell va VRLarni kiritish mumkin.

Ikkinchi guruhga neft qazib olishga ixtisoslashtirilgan Saudi Aramco, Petronas, Unocol singari kompaniyalar kiradi. Ushbu guruhdagi kompaniyalar ham bir-biridan farq qiladi. Neftni eksport qiluvchi mamlakatlarning milliy (lat) kompaniyalari bir guruhni tashkil qilib, ular sutkasiga 1-9 mln barrel neft qazib oladi. Boshqa guruhni sanoati rivojlangan karb mamlakatlariniy Osolkazib oluvchi mustaqil kompaniyalari (Kerr-McGel, Apache Corp., Canadian Rccidental Petroleum) tashkil qiladi. Mazkur kompaniyalarning o'rtacha sutkalik qazib olish quvvati 10 ming barrelni tashkil etadi.

Uchinchi guruhga neftni qayta ishlovchi va sotish bilan shug'ullanuvchi Tosco, Ultramar Diamond Shamrock, Sunoco, Premcor, Valero Energy kabi kompaniyalar kiradi. Xalqaro amaliyotda marketingni



rejalashtirish kompaniyaning maqsadini aniqlashdan boshlanadi. Kompaniya maqsadi quyidagilardan iborat bo'ladi:

- korxonaning missiyasi;
- korxonaning maqsadi;
- marketing salohiyatining umumiy maqsadi;
- alohida yo'nalishlar bo'yicha kuchlar maqsadi.

Kompaniya missiyasi uning faoliyat sohasini aniqlaydi, foyda olishda tutgan o'rnini belgilaydi. Kompaniya maqsadi uning ma'lum bir muddatda sotuv hajmini yoki foyda miqdorini qandaydir foizga oshirib borishni belgilaydi.

Marketing salohiyatining umumiy maqsadi uning kelgusida uzoq muddatda qilishi lozim bo'lgan vazifalarni o'zida jamlab, u strategik rejalarda o'z aksini topadi. Alohida yo'nalishlar bo'yicha kuchlar maqsadi strategik vazifalarni muvaffaqiyatli bajarishning taktik usullarini qamrab oladi.

Kompaniyaning ushbu maqsadlari muvaffaqiyatli amalga oshishi strategik boshqaruvga bog'liq bo'ladi.

Tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, neft-gaz korporatsiyalari rahbarlari ichki va tashqi muhitda ro'y berayotgan o'zgarishlarga e'tibor qilmaydi. Korporatsiyaning tashqi muhitga moslanuvchanligini ta'minlash lozim. SHu boisdan neft-gaz korporatsiyalarini boshqarishning doimiy makro muhitdagi o'zgarishlar va ular bilan bog'liq noaniqlik tug'ilgan sharoitda moslashuvchanlikning zamonaviy vositasi bo'lib strategik boshqarish xizmat qiladi.

Nobarqarorlik, noaniqlik tashqi muhitda eng asosiy harakatlanuvchi kuch hisoblanadi. SHuning uchun kompaniyalar bunday sharoitda o'ta moslanuvchan, muvaffaqiyatga erishishning strategik omillarini izlab topishi, ulardan foydalanish uchun firma imkoniyatlarini qaytadan sarhisob qilishi, ya'ni o'zining mustahkam rivojlanish yo'nalishini belgilab olishi lozim.

Ichki muhitda kompaniya u yoki bu boshqaruv konsepsiyasini amalga oshirishga tayyor turmog'i lozim. Masalan, strategik menejment konsepsiyasini egallash oddiy rasmiy jarayon emas, balki kompaniya rivojlanishining navbatdagi muhim bosqichidir. SHu boisdan strategik menejment tamoyillarini qanday joriy qilish va uni qanday to'g'ri tashkil etish kerak, degan savollar tug'iladi. "Strategik boshqaruv" tushunchasini tasniflashda bir qarorga kelinmagan va uning mohiyati to'laligicha ochib berilmagan. Binobarin, uning mohiyatini nisbatan to'laroq ochib berish uchun tushunchaning barcha tomonlarini tavsiflaydigan asosiy elementlarni ajratish maqsadga muvofiqdir. Strategik boshqarish tavsiflarini keltirib o'tamiz.

Strategik boshqarish maqsadi:

- uzoq kelajakda korxonaning faoliyat mo'ljali va maqsadga erishishi;
- korxonaning tashqarisidagi imkoniyatga, mijozlar so'roviga (korxonaning faoliyati bilan qiziquvchilar) asosiy e'tiborni qaratadi;
- strategik boshqaruv korxonaning goyalarini saqlab qolgan holda rahbariyatta vazifa maqsadi va vositalarini tanlashni taklif etadi.

Strategiya bu-

- o'z mohiyati bilan qoidalar jamlamasi bo'lib, undan rahbariyat boshqarish jarayonida muhim maqsadlariga erishishda foydalanadi;
- firma rivojlanishining uzoq muddatli yo'nalishi; yo'nalishlarni tanlash, foydalanish vositalarini, salohiyat o'zgarishlarini hisobga olgan holda maqsadga erishish;
- "strategiya" tushunchasi "korxonaning salohiyati" tushunchasi bilan mustahkam bog'langan;



-kompaniya biznesining qaysi sohasida faoliyat yuritayotganligini yoki yuritmoqchi ekanligini aniqlash uchun asosiy maqsadlar, yo‘nalishlar, muhim rejalar yoki siyosatlar majmuasidir;

- keng ma‘noda ishlab chiqarish-tijorat tashkilotining aniq va nisbatan barqaror xatti-harakatini tavsiflaydigan uzoq muddatli harakatlanishdir.

Strategiyani amalga oshirish jarayoni - strategiyani bajarish jarayoni firma oldiga qo‘ygan maqsadga erishish va strategiyani amalga oshirish uchun asos yaratadi.

Strategiyaning boshqarish samaradorligi mezoni - tashqi muhit o‘zgarishlariga tashkilotning moslanish samarasidir.

Xodimlarni boshqarish- ishlovchilarga ishni tashkil etishning asosi sifatida qarash.

Boshqarish ob‘ekti o‘zgarishi tavsifi- strategik qaror ob‘ekt uchun faoliyat olib borishda muhim ahamiyat kasb etadi.

Tashqi muhit sharoiti- yuqori noaniqlik darajasini tavsif etadi.

Strategik qarorlar ko‘lami - korxonaga strategiyasiga oid qarorlar uning qayta ishlab chiqarish bazasi, salohiyati va rivojlanishiga taalluqlidir.

Strategik boshqarishda uzoq muddatli jarayonda korxonaga imkoniyatlari bir holatdan boshqa holatga o‘gadi, uning qobiliyati ma‘lum bir doiradagi masalalarni echishga qaratiladi. Boshqacha qilib aytganda, strategiya firmalarning rivojlanish yo‘nalishini va mazmunini belgilab beradi.

Rivojlanish ko‘p qirrali hodisadir. Ushbu holatda rivojlanish, asosan, neft-gaz tarmog‘ida faoliyat yuritadigan kompaniyalarning iqtisodiy-texnik va ijtimoiy faoliyati sifatida qaraladi.

YUqoridagilarni umumlashtirib, strategik boshqarishning mohiyatini, bizningcha quyidagicha izohlash mumkin: "strategik boshqarish bu, uzoq muddatda, korxonaga samarali faoliyat yuritishi va yashab qolishini ta‘minlaydigan, faoliyatida ichki va tashqi omillar ta‘sirida ro‘y beradigan muhim o‘zgarishlarga moslashish, rivojlanish va salohiyati bir holatdan boshqa holatga o‘tishini samarali boshqarishga yo‘naltirilgan tizimdir".

Strategik boshqaruv ishlab chiqarish imkoniyatini etarli darajada aniqlab beradigan omillar bilan mustahkam bog‘langan bo‘ladi.

Aniq bir ishlab chiqarish uchun bu omillarni aniqlash va o‘rganish korxonalarining strategik boshqarishini aniqlashga, rivojlanish yo‘nalishini tahlil qilishga va samaralisini tanlashga, shuningdek strategik salohiyat ahvolini baholashga, rivojlanish maqsadi va vazifalarini belgilashga, muqobil strategiya variantini tanlashga imkon beradi.

Korxonaga strategiyasi bilan bog‘liq masalalarni tahlil qilishda talay mualliflar alohida iste‘molchilar ehtiyojini qondirish uchun ishlab chiqarilgan mahsulot (oziq-ovqat mahsulotlari, kiyim-kechaklar, asbob-uskunalar) assortimenti va xizmat turlari haqidagi ma‘lumotlarni jalb qilganlar. Ammo ishlab chiqarish tizimi e‘tibordan chetda qoladi. Ishlab chiqarish omillari korxonaga rivojlanishida muhim rol o‘ynaydi. 1-jadvalda neft-gaz kompaniyalari uchun muhim bo‘lgan omillar keltirilgan.

1-jadval

Neft-gaz kompaniyalari uchun eng muhim ishlab chiqarish omillari

t/r	Omillar
1.	Kompaniya (mintaqa, tarmoq) resurs bazasining holati
2.	Kompaniyaning ishlab chiqarish quvvati va samaradorligi
3.	Kompaniyaning moliyaviy resurslar bilan ta‘minlanganlik darajasi
4.	Kompaniyaning texnologik rivojlanish darajasi
5.	Energoresurslar bahosining o‘zgarishi (jahon va ichki bozorda)



6.	Kompaniya faoliyat yuritayotgan jugrofiy mintaqa tavsifi (iste'molchilardan uzoqligi, transport va iqtisodiy infratuzilmalar holati)
7.	Davlat siyosati
8.	Tarmoqdagi raqobat darajasi

Tarmoqda raqobat faqat pirovard mahsulotda nisbatan emas, balki resurslar bozoriga nisbatan ham avj olishi neft-gaz tarmog'ining ajralib turadigan belgilaridan hisoblanadi.

Umuman olganda, neft-gaz qazib olish va uni qayta ishlash tarmog'ining rivojlanishi boshqa ishlab chiqarish elementlari rivojida muhim o'rin tutadigan resurs bazasi, resurs salohiyati bilan bog'langan. Ayrim hududlardagi neft qazib olish bilan shug'ullanuvchi kompaniyalarning ishlab chiqarish tizimidagi rivojlanish bir bosqichidan boshqasiga (ochilishi, rivojlanishi, faoliyat yuritishi va h.k.) o'tishi ishlab chiqarishning texnik, texnologik, tashkiliy tavsiflariga ta'sir qiladigan resurs salohiyati orqali aniqlanadi.

SHunday qilib, resurs, ishlab chiqarish va texnologiyalarni neft-gazni qazib olish va uni qayta ishlash kompaniyalari umumiy salohiyatining muhim elementlari deb atash mumkin. Neft-gaz qazib olish va uni qayta ishlash kompaniyalari strategik boshqaruvi ushbu elementlarni boshqarishi orqali amalga oshadi.

Qazib oluvchi tarmoq korxonalarini uchun strategik masalalarni echish chegaralangan (boshqa tarmoq korxonalariga nisbatan) usullar yordamida amalga oshiriladi: tashqi sharoit yomonlashishi ro'y berganda tarmoq kompaniyalari asosan vertikal integratsiya darajasini o'zgartiradi, diversifikatsiya imkoniyatlari juda chegaralangan bo'ladi SHu bois salohiyat asosini tashkil etuvchi elementlarning uzoq muddatli raqobatbardoshligini qo'llab-quvvatlash tarmoq kompaniyalari uchun asosiy maqsad sanaladi.

YUqorida ta'kidlanganidek, strategik qarorlarning yo'naltirilganligi va mazmuni tizimli yondashuv asosida aniqlanadi. SHu sababdan maqsadlar rivoji va aniq strategiyani ishlab chiqishning uslubiy asosini shakllantirish uchun neft- gaz kompaniyalar faoliyatini tavsiflovchi asosiy parametrlar va qoidalarni aniqlash va tavsiflash talab etiladi.

Mamlakatda neft va gaz qazib olish hamda uni qayta ishlash tarmog'ini boshqarishni takomillashtirish maqsadida xolding kompaniyasi tashkil etildi. O'zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining 1995 yil 12 oktyabrdagi Qarori bilan tasdiqlangan (2000 yil 24 oktyabrda, 2001 yil 22 avgustida va 2002 yil 5 sentyabrda tegishli o'zgartirish va qo'shimchalar kiritilgan) "Xoldinglar to'g'risida"gi Nizomga ko'ra, xolding bu boshqa korxonalar aksiyalar nazorat paketini o'z tarkibiga oluvchi ochiq turdagi aksiyadorlik jamiyatidir.

Hozirda xoldinglarning quyidagi turlari mavjud: gorizontaal, vertikal va aralash. Xoldinglar asosiy yutuqlari bilan birga muayyan kamchiliklarga ham ega.

"O'zbekneftgaz" MXK umumiy boshqaruvi O'zbekiston Respublikasining "Aksiyadorlik jamiyatlari va aksiyadorlarning huquqlarini himoya qilish to'g'risida"gi, "Qimmatli qog'ozlar va fond bozori to'g'risida"gi, "Tovar bozorlarida monopolistik faoliyatni cheklash va raqobat to'g'risida"gi Qonunlari, "Xolding to'g'risida"gi Nizom hamda boshqa me'yoriy hujjatlarga asoslanib amalga oshiriladi. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Neft va gaz konlarini razvedka qilish hamda ularni qazib chiqarishga bevosita xorijiy sarmoyadorlarni jalb etish chora-tadbirlari to'g'risida"gi, "O'zbekiston iqtisodiyotida xususiy sektor ulushi va ahamiyatini tubdan oshirish chora-tadbirlari to'g'risida"gi, "Respublika Davlat Boshqaruv organlari tizimini takomillashtirish to'g'risida"gi, "Xo'jalik boshqaruvi organlari tizimini takomillashtirish to'g'risida"gi Qarorlari ham iqtisodiy sub'ektlarni boshqarishni takomillashtirishga qaratilgandir.

"O'zbekneftgaz" MXK faoliyatini kelgusida yanada rivojlantirishga qaratilgan strategik boshqarishni quyidagi bosqichlarga ajratish mumkin:





1. Ijroni nazorat qilish asosida boshqarish. Bunday holda yangi strategiya variantlarini ishlab chiqish ko'p vaqt talab etadi.

2. Ekstrapolyasiya asosida boshqarish.

3. O'zgarishni oldindan ko'ra bilishga asoslanib boshqarish.

4. Ixcham, tezkor qarorlarga asoslanib boshqarish.

SHunday qilib, strategik boshqarishni tashkil etish kompaniyalar uchun o'zgaruvchan bozor iqtisodiyoti sharoitida muvaffaqiyatga erishishning muhim omillaridan biri sanaladi.

#### Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati:

1. Johnson G and Scholes. K (2007). Exploring Corporate Starategy: Prentice-Hall.-P. 24.
2. Авдеевко В. Н. Производственный потенциал промышленного предприятия. - М.: Экономика, 2009. — С.42
3. Андреев Л. Ф. Менеджмент нефтьгазогового предприятия: совершенствование механизма подготовки стратегических технологически ориентированных решений // Нефть, газ и бизнес. 2002, № 2. — С. 34-39;
4. Yahyoeyvna, O. F. (2024, February). RESPUBLIKAMIZDA AHOLI BANDLIGI MENEJMENTI MASALALARINI ISTIQBOLLARI. In International conference on multidisciplinary science (Vol. 2, No. 2, pp. 25-31).
5. Yahyoeyvna, O. F., & Tatulovna, Z. M. (2024). ISSUES OF PROVIDING ECONOMIC STABILITY UNDER THE INFLUENCE OF FACTORS OF SAVING. JOURNAL OF EDUCATION, ETHICS AND VALUE, 3(1), 374-379.
6. Обидова, Ф. Я. (2023). УПРАВЛЕНИЕ СИСТЕМОЙ КАЧЕСТВА НА ПРЕДПРИЯТИЯХ. Экономика и социум, (11 (114)-1), 929-932.
7. Umarova, Z. O., & qizi Nurboyeva, Z. Y. (2024). IQTISODIY RIVOJLANISH SHAROITIDA INNOVATSION LOYIHALARNI BOSHQARISH. Educational Research in Universal Sciences, 3(1), 108-113.
8. Odilovna, U. Z., & Alexandrovich, A. A. (2024). ECONOMIC AND LEGISLATIVE CORNERSTONES OF INVESTMENT POLICY OF THE REPUBLIC OF UZBEKISTAN. JOURNAL OF EDUCATION, ETHICS AND VALUE, 3(1), 87-90.
9. Obidova, F. Y. (2024). TADBIRKOR-ZAMONAVIY MENEJER SIFATIDA. Educational Research in Universal Sciences, 3(1), 103-107.
10. Yahyoeyvna, O. F., & Alexandrovich, A. A. (2024). THE ROLE OF FINANCIAL MANAGEMENT IN IMPROVING THE FINANCIAL CONDITION OF ENTERPRISES. JOURNAL OF EDUCATION, ETHICS AND VALUE, 3(1), 44-47.
11. Obidova, F. Y. (2023). QURILISH KORXONALARIDA BOSHQARUV SAMARADORLIGINI BAHOLASH USLUBIYOTI. Educational Research in Universal Sciences, 2(4), 74-78.
12. Feruza, O. (2023). How to Create Effective Marketing Strategies for Your Business. Vital Annex: International Journal of Novel Research in Advanced Sciences, 2(3), 12-17.
13. Olimova, O., & Kurolova, Z. (2023). USE OF TEXTILE PRODUCTS IN THE INTERIOR OF RESIDENTIAL BUILDINGS. JOURNAL OF ENGINEERING, MECHANICS AND MODERN ARCHITECTURE, 512-516.
14. Umarova, Z. O., & Obidova, F. Y. (2023). GLOBALLASHUV SHAROITIDA INNOVATSION LOYIHALARNI BOSHQARISH. Educational Research in Universal Sciences, 2(3), 203-207.



15. Feruza, O. (2023). How to Create Effective Marketing Strategies for Your Business. *Vital Annex: International Journal of Novel Research in Advanced Sciences*, 2(3), 12-17.
16. Yahyoyevna, O. F. (2023). FACTORS AFFECTING THE FORMATION OF INNOVATIVE POTENTIAL AND ITS TRANSFORMATION. *World Economics and Finance Bulletin*, 18, 72-77.
17. Nilufar, S. (2024, February). "YODGOR" DOSTONI MILLAT UCHUN FAQAT O 'TMISH EMAS, HOZIR VA KELAJAK HAMDIR. In *International Conference on Linguistics, Literature And Translation (London)* (Vol. 1, pp. 39-40).
18. Umarova, Z. O. (2020). BUSINESS OPPORTUNITY FOR TOURISM DEVELOPMENT. *Экономика и социум*, (10), 275-278.
19. Умарова, З. О., & Пулатова, М. (2020). CREATION OF AGROSERVICE SERVICES IN AGRICULTURE. *Актуальные научные исследования в современном мире*, (6-4), 22-25.
20. Obidova, F., & Umarova, Z. (2021). FOREIGN EXPERIENCE OF SMALL BUSINESS DEVELOPMENT. *Экономика и социум*, (5-1), 376-379.
21. Obidova, F. Y. (2021). PROSPECTS FOR INNOVATIVE DEVELOPMENT OF TOURISM. *Актуальные научные исследования в современном мире*, (4-10), 91-95.
22. Obidova, F. Y., & Umarova, Z. O. (2021). IQTISODIYOTNI MODERNIZATSIYALASH SHAROITIDA INNOVATION LOYIHALARNING O'RNI. *Global Science and Innovations: Central Asia (см. в книгах)*, 3(7), 25-29.
23. Obidova, F. Y. (2020). SMALL BUSINESS IN THE ECONOMY. *Economy and Society*, (2), 264.
24. Umarova, Z. O., & Obidova, F. Y. (2019). SIGNIFICANCE OF FREE ECONOMIC ZONES IN THE DEVELOPMENT OF THE NATIONAL ECONOMY. *Actual scientific research in the modern world*, (2-6), 53.
25. Olimova, O., & Kurolova, Z. (2023). USE OF TEXTILE PRODUCTS IN THE INTERIOR OF RESIDENTIAL BUILDINGS. *JOURNAL OF ENGINEERING, MECHANICS AND MODERN ARCHITECTURE*, 512-516.
26. Obidova, F. Y. (2017). REFORMING OF THE EDUCATIONAL SYSTEM OF THE REPUBLIC OF UZBEKISTAN. *Actual scientific research in the modern world*, 13(11-13), 87.
27. Умарова, З. О., & Обидова, Ф. Я. (2019). Значение свободных экономических зон в развитии национальной экономики. *Актуальные научные исследования в современном мире*, (2-6), 53-57.
28. Saitova, N. (2022). LINGUISTIC APPROACHES TO THE ENTRY OF WORDS IN UZBEK LANGUAGE. *Galaxy International Interdisciplinary Research Journal*, 10(2), 5-7.
29. Abdumannonovna, T. D. (2024). EFFECTIVE RESULTS OF APPLYING ANALYTICAL PROCEDURES IN AUDITING.
30. Abdumannonovna, T. D. (2024). EXTERNAL AUDITORS AND THEIR LIABILITY TO THIRD PARTIES. *Gospodarka i Innowacje.*, 44, 71-75.
31. Abdumannonovna, T. D. (2024). Auditorlik Tekshiruvida Firibgarlikni Aniqlashda Professionallik Qobiliyatini Qo'llash. *Miasto Przyszłości*, 45, 138-144.
32. Abdumannonovna, T. D. (2024). NEW UZBEKISTAN AND THE MUTUAL INTERESTS OF THE "BIG FOUR" INTERNATIONAL AUDITING COMPANIES. *Miasto Przyszłości*, 45, 600-605.
33. Abdumannonovna, T. D. (2024). Audit Risk, its Elements and Their Assessment. *Best Journal of Innovation in Science, Research and Development*, 3(2), 847-854.



34. Abdumannonovna, T. D. (2024). AUDIT-AS A FACTOR OF INCREASING BUSINESS EFFICIENCY IN ENTERPRISES. *Miasto Przyszłości*, 45, 594-599.
35. Abdumannonovna, T. D. (2024). The Document Presented by the Auditor is" Audit Report and its Contents". *Best Journal of Innovation in Science, Research and Development*, 3(2), 991-997.
36. Abdumannonovna, T. D. (2024). Relationship With Auditing Standards in Controlling the Quality of Auditor's Work. *Best Journal of Innovation in Science, Research and Development*, 3(2), 998-1003.
37. Abdumannonovna, T. D. (2024). IMPORTANCE AND ROLE OF INTERNAL AUDIT IN ENTERPRISES. *JOURNAL OF EDUCATION, ETHICS AND VALUE*, 3(1), 6-9.
38. Abdumannonovna, T. D. (2024). DEVELOPMENT AND USEFUL ASPECTS OF AUDITING ACTIVITY IN UZBEKISTAN. *JOURNAL OF EDUCATION, ETHICS AND VALUE*, 3(1), 15-18.
39. Abdumannonovna, T. D. (2023). WAYS OF DEVELOPING THE INTERNAL AUDIT SERVICE IN BUSINESS ENTITIES. *JOURNAL OF EDUCATION, ETHICS AND VALUE*, 2(8), 37-40.