MDIS Tashkent

MANAGEMENT, MARKETING AND FINANCE

INTERNATIONAL SCIENTIFIC JOURNAL



VOLUME 2, ISSUE 11

Management Development Institute of Singapore in Tashkent

International scientific journal Management, Marketing and Finance

VOLUME 2 ISSUE 11
NOVEMBER 2025

“Menejment, marketing va moliya” xalqaro ilmiy jurnali 2025-yil 11-soni

ISSN 3030-3745 | WWW.JMMF.UZ

O‘zbekiston Respublikasi Oliy ta’lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi Oliy attestatsiya komissiyasi Rayosatining 2024-yil 27-sentabrdagi 361/5-sonli qaroriga muvofiq dissertatsiyalarning asosiy ilmiy natijalarini chop etish tavsiya etilgan ilmiy nashrlar ro‘yxatiga kiritilgan.

Texnika, iqtisodiyot, yuridik (huquq) fanlari yo‘nalishlari bo‘yicha yozilgan ilmiy maqolalar nashr etiladi.

Tashkent 2025

ISSN 3030-3745
"Management, Marketing and Finance" xalqaro ilmiy jurnali 2025-yil 11-soni – 2025-yil noyabr.

Tahrir hay'ati

Tahrir hay'ati raisi

Mamatkulov Ilhom Abdurashidovich	*Toshkent shahridagi Singapur menejmentni rivojlantirish instituti rektori, i.f.d.*

Tahrir hay'ati raisi o'rinbosari

Ishanxodjayeva Dildora Aleksandrovna	*Toshkent shahridagi Singapur menejmentni rivojlantirish instituti Tadqiqot, innovatsiyalar va xalqaro munosabatlar bo'yicha direktor, i.f.f.d. (PhD)*

Tahrir hay'ati mas'ul kotibi

Hasanov Tohir Abdurashidovich	*Toshkent shahridagi Singapur menejmentni rivojlantirish instituti konsultanti, i.f.d., dotsent.*

Tahrir hay'ati a'zolari

Eric Kuan	*Singapur menejmentini rivojlantirish instituti prezidenti (MDIS, Singapore), PhD, professor.*
Paul van Gardingen	*Bangor universiteti prorektori (Bangor University, UK), PhD, professor.*
Abigail Moriarty	*Sanderland universiteti Markaz rahbari (University of Sunderland, UK), PhD, professor.*
Rob Burton	*Tissayd universiteti decani (Teesside University, UK), PhD, professor.*
Mamatkulov Abdurashid	*Toshkent davlat agrar universiteti professori, i.f.d., professor.*
Bektemirov Abdumalik	*Samarqand iqtisodiyot va instituti kafedra mudiri, i.f.d., professor.*
Raxmonov Nuriddin	*O'zbekiston Respublikasi Bank-moliya akademiyasi, Moliya va moliyaviy texnologiyalar fakulteti dekani, PhD*
Aliyeva Deniza	*Toshkent shahridagi Singapur menejmentini rivojlantirish instituti dotsenti, i.f.d.*
Abdullayev Baxrom	*Urganch davlat universiteti rektori, fiz-mat.f.d.,dotsent.*
Raximxodjayeva Nodira	*Toshkent shahridagi Singapur menejmentini rivojlantirish instituti dekani, i.f.f.d.*
Xo'jayev Jamol	*Toshkent shahridagi Singapur menejmentini rivojlantirish instituti dotsenti, t.f.f.d.*
Kurbonova Dilafruz	*Toshkent shahridagi Singapur menejmentini rivojlantirish instituti dotsenti, i.f.f.d.*
Bektemirov Abduxamid	*Samarqand davlat universiteti dotsenti, PhD.*
Veluthedan Sreekanth	*Toshkent shahridagi Singapur menejmentini rivojlantirish instituti xorijiy o'qituvchisi, PhD, professor.*
Alekha Panda	*Toshkent shahridagi Singapur menejmentini rivojlantirish instituti xorijiy o'qituvchisi, PhD, professor.*
Firas Halawani	*Toshkent shahridagi Singapur menejmentini rivojlantirish instituti xorijiy o'qituvchisi, PhD, professor.*
Maged al Dubai	*Toshkent shahridagi Singapur menejmentini rivojlantirish instituti xorijiy o'qituvchisi, PhD, professor.*
Manjunath Bharmappa Ramesh	*Toshkent shahridagi Singapur menejmentini rivojlantirish instituti xorijiy o'qituvchisi, PhD, professor.*

"Management, Marketing and Finance" xalqaro ilmiy jurnalida har bir maqolaga DOI raqam olinib, Polshaning Indeks Copernikus (OAK12), Yevropaning Zenodo va Open Aire, Rossiyaning Cyberlinenka, Angliyaning Europub xalqaro ilmiy bazalariga va www.jmmf.uz saytiga joylanadi, Google akademiya xalqaro ilmiy qidiruv tizimida indekslanadi.

© Management Development Institute of Singapore in Tashkent
© International Scientific Journal "Management, Marketing and Finance"
© Authors

KIRISH SO‘ZI

Ma’lumki, bozor munosabatlari hukmron bo‘lgan iqtisodiy tizimda erkin raqobat muhitini shakllantirish hamda aholi turmush darajasini yuksaltirishda marketing faoliyati alohida ahamiyatga ega. Bugungi globallashuv sharoitida marketing nafaqat mahsulotni sotish vositasi, balki korxona va tashkilotlar strategik boshqaruvida muhim rol o‘ynovchi mexanizm sifatida qaralmoqda.

Zamonaviy yondashuvlarga ko‘ra, marketing — bozorda shakllanadigan iqtisodiy munosabatlarni faollashtirish vositalari, mahsulot ishlab chiqarish va uni bozorga olib chiqishdagi tizimli yondashuvlar, bozor muhitidagi o‘zgarishlarga moslashish, xaridorlarga tabaqalashtirilgan yondashuv asosida xizmat ko‘rsatish, innovatsion va raqobatbardosh mahsulotlar yaratish, kon’yunktura o‘zgarishlarini tahlil qilish hamda marketing kommunikatsiyalarini, xususan reklama va PR faoliyatini samarali yo‘lga qo‘yishni o‘z ichiga oladi.

Shu o‘rinda ta’kidlash joizki, mamlakatimizda ta’lim sohasiga, xususan oliy ta’lim tizimiga berilayotgan keng ko‘lamli e’tibor natijasida marketing fani zamonaviy bilim sohasi sifatida shakllanmoqda. Bozor iqtisodiyotida marketing tamoyillarining qo‘llanilishi, u orqali yuqori samaradorlikka erishish imkoniyati yaratilmoqda. Iqtisodiyotni modernizatsiya qilish, tadbirkorlikni rivojlantirish, yangi ish o‘rinlarini yaratishda ham marketing yondashuvlari muhim vosita bo‘lib xizmat qilmoqda.

Yuqoridagilardan kelib chiqib aytish mumkinki, zamonaviy bozor iqtisodiyoti sharoitida har bir korxona va tashkilot marketing strategiyasini to‘g‘ri yo‘lga qo‘yishi orqali raqobatbardosh ustunlikka erisha oladi.

Ayniqsa**, “Management, Marketing and Finance” (“Menejment, Marketing va Moliya”)** nomli xalqaro ilmiy jurnal sahifalarida chop etilayotgan maqolalar orqali mamlakatimizda turli sohalarda marketing yondashuvlarining amaliy samaradorligi chuqur tahlil qilinmoqda. Bu esa, marketingning nafaqat iqtisodiy, balki ijtimoiy taraqqiyotdagi o‘rnini yana bir bor tasdiqlaydi.

I. Mamatkulov,
Toshkent shahridagi Singapur menejmentni rivojlantirish instituti rektori, i.f.d.

MDIST CONDUCTED "TOURISM AND HOSPITALITY" TRAINING FOR EMPLOYEES OF SEVARSOY RESORT

Business and Tourism Development Unit of the Management Development Institute of Singapore in Tashkent organized a professional training session on "Tourism and Hospitality" for the employees of Sevarsoy Resort on November 4.

The training, held at the resort, focused on improving service quality, communication with guests, and modern approaches in the tourism and hospitality industry. MDIST representatives delivered practical sessions covering customer care, teamwork, and service excellence — essential components of a successful hospitality environment.

This initiative aimed to strengthen cooperation between MDIST and tourism organizations while enhancing the professional skills of hospitality staff. The event reflected MDIST's ongoing commitment to supporting the development of Uzbekistan's tourism sector through education, training, and industry collaboration.





TSMRI “XXI ASRDA TIBBIYOT TURIZMI: BARQAROR MODELLLAR VA SO‘NGGI AMALIYOTLAR” III XALQARO ILMIY-AMALIY KONFERENSIYASIDA ISHTIROK ETDI

Joriy yilning 10-noyabr sanasida MGIMO Toshkent filialida “XXI asrda tibbiyot turizmi: barqaror modelllar va so‘nggi amaliyotlar” nomli III Xalqaro ilmiy-amaliy konferensiya o‘z ishini boshladi.

Tadbirda O‘zbekiston Respublikasi Turizm qo‘mitasi, Sog‘liqni saqlash vazirligi, nufuzli xalqaro oliy ta’lim muassasalari, tibbiyot va turizm sohasi vakillari hamda ilmiy tadqiqot markazlari mutaxassislari ishtirok etishdi. Shu qatorda tadbirda Toshkentdagi Singapur menejmentni rivojlantirish institutining Biznes va turizmni rivojlantirish bo‘limi vakillari ham faol ishtirok etishdi.

Konferensiya doirasida tibbiy turizmning xalqaro tajribalari, sog‘lomlashtirish yo‘nalishlari, sanatoriy va kurort xizmatlari, shuningdek, an’anaviy Sharq tibbiyotining hozirgi dolzarbligi haqida so‘zga chiqildi.









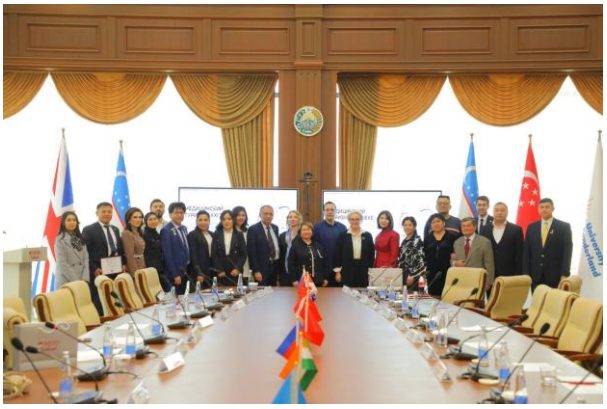
TSMRIDA “SOG‘LOMLASHTIRISH TURIZMI VA KASALLIKLARNI OLDINI OLISH” MAVZUSIDA DAVRA SUHBATI O‘TKAZILDI

“XXI asrda tibbiyot turizmi: barqaror modellar va so‘nggi amaliyotlar” III Xalqaro ilmiy-amaliy konferensiyasi doirasida bugun Toshkentdagi Singapur menejmentni rivojlantirish institutida “Sog’lomlashtirish turizmi va kasalliklarni oldini olish” mavzusida davra suhbati bo‘lib o‘tdi.

Tadbirda tibbiyot hamda turizm sohasi mutaxassislari, oliy ta’lim muassasalari professor-o‘qituvchilari va talabalar ishtirok etishdi.

Davra suhbati davomida sog‘lomlashtirish turizmining jahon amaliyotlari, O‘zbekistonning tabiiy salohiyatidan samarali foydalanish imkoniyatlari, shuningdek, profilaktik sog‘lomlashtirish dasturlarini rivojlantirish masalalari muhokama qilindi.

Tadbir yakunida ishtirokchilar sertifikatlar hamda esdalik sovg‘alar bilan taqdirlanishdi.









TOSHKENTDAGI SINGAPUR MENEJMENTNI RIVOJLANTIRISH INSTITUTI — “YASHIL MAKON” MILLIY LOYIHASI DOIRASIDAGI TASHABBUSLARNI DAVOM ETTIRMOQDA

“Yashil makon” milliy loyihasini amalga oshirish hamda shahar hududida ekologik muhitni yaxshilash maqsadida Toshkentdagi Singapur menejmentni rivojlantirish institutida ko‘kalamzorlashtirish ishlari bosqichma-bosqich olib borilmoqda.

Mazkur tashabbus doirasida institut hududida yangi manzarali daraxt va butalar ekilib, mavjud yashil maydonlarni parvarishlash bo‘yicha kompleks chora-tadbirlar amalga oshirilmoqda. Ushbu ishlar talaba-yoshlar uchun qulay va sog‘lom muhit yaratish, shuningdek, ekologik madaniyatni yuksaltirishga xizmat qiladi.

Institut jamoasi “Yashil makon” loyihasini qo‘llab-quvvatlash orqali poytaxtimizning yanada obod, toza va yashil bo‘lishiga munosib hissa qo‘shishda davom etadi.









Joriy yilning 21-noyabr kuni Toshkentdagi Singapur menejmentni rivojlantirish instituti Buyuk Britaniyaning Chartered Insurance Institute (CII) — sug‘urta ta’limi sohasidagi yetakchi xalqaro tashkilot bilan hamkorlikda tashkil etilgan “CII Center at MDIST” markazining rasmiy ochilish marosimi bo‘lib o‘tdi.

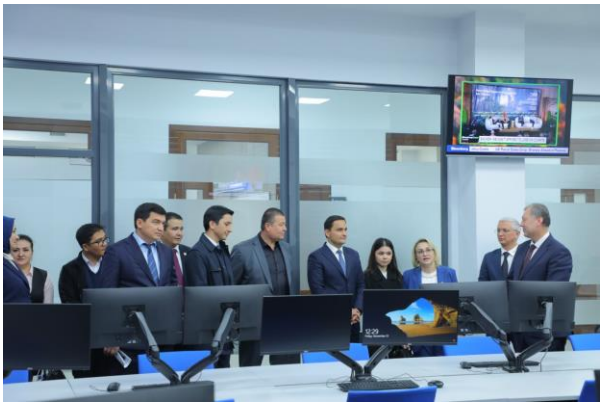
Markazning ochilishi O‘zbekistonda sug‘urta mutaxassislarining professional kompetensiyalarini oshirish va sug‘urta ta’lim tizimiga xalqaro standartlarni joriy etishga qaratilgan. Markaz tomonidan CII ning Certificate (Level 3) va Diploma (Level 4) darajasidagi malaka dasturlari, imtihonlarga tayyorlov kurslari, CPD-seminarlar va korporativ o‘quv modullari taklif etiladi.

O‘quv jarayoni xalqaro CII maqomiga ega malakali mutaxassislar tomonidan olib boriladi. Markaz zamonaviy o‘quv infratuzilmasi, raqamli resurslar va CII ning global o‘quv platformalariga ulanish imkoniyatlari bilan jihozlangan. Dasturlar sug‘urta kompaniyalari, tegishli yo‘nalishdagi talabalar, amaliyotchi mutaxassislar hamda sug‘urta sohasiga o‘tishni rejalashtirayotgan turli sohalar vakillariga mo‘ljallangan.









THE ESSENCE, PRINCIPLES AND TASKS OF MARKETING ACTIVITIES IN TEXTILE AND SEWING-KNITTING INDUSTRY ENTERPRISES

Musayeva Shoira Azimovna
Professor of Samarkand Institute of Economics and Service
Orsid code -0009-0000-9577-6976
https://doi.org/10.5281/zenodo.18080612

Abstract. *This article examines the study of consumer needs in creating a new product, the individuality of the product and its wide differentiation across market segments, i.e. the differentiation of the assortment across market segments, the fact that product competitiveness is not strictly tied to technical standards and norms, i.e. the subjective desires and views of consumers, and the links in the technological chain.*
Keywords:*Enterprise, product, market, assortment, segment, consumer, competition.*

Introduction. Marketing activities are, firstly, the type of work and tasks performed in the field of entrepreneurship; secondly, marketing functions performed to form and reproduce demand, ensuring the company's profit.

Marketing activities are methods used by employees to effectively promote a business in order to increase brand awareness, increase sales, or build relationships with customers.

Marketing activities are the methods companies use to promote their products to existing and new customers.

Marketing activities include a wide range of actions and strategies used by companies to distribute their products, services and brands to target audiences.entrepreneurship can be shown as an independent type of activity and as a task of integrating the actions of all links in the entrepreneurship and production chain.

Based on the definitions of marketing effectiveness given in the scientific literature, we defined the effectiveness of marketing activities in textile and garment enterprises as the economic result corresponding to a unit of their marketing costs. By this we mean measures aimed at increasing effectiveness, intensifying marketing activities, and increasing their effectiveness.

Analysis of literature on the topic. An analysis of the existing literature on marketing shows the need to improve modern marketing principles, brand promotion methods and a flexible approach to consumer requirements. In his textbook on marketing strategies, the expert RGIbragimov states the following: “Marketing strategy is understood as the use of a model of the principles of the enterprise's behavior in the market, established for a certain period of time. With its help, the enterprise seeks to ensure its success.”Many economists have been involved in the development and implementation of marketing strategies. Among them are such famous scientists as F. Kotler, David Aeker, Clayton Christensen, Seth Godin, Kevin Keller, Byron Sharp, and Jay Bayer.

While the research conducted in the field of marketing in our country for many years is based on national characteristics, it is also necessary to recognize the scientists who have made a significant contribution to the development of marketing theory. These include R.Ibragimov,

YO.Abdullaev, A.Saliev, M.Sharifkhodjaev, D.Rakhimova, Sh.Ergashkhodjaeva, Sh.Musayeva and others..

Research methodology. The study used a systematic approach, marketing analysis, benchmarking, and digital metrics. Mass surveillance methods were used to collect and analyze data from social media platforms.

Analysis and results. Based on the chosen field, goals and tasks of the article, we offer the following definition: the marketing activity of a textile and sewing-knitting enterprise is the activity of implementing methods and means of marketing functions aimed at satisfying the needs of consumers in order to create a competitive advantage in a certain type and segment of the market and ensure long-term competitiveness.

Apparently, marketing in textile enterprisesThe diversity of the content, directions and means of marketing activity has led to the lack of a single approach to its definition and the fact that scientists have made unique proposals for this complex type of activity. Debates among scientists continue not only about the definition of marketing activities in textile enterprises, but also about its composition. Most scientists consider marketing activities to be identical with marketing tasks, that is, they consider them to consist of marketing research, marketing policies, marketing strategy, promotion and marketing services. Some scientists consider marketing activities to consist of two groups, namely strategic and operational marketing. The literature also presents ideas for separating the structure of marketing activities from the point of view of marketing functions (market research, planning, analytical, sales, ... and others).

Considering the relevance and complexity of the problem for the industry,based on the purpose, tasks and limitations of the thesis in our researchin the textile and sewing-knitting industrywe intended to use it in the following order when solving it (Fig. 1).

Based on this scheme, it can be seen that scientific research needs to be conducted in several directions:

What are the characteristics of enterprises in the textile and sewing-knitting industry and their role in the economic policy of our country?

What is the uniqueness of marketing activities in these enterprises?

What is the role of textile and sewing-knitting industry marketing activities in the regional economy?

What are the common and different aspects of marketing activities of textile and sewing-knitting enterprises?

What are the scientific bases of improving marketing activities in textile and sewing-knitting enterprises?

To answer the above questions, the characteristics of marketing activities in the industry are primarily related to the characteristics of the product being produced in the consumer market. These characteristics include:

- The impact of fashion on the formation of consumer needs and the shortness of the product's life cycle in the market due to its influence;
- The influence of public opinion on a consumer's purchasing decision, that is, the manufacturer's idea is only confirmed or refuted in the sales floor;
- The need to create a positive attitude among consumers about a product before it is released to the market. When creating a new product, it is necessary to study the needs of consumers and prepare them accordingly to consume the new product.

- The individuality of the product and its wide differentiation by market segments, that is, the differentiation of the assortment by market segments. For example, the segments of the world textile market include the final consumer market, home textile products, and technical textile products;
- Orientation of the product to a certain type of market in terms of useful properties and usefulness, that is, in most cases, this feature determines the target market of the enterprise (broad consumer market, enterprise market, public procurement market, etc.);
- Product competitiveness is not strictly connected to technical standards and norms, that is, it is influenced by the subjective wishes and views of consumers.

Figure 1. Scientific research scheme for improvement of marketing activity in textile and sewing-knitting industry.



On the other hand, the influence of production factors on the marketing of the textile and garment-knitting industry is of great importance for revealing its content. We believe that these factors can include the following.

1. Textile and garment enterprises form links in a single technological chain. Starting from the spinning of natural and artificial fibers to the creation of clothing or other consumer products, enterprises form a holistic system through mutual relations. The marketing activities of an individual enterprise are determined by its place in this system;

2. The strategic importance of raw materials used in the textile and garment industry. Cotton fibers serve as the main raw material for textile enterprises in the Republic of Uzbekistan. Most of the cotton, cocoons, and wool raw materials produced in our country are intended for textile and garment enterprises. In this regard, restrictions on the sources of raw materials create

specific forms of competition between enterprises. Enterprises struggle not only for dominance in segments of the consumer market, but also for dominance in the raw material market.

3. The socio-political importance of the textile and garment industry in the economy of Uzbekistan. The natural and geopolitical conditions of our country make the role of the textile industry in employment, welfare, and export potential of the population a priority, given the deep understanding of the state support strategy for enterprises. This, in turn, has a significant impact on the marketing activities of enterprises.

As a result of the research, we have identified specific characteristics of textile and garment enterprises, depending on the products they produce and their place in the processing chain, as a factor determining marketing activities. According to this characteristic, it is appropriate to divide textile and garment enterprises into the following groups: yarn spinning enterprises (YE), textile enterprises (T), garment and garment enterprises (TT). We have determined that the enterprises included in the group have generalizing characteristics related to marketing (1-table).

1-table.

Marketing features of textile and sewing-knitting enterprises.*

	spinning yarn(IC)	**Textiles (T)**	**sewing-knitting and clothing (TT)**
Product feature	are purchased as raw materials in production	Production raw materials (fabric, ...) products for the manufacturing industry, products for the consumer market (carpets, floor coverings)	A wide range of consumer goods, fashionable design, customization
Enterprise feature	Narrow specialization, technology suitable for raw materials, integration with T enterprises	wide range of products, various technological lines, integration with IC enterprises	A wide range of products, cutting-edge technology, design and experimental workshops
Type of sales market	V2V, international market	V2V, V2S. V2G, international market	V2S. V2G, international market
Type of shopping market	agrocluster	the front link of the technological chain, the V2V market	IK and T enterprises, commodity exchange
Marketing strategy	product improvement	improvement of production, improvement of product quality, expansion of the consumer market	Consumer-oriented marketing, social marketing, global marketing.
Product policy	adaptation to technical standards	compliance with technical norms and	Following fashion and design

		standards, design and appearance	
Pricing policy	costs plus profit, competition- price	cost plus profit, stock prices, competition-price	Competition – price
Merchandise Movement Policy	closed channels	Semi-closed and open channels	Open, multi-stage channels
Communication policy	increasing the number of regular customers, direct marketing, exhibition, advertising	Introducing the enterprise to the market, all types of advertising, direct marketing,	Customer attraction, sales promotion, advertising,
Marketing Service Policy	Knowledge of pre-enterprise and post-enterprise chain link, contracting skills, quality standards	Improving product quality, expanding the market, promoting promotion channels, accelerating sales, improving marketing	Studying consumers, adapting the assortment to demand, stimulating the movement channels, accelerating sales, improving marketing
Marketing research	Studying the textile industry market, studying demand for products, monitoring scientific and technical news and innovations; studying the capabilities and characteristics of agroclusters	Market analysis, customer research, segmentation, product research, market monitoring, fashion news monitoring	Market analysis, customer research, segmentation, product research, market monitoring, fashion news monitoring

*-compiled by the author

The specialization of textile and sewing-knitting enterprises by type of market serves as a factor determining the marketing characteristics. We have already noted that one of the distinctive features of textile products is its special orientation. The narrow specialization of the enterprise mainly serves as a target orientation of its activities for one market. Usually this is the consumer market (B2C), the market of industrial enterprises (B2B), the market of government orders (B2G) and international markets. Then the methods, tools and programs of marketing activities are tailored to this market.

The content of the marketing activities of textile and sewing and knitting enterprises is greatly influenced by the position of the enterprise in the market. According to the theory of strategic marketing, the competitors of enterprises mainly belong to one strategic group, that is, the closest competitors should be very close to each other in terms of product type, sales volume, attention to market segments, and other characteristics..

REFERENCES

1. Resolution of the Cabinet of Ministers of the Republic of Uzbekistan, No. 166 dated 29.03.2021.
2. Mirziyoyev Sh.M. The rule of law and the protection of human interests are the key to the country's development and the well-being of the people. - T .: Uzbekistan, 2017.- 48 p.
3. Mirziyoyev Sh.M. We will build a great future with our brave and noble people. - T .: Uzbekistan, 2017.- 488 p.
4. Address of the President of the Republic of Uzbekistan Shavkat Mirziyoyev to the Oliy Majlis. January 24, 2020. - People's Speech, January 26, 2020.
5. Decree of the President of the Republic of Uzbekistan No. PF-4947 dated February 7, 2017 "On the Strategy of Actions for the Further Development of the Republic of Uzbekistan".
6. 6.Azimovna, MS (2022). Professor of Samarkand Institute of Economic and Service, Samarkand, Uzbekistan. Formation of psychology and pedagogy as interdisciplinary sciences, 1(9), 20-23.
7. Musayeva, S., & Usmanov, F. (2022). Ways to develop marketing activities in tourist organizations. Science and innovation, 1(A5), 84-88.
8. 8.Azimovna, MS, Ilkhomovna, UD, & Shokhrukhovich, UF (2022). Issues of improving productivity competition in agriculture. Online scientific journal of innovation in social sciences.-2022.-C, 51-53.
9. 9.Azimovna, MS, Ilkhomovna, UD, & Shokhrukhovich, UF (2022). The role of marketing in increasing the economic efficiency of service enterprises.
10. 10.Azimovna, MS, Ilkhomovna, UD, & Shokhrukhovich, UF (2022). The concept of a correct marketing policy in trade and service enterprises.
11. Musayeva, S. (2022). Studying the organization of advertising activities ofgoodsat" Samarkand tea packaging factory" JSC. Science and innovation, 1(A6), 185-192.
12. Musayeva, S. (2022). Prospects for the development of "stekloplastik" llc activity in the conditions of the market economy. Science and innovation, 1(A6), 539-546.
13. 13.Azimovna, MS, Ilkhomovna, UD, & Shokhrukhovich, UF (2022). Importance and Characteristics of Brand Choice in Services. European Multidisciplinary Journal of Modern Science, 1-3.
14. 14.Musaeva Sh. A. Marketing research. Textbook Publishing and creative department of “STAR-SEL” LLC. Samarkand–2023
15. Musaeva Sh. A. Integrated marketing communication. Textbook. "Mahorat" publishing house, Samarkand -2022.

ТИПОВАЯ МОДЕЛЬ КОММУНИКАЦИОННОГО СОПРОВОЖДЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ФОРУМОВ

Садулло Салахов
Заместитель начальника Управления Министерства инвестиций, промышленности и торговли
https://doi.org/10.5281/zenodo.18360215

Аннотация. *В статье рассматривается практическая проблема, с которой регулярно сталкиваются органы государственного управления при подготовке и проведении международных инвестиционных мероприятий: накопленный опыт сотрудников остаётся в значительной степени персонализированным и редко оформляется в виде воспроизводимых управленческих решений. На примере международных инвестиционных форумов показано, что отсутствие типовой модели коммуникационного менеджмента приводит к фрагментарности действий, избыточной зависимости от отдельных исполнителей и снижению управляемости инвестиционного процесса. В работе предлагается детализированная типовая модель коммуникационного менеджмента международного инвестиционного форума, ориентированная не на формальное «освещение мероприятия», а на сопровождение инвестора от первого контакта до подписания соглашений и дальнейшей проектной реализации. Научная новизна исследования заключается в разработке процессной управленческой модели, встроенной в инвестиционный цикл государства и нацеленной на достижение конкретных управленческих результатов.*

Ключевые слова: *коммуникационный менеджмент, государственное управление, инвестиционная политика, международный инвестиционный форум, типовая модель, институционализация опыта.*

Введение

Международные инвестиционные форумы за последние годы стали одним из основных инструментов государственной инвестиционной политики. Однако на практике они нередко продолжают восприниматься как разовые событийные проекты, основная задача которых - представить страну и продемонстрировать интерес со стороны зарубежного бизнеса. Такой подход слабо отражает реальную функцию форума в инвестиционном цикле и занижает требования к качеству коммуникационного управления.

Форум - это не только презентация возможностей. Это точка входа инвестора в систему государственного управления, первый тест на её управляемость, согласованность и способность доводить заявленные намерения до конкретных решений.

Именно на этом этапе формируется базовое доверие, снижается неопределённость и закладываются предпосылки для последующих переговоров и проектной работы. В научной литературе всё чаще подчёркивается, что конкурентоспособность государств в глобальной инвестиционной среде определяется не столько набором льгот или ресурсной базой, сколько качеством институциональных коммуникаций. П.Друкер, например,

связывал эффективность управления в сложных системах со способностью организаций превращать практический опыт сотрудников в устойчивые и воспроизводимые управленческие решения. Для государственного управления это особенно актуально: здесь цена ошибок выше, а горизонт ответственности значительно длиннее, чем в корпоративном секторе.

На практике подготовка и проведение международных инвестиционных форумов в государственных органах опирается на значительный практический багаж профильных подразделений. Этот опыт накапливается годами, передаётся внутри команд и часто существует в виде негласных правил, устоявшихся подходов и личных контактов. Однако без формализации он остаётся уязвимым: при смене состава исполнителей или расширении масштаба мероприятий управляемость резко снижается. В результате коммуникационный менеджмент сохраняет операционный характер и не в полной мере используется как инструмент реализации инвестиционной политики.

Эмпирическая база и подход к исследованию

Эмпирическую основу исследования составили материалы практической деятельности органов государственного управления в сфере организации и коммуникационного сопровождения международных инвестиционных мероприятий, включая Ташкентский международный инвестиционный форум. В анализ были включены рабочие и аналитические материалы, формируемые в процессе подготовки и проведения форумов, а также сопутствующие документы, используемые в ходе переговоров и взаимодействия с инвесторами и средствами массовой информации. В ходе работы обобщались элементы практического опыта, зафиксированные в организационных планах, коммуникационных материалах, презентациях инвестиционных проектов, медиаконтенте и внутренних управленческих документах.

Эти материалы не образуют единого утверждённого регламента и формируются в рамках текущей деятельности профильных подразделений и проектных команд.

Именно отсутствие формализованной типовой модели коммуникационного менеджмента международных инвестиционных мероприятий определило исследовательский подход. Задача заключалась не в описании отдельных кейсов, а в аналитическом обобщении накопленного практического опыта и его трансформации в типовую модель, пригодную для воспроизводства и внедрения в деятельность органов государственного управления.

Коммуникационный менеджмент в инвестиционной политике

Современные подходы к публичному управлению рассматривают коммуникации как стратегический ресурс государства. В рамках теории стратегических коммуникаций взаимодействие с ключевыми стейкхолдерами трактуется как управляемый процесс, ориентированный на достижение конкретных результатов. В инвестиционной сфере таким стейкхолдером выступает инвестор, чьё решение формируется под воздействием не только экономических расчётов, но и институциональной среды, в которую он входит. Дж.Грюниг рассматривал коммуникационный менеджмент как процесс выстраивания долгосрочных, доверительных отношений между организацией и её аудиториями. В контексте инвестиционной политики это означает необходимость системного сопровождения инвестора на всех стадиях взаимодействия - от первого контакта до практической

реализации проекта. Разовые коммуникационные усилия без последующего сопровождения в данном случае не работают.

Исследования в области nation branding и инвестиционного маркетинга также подтверждают, что демонстрация институциональной зрелости, прозрачности и готовности к сопровождению проектов является важным нематериальным фактором инвестиционной привлекательности. В этой логике международные инвестиционные форумы выступают не просто как «витрина» инвестиционного потенциала, а как один из ключевых элементов коммуникационного менеджмента инвестиционного цикла.

Практический опыт как управленческий ресурс

Практика организации международных инвестиционных форумов показывает наличие развитых организационных и коммуникационных решений, охватывающих широкий спектр задач - от подготовки контента и приглашения инвесторов до сопровождения переговоров и фиксации достигнутых договорённостей.

Эти решения формируются в процессе подготовки конкретных мероприятий и находят отражение в детализированных планах мер, дорожных картах и внутренних рабочих документах. Вместе с тем, как отмечал Г.Минцберг, практический опыт без концептуального осмысления остаётся на тактическом уровне и не превращается в стратегический актив организации. В условиях государственного управления это приводит к тому, что успешные коммуникационные практики не всегда становятся частью институциональной памяти и вынужденно воспроизводятся заново при каждом новом мероприятии. Следовательно, научная задача заключается не в описании отдельных форумов, а в выявлении и формализации управленческой логики, лежащей в основе успешных практик, с последующей трансформацией этой логики в типовую модель коммуникационного менеджмента.

Типовая модель коммуникационного менеджмента международного инвестиционного форума

Предлагаемая типовая модель рассматривает международный инвестиционный форум как коммуникационно -инвестиционный проект, встроенный в инвестиционный цикл государства. В отличие от регламентов и календарных планов мероприятий, модель фиксирует не перечень действий, а систему управленческих решений и коммуникационных инструментов, направленных на достижение инвестиционного результата. Подготовительный этап ориентирован на формирование управляемого инвестиционного интереса.

Ключевым коммуникационным продуктом на этом этапе выступает промо-видеоролик страны, который задаёт общее позиционирование форума и формирует у инвестора первичное представление о стабильности, институциональной зрелости и готовности к сотрудничеству. Важно, что данный продукт работает не сам по себе, а как часть общей коммуникационной рамки.

Существенную роль играет проектирование тематических панельных сессий, смещённых от декларативных выступлений к обсуждению практических аспектов инвестиционного климата. В рамках таких сессий представляются конкретные инвестиционные предложения - проекты с обозначенной стоимостью входа, мерами государственной поддержки, налоговыми и таможенными льготами, преференциями и

возможными механизмами гарантирования. Принципиально новым элементом модели является закрепление за инвестиционными проектами персонального инвестиционного менеджера от государства. Для инвестора это постоянная точка контакта и источник координации, снижающий институциональную неопределённость и повышающий управляемость процесса.

Практика показывает, что отсутствие такого менеджера существенно затрудняет переход от интереса к предметным переговорам. Подготовительный этап также предполагает активное участие высшего руководства - прежде всего министра и руководителей государственных органов, отвечающих за инвестиционную политику. Их вовлечённость выступает важным коммуникационным сигналом и подтверждает политическую поддержку инвестиционных инициатив. Этап проведения форума связан с трансформацией интереса в договорённости. Коммуникационный менеджмент на этом этапе приобретает характер интенсивного управления информационными и переговорными потоками. Панельные дискуссии и pitch -сессии строятся по логике, максимально приближённой к реальным инвестиционным переговорам, с акцентом на экономическую логику проектов, наличие технико-экономических обоснований, инфраструктурную готовность и механизмы государственной поддержки.

Значимым элементом модели является организация выставки продукции и технологий ключевых отраслей промышленности. Она выполняет не только презентационную, но и коммуникационную функцию, позволяя инвесторам напрямую оценить производственный потенциал, уровень локализации и возможности кооперации с местными предприятиями.

Бизнес-форумы и B2B-встречи дополняют общую архитектуру форума, формируя пространство для горизонтальных связей и партнёрских отношений, выходящих за рамки государства как единственного посредника. Публичные коммуникации - пресс-релизы, интервью, заявления должностных лиц - синхронизируются с переговорным процессом и используются для фиксации достигнутых договорённостей. Постмероприятийный этап в модели рассматривается как критически важный. Именно здесь декларативные договорённости переходят в практическую проектную работу. Коммуникации используются для системного follow-up сопровождения инвесторов, передачи информации профильным подразделениям и координации дальнейших шагов.

Персональные инвестиционные менеджеры продолжают взаимодействие с инвесторами, обеспечивая информационную поддержку и сопровождение проектной проработки. Отдельного внимания требует аналитическая фиксация результатов форума и обновление типовой модели с учётом полученного опыта. Такой подход позволяет формировать институциональную память и обеспечивает воспроизводимость успешных коммуникационных решений.

Обсуждение и выводы

Результаты исследования подтверждают, что международный инвестиционный форум целесообразно рассматривать как элемент коммуникационного менеджмента инвестиционного цикла государства, а не как автономное событие (Osborne). Это меняет как подходы к планированию, так и критерии оценки эффективности.

Вместе с тем, практический опыт сотрудников органов государственного управления приобретает управленческую ценность только при его институционализации и

трансформации в типовые модели, что соответствует положениям теории управления знаниями (Nonaka , Takeuchi). В противном случае эффективность остаётся зависимой от персонального фактора. Наконец, коммуникационный менеджмент в инвестиционной сфере должен быть ориентирован на достижение конкретных управленческих результатов - прежде всего на подведение инвесторов к принятию решений и подписанию соглашений, что согласуется с логикой стейкхолдерского управления (Freeman).

Заключение

Разработка типовой модели коммуникационного менеджмента международного инвестиционного форума позволяет перейти от событийного подхода к системному управлению инвестиционными коммуникациями. Предложенная модель формализует практический опыт органов государственного управления и трансформирует его в устойчивый управленческий инструмент, направленный на повышение эффективности привлечения инвесторов и реализации инвестиционной политики государства.

Список использованной литературы

1. Drucker P. Management: Tasks, Responsibilities, Practices. New York: Harper & Row, 1973.
2. Grunig J.E., Hunt T. Managing Public Relations. New York: Holt, Rinehart and Winston, 1984.
3. Freeman R.E. Strategic Management: A Stakeholder Approach. Boston: Pitman, 1984.
4. Anholt S. Competitive Identity: The New Brand Management for Nations, Cities and Regions. London: Palgrave Macmillan, 2007.
5. Mintzberg H. The Nature of Managerial Work. New York: Harper & Row, 1973.
6. Nonaka I., Takeuchi H. The Knowledge-Creating Company. Oxford: Oxford University Press, 1995.
7. Osborne S.P. The New Public Governance? London: Routledge, 2010.
8. Kotler P., Gertner D. Country as brand, product, and beyond: A place marketing and brand management perspective. Journal of Brand Management, 2002.
9. Healey P. Collaborative Planning: Shaping Places in Fragmented Societies. London: Macmillan, 1997.

ДЕЦЕНТРАЛИЗАЦИЯ И ЦЕНТРАЛИЗАЦИЯ В УПРАВЛЕНИИ

[1]Нигматулина Лилия Алиевна, [2]Хамраева Сабина Гафуровна
[1]Доцент (PhD) центра подготовки научных и педагогических кадров университета Пучон в городе Ташкента, [2]Магистранта 1 курса специальность 70410801 – Менеджмент: Образовательный менеджмент Униыерситета Пучон в городе Ташкент
https://doi.org/10.5281/zenodo.18360353

Введение. В современном обществе эффективное управление является ключевым фактором устойчивого развития государств и организаций. Понятия централизации и децентрализации в системе управления отражают разные подходы к распределению полномочий, ответственности и принятия решений. Централизация предполагает сосредоточение полномочий на высших уровнях власти и является характерной для моделей сильной вертикали управления, где решения вырабатываются и контролируются центральными структурами для обеспечения единства стратегии и строгого подчинения исполнителей. В свою очередь, децентрализация — это процесс перераспределения функций, полномочий и ресурсов на более низкие уровни управления, что повышает оперативность принятия решений, участие граждан в процессах управления и адаптивность к локальным условиям. Основная цель децентрализации — создать гибкую систему, способную учитывать интересы местных сообществ и повышать качество услуг для населения.

В зарубежной практике модели управления могут существенно различаться. В федеративных государствах (например, Германия, США, Канада) система построена на чётком распределении полномочий между федеральным центром и регионами, где регионы обладают значительной самостоятельностью. В унитарных странах Европы (например, Франция, Япония) децентрализация также проводится, но в рамках единой государственной системы, с постепенным расширением прав местных органов власти по вопросам благоустройства, бюджета и социальных услуг. Такой подход демонстрирует, что комбинация централизации и децентрализации позволяет сохранять стратегическое руководство центром, обеспечивая при этом гибкость решений на местах. [15]

В странах ближнего зарубежья, таких как Россия, Казахстан и другие государства СНГ, реформы управления также включали элементы децентрализации, направленные на укрепление роли региональных и местных органов власти. Эти процессы, как правило, включали передачу части административных и бюджетных полномочий с центральных органов на регионы и муниципалитеты для повышения эффективности и прозрачности управления, а также улучшения качества государственных услуг для населения. [4]

В Республике Узбекистан вопросы централизации и децентрализации государственного управления являются предметом системной реформы государственной политики. Конституция и действующее законодательство определяют основы государственного устройства и местного управления. Одним из ключевых нормативных актов является Закон Республики Узбекистан «О государственной власти на местах», который регулирует полномочия представительных и исполнительных органов власти на уровне областей, районов и городов, а также взаимоотношения между центральными и

местными структурами. [4] Дополнительно, с целью углубления децентрализации, Президентом Республики Узбекистан были утверждены Концепция развития деятельности представительных органов государственной власти на местах до 2030 года и соответствующая «Дорожная карта», направленные на усиление роли местных кенгашей народных депутатов, повышение подотчётности власти населению и расширение участия граждан в управлении территорией.

Таким образом, современная модель государственного управления представляет собой комплексное сочетание централизованных механизмов стратегического руководства и децентрализованных практик оперативного управления на местах, что способствует более гибкой, прозрачной и ориентированной на потребности общества системе управления в Узбекистане и других странах мира.

Основная часть. В зарубежной науке менеджмента сформировано множество теорий и моделей, которые оказали значительное влияние на практику управления по всему миру. Среди ведущих зарубежных учёных — **Герберт Саймон**, **Генри Минцберг** и **Ричард Дафт**, чьи труды являются классикой менеджмента.

Герберт А. Саймон — один из основоположников теории принятия управленческих решений. Он развил концепцию *ограниченной рациональности*, показывая, что в сложных организациях менеджеры принимают решения не всегда оптимально, а в рамках ограниченной информации и времени — это фундаментальная модель в организационном поведении.[10] **Генри Минцберг** — профессор менеджмента, чьи исследования и публикации подчёркивают природу организационных структур, управление ролями и лидерством в организациях. Минцберг акцентировал внимание на практическом взаимодействии менеджеров с организационной средой.[14] **Ричард Дафт** — теоретик организации и лидерства, автор множества работ по структуре и поведению организаций, чьи исследования включают объяснение ключевых функций менеджмента и современных тенденций в управлении.[13] Также значимый вклад в стратегический менеджмент внес японский специалист **Кэнъити Омаэ,** известный своими исследованиями стратегического планирования, конкурентных стратегий и глобального бизнеса. На практике зарубежный опыт проявляется в разных менеджерских моделях: американская модель подчёркивает **индивидуализм,** рациональную организацию труда и чёткое распределение обязанностей, что базируется на сильной рыночной конкуренции и предпринимательской культуре. Японская модель известна своей ориентацией на командную работу, качество и долгосрочное планирование.[11]

В **США** модели управления ориентированы на эффективности и результатах: развитая иерархия, специализация ролей, высокая концентрация на индивидуальной ответственности сотрудников и топ-менеджеров. В **Японии** управление строится на концепции долгосрочного участия сотрудников в жизни компании, командной работе, постоянном улучшении процессов (Кайдзен) и качестве продукции. В **Европейских странах** (например, Германия, Франция) наблюдается сильная традиция социальной ориентации в менеджменте: баланс между интересами работников и работодателей, широкое применение практик корпоративного управления и участия работников в управлении. Эти разные модели показывают, как культурные и экономические факторы влияют на управленческую практику в разных странах — от индивидуализма американской

школы до коллективизма японской модели и социальной ориентированности европейских компаний.

В Узбекистане трансформация менеджмента прошла через изменение экономической системы: от централизованного административного управления к рыночно-ориентированному менеджменту, что отражено в исследованиях местных учёных. Учёные Узбекистана отмечают, что переход к рыночной экономике потребовал адаптации классических и современных теорий управления. В статье Рахимовой и Хасановой прослеживается влияние глобальных теорий менеджмента на практику узбекских предприятий, особенно в аспектах стратегического управления и цифровой трансформации.[16] Другие исследования подчеркивают значимость развития управленческой культуры и исторического контекста управления в Узбекистане. Так, Т.З. Алиева раскрывает, что становление эффективной управленческой культуры в стране опирается на сочетание национальных ценностей и современных управленческих подходов.[8]

Сравнивая зарубежный и узбекский опыт, можно выделить следующие ключевые аспекты: **Институциональная база и практика**: зарубежные компании в США, Японии и Европе давно применяют системные методы стратегического управления, основанные на анализе, планировании и управлении изменениями. Это подтверждает богатая литература международных исследований. В то же время предприятия Узбекистана активно адаптируют эти механизмы, но сталкиваются с традиционной иерархией и медленным внедрением инноваций.

Менеджерские роли и компетенции: зарубежные исследования уделяют внимание развитию лидерских качеств, способности менеджеров адаптироваться к изменениям и глобальному контексту. В узбекском контексте роль менеджера также превращается из административного исполнителя в стратегического лидера, что отражено в современных исследованиях.

Инновации и цифровизация: международная практика делает акцент на цифровую трансформацию менеджмента — использование аналитики данных, автоматизации и стратегического прогнозирования. В Узбекистане такие подходы также находят своё применение, особенно в крупном бизнесе и образовательных институтах.

Таким образом, зарубежный опыт менеджмента опирается на богатую теоретическую базу и практические модели, разработанные ведущими учёными и реализованные в развитых странах. Эти модели демонстрируют успешные примеры стратегического, оперативного и организационного управления. В Узбекистане же наблюдается активная адаптация международных подходов к местным условиям, с учётом культурных, экономических и исторических особенностей. Современные исследования узбекских учёных показывают, что интеграция глобальных практик менеджмента способствует повышению эффективности организаций и развитию управленческой культуры в стране.

Выводы **Значимость менеджмента**. Менеджмент является ключевой функцией любой организации, обеспечивая координацию, планирование, мотивацию и контроль. Он играет решающую роль в повышении эффективности деятельности предприятий и устойчивом развитии экономики. Классические и современные теории зарубежных учёных, таких как Фредерик Тейлор, Герберт Саймон, Генри Минцберг и Ричард Дафт, заложили

основу научного подхода к управлению. Их концепции — научный менеджмент, теория ограниченной рациональности, системный и стратегический подходы — до сих пор применяются в практике ведущих компаний мира.

Разнообразие международного опыта. Практика управления в разных странах формируется под влиянием культурных, экономических и исторических факторов:

США — ориентированы на эффективность и индивидуальную ответственность;

Япония — акцент на командную работу, качество и долгосрочныстратегии;

Европа — социальная ответственность, участие работников и баланс интересов.

Особенности менеджмента в Узбекистане. В стране наблюдается активная адаптация зарубежных методов управления с учётом национальных условий. Основные направления развития включают стратегическое планирование, цифровизацию процессов, повышение компетенций управленцев и формирование корпоративной культуры. Зарубежные подходы доказали свою эффективность и универсальность, однако требуют адаптации к национальной специфике. В Узбекистане внедрение этих методов позволяет модернизировать управление, повышать конкурентоспособность и интегрировать локальные и глобальные практики. Современный менеджмент ориентирован на инновации, цифровую трансформацию, управление знаниями и адаптацию к глобальным изменениям. Это делает его гибким инструментом для достижения организационных целей и устойчивого развития экономики.

Список использованной литературы

1. Сайфиддинов А.*Роль разделения властей на местном уровне в повышении эффективности государственного управления в Узбекистане.Общество и инновации*, Том 6, № 6, pp. 102–105.Tashkent, Uzbekistan: *InScience Publishing*. 2025.
2. Децентрализация и централизация // Википедия: свободная энциклопедия.Electronic resource.2024**.** (дата обращения: 2025).URL: *https://ru.wikipedia.org/wiki/Децентрализация*
3. ПОЛИТИЧЕСКАЯ ВЛАСТЬ И РЕГИОНАЛЬНАЯ ПОЛИТИКА ГОСУДАРСТВА**.** *Учебное пособие по политологии и государственному управлению.* Pavlodar, Kazakhstan: *Textbook Publisher*. 2020.
4. Закон Республики Узбекистан № 913-XII «О государственной власти на местах». Принят 02.09.1993, действует с изменениями и дополнениями по состоянию на 17.10.2024.Опубликовано: *Ведомости Верховного Совета Республики Узбекистан*, № 9, ст. 320, 1993.Узбекистан.
5. Централизация // Википедия: свободная энциклопедия.Electronic resource.2024. (дата обращения: 2025).URL: *https://ru.wikipedia.org/wiki/Централизация*
6. Конституция Республики Узбекистан (в редакции после референдума 30.04.2023). Основной закон Республики Узбекистан, определяющий систему власти, разделение функций и полномочий.Узбекистан.
7. Современная политика децентрализации государственного управления в Узбекистане. *Управленческая аналитикаи реформы государственных органов*.2021**.** (онлайн-источник).

8. Aliyeva, Z. T.*The Theoretical and Historical Foundations of Improving Management Culture in Uzbekistan.Western European Journal of Historical Events and Social Science*, Vol. 3, No. 05, pp. 143–145.
9. Alimuhamedov S. A.*Децентрализация системы государственного управления в зарубежных странах: сравнительно-правовой анализ.Общество и инновации*, Том 4, № 9/S, pp. 185–199.Tashkent, Uzbekistan: *InScience Publishing*. 2023
10. Simon H. A. *Administrative Behavior: A Study of Decision-Making Processes in Administrative Organization*. New York: Macmillan, 1947. 259 p.
11. 1011Mintzberg H. *The Nature of Managerial Work*. New York: Harper & Row, 1973. 217 p. Ohmae K. *The Mind of the Strategist: The Art of Japanese Business*. New York: McGraw-Hill, 1992.
12. Daft R. L. *Management*. 12th ed. Englewood Cliffs, NJ: Pearson, 2014.
13. Daft, R. L**.***Management*. 12th Edition.Englewood Cliffs, NJ, USA: Pearson Education. 2014. ISBN: *978-13-352462-3* (обычное издание учебника по менеджменту, включает теорию организации и управления)
14. Mintzberg, H**.***The Nature of Managerial Work*.New York, USA: Harper & Row Publishers, Inc. 1973**.**217 p. – классическая работа о ролях менеджеров и специфике управленческой деятельности.
15. Ohmae, K.*The Mind of the Strategist: The Art of Japanese Business*. New York, USA: McGraw-Hill. 1992.ISBN: *978-0-07-065071-3* – фундаментальная книга о стратегическом мышлении и конкуренции (известное издание).
16. Rakhimova, S. B., & Hasanova, M. S.*The Dynamics of Management and Its Development in Uzbekistan.American Journal of Interdisciplinary Research and Development*, Vol. 37, pp. 86–92.Tashkent, Uzbekistan: AJIRD Publishing. 2025. – статья, анализирующая влияние глобальных теорий менеджмента на практику в Узбекистане.
17. Simon, H. A.*Administrative Behavior: A Study of Decision-Making Processes in Administrative Organization*.New York, USA: Macmillan. 1947**.**259 p. – классическое издание (первое), заложившее концепцию ограниченной рациональности.
18. Europe: Western European Studies Publishing. 2025. – статья про управленческую культуру Узбекистана.
19. Umarov B**.***The Role of the Principles of Decentralization in the Concept of Public Administration.*The American Journal of Political Science Law and Criminology, Volume 5, Issue 02,pp. 62–68.Tashkent, Uzbekistan: *The American Journals*. 2023.

BARQAROR IQTISODIY SIYOSAT VA YASHIL O'SISH: RIVOJLANAYOTGAN MAMLAKATLAR UCHUN XALQARO TAJRIBA

G‘aniyev Baydulla Toshmurodovich
Iqtisod fanlar nomzodi Toshkent Amaliy Fanlar Universiteti
“Tarmoqlar iqtisodiyoti va buxgalteriya” kafedrasi dotsenti
https://doi.org/10.5281/zenodo.18080584

Annotatsiya. *Ushbu maqola zamonaviy global iqtisodiyotda dolzarb bo'lib kelayotgan barqaror iqtisodiy siyosat va yashil o'sish kontseptsiyasini rivojlanayotgan mamlakatlar kontekstida chuqur tahlil qiladi. Maqolada yashil o'sish strategiyalarining nazariy asoslari, xalqaro tajribalar va rivojlanayotgan mamlakatlar uchun amaliy tavsiyalar keng yoritilgan. Xususan, OECD, UNEP, Jahon Banki va Global Green Growth Institute kabi xalqaro tashkilotlarning yashil o'sishni qo'llab-quvvatlash bo'yicha amalga oshirayotgan dasturlari tahlil qilinadi. Maqolada Janubiy Koreya, Xitoy, Germaniya va Kosta-Rika kabi mamlakatlarning muvaffaqiyatli tajribalari o'rganilgan. Shuningdek, O'zbekiston uchun yashil iqtisodiyotga o'tishning imkoniyatlari va chora-tadbirlari taklif etilgan.*

Kalit so'zlar: *barqaror iqtisodiy siyosat, yashil o'sish, rivojlanayotgan mamlakatlar, ekologik barqarorlik, iqtisodiy transformatsiya, xalqaro tajriba, yashil investitsiyalar, sirkulyar iqtisodiyot,O'zbekiston.*
Keywords: *sustainable economic policy, green growth, developing countries, environmental sustainability, economic transformation, international experience, green investments, circular economy, Uzbekistan.*

KIRISH: XXI asrning global iqtisodiy va ekologik muammolari barqaror rivojlanish strategiyalarini ishlab chiqish zarurligini taqozo etmoqda. Iqlim o'zgarishi, tabiiy resurslarning tugashi va ekologik degradatsiya rivojlanayotgan mamlakatlar oldida jiddiy muammolarni keltirib chiqarmoqda. Shu bilan birga, ushbu mamlakatlar iqtisodiy o'sish, qashshoqlikni qisqartirish va aholi farovonligini oshirish vazifalariga ham duch kelmoqda. Yashil o'sish kontseptsiyasi 2005-yilda UNESCAP direktori Rae Kwon Chung tomonidan kiritilgan bo'lib, iqtisodiy o'sishni ekologik barqarorlik bilan uyg'unlashtirishning samarali mexanizmi sifatida tan olingan. Ushbu yondashuv iqtisodiy faoliyatni atrof-muhitga ta'sirini kamaytirish, resurs samaradorligini oshirish va ijtimoiy inklyuzivlikni ta'minlashga qaratilgan.

Hozirgi kunda 60 dan ortiq mamlakat yashil o'sish strategiyalarini amalga oshirmoqda. OECD, UNEP, Jahon Banki va Global Green Growth Institute kabi xalqaro tashkilotlar rivojlanayotgan mamlakatlarni qo'llab-quvvatlash uchun maxsus dasturlar ishlab chiqishgan. 2012-yilda Rio+20 sammitida yashil iqtisodiyot barqaror rivojlanishning muhim vositasi sifatida e'tirof etildi. O'zbekiston uchun yashil o'sish strategiyasi "O'zbekiston-2030" Rivojlanish strategiyasi doirasida ustuvor yo'nalish hisoblanadi. Mamlakat yashil iqtisodiyotga o'tish, qayta tiklanadigan energiya manbalarini rivojlantirish va ekologik barqarorlikni ta'minlash orqali raqobatbardosh iqtisodiyot yaratishga intilmoqda.

ADABIYOTLAR SHARHI

Yashil o'sish va barqaror iqtisodiy siyosat masalalari so'nggi yillarda ko'plab xalqaro tadqiqotchilar tomonidan chuqur o'rganilgan. Nicholas Stern va William Nordhaus kabi iqtisodchilar iqtisodiy o'sishga ekologik omillarni integratsiyalashning ahamiyatini asoslab berishgan. OECD (2020) tadqiqotida yashil siyosatlar nafaqat ekologik muammolarni hal qilish, balki yangi ish o'rinlarini yaratish va innovatsiyalarni rag'batlantirish vositasi ekanligi ta'kidlangan. Tashkilotning Environmental Policy Stringency (EPS) indeksi 40 mamlakatda iqlim o'zgarishi va havo ifloslanishiga qarshi kurashish siyosatlarining samaradorligini baholash imkonini beradi.

UNEP (2011) "Towards a Green Economy" hisobotida yashil investitsiyalarning iqtisodiy o'sishni sekinlashtirmasdan, aksincha uni yangi yo'nalishga yo'naltirish qobiliyati isbotlangan. Hisobotda yashil iqtisodiyot past uglerodli, resurs samarali va ijtimoiy inklyuziv iqtisodiy tizim sifatida ta'riflanadi. Global Green Growth Institute (2014) tomonidan tayyorlangan "Green Growth in Practice" hisoboti turli mamlakatlardagi tajribalarni tahlil qiladi. Hisobotda muvaffaqiyatli yashil o'sish strategiyalari uchta asosiy element - samarali tartibga solish muhiti, davlat byudjeti va investitsiyalarini maqsadli taqsimlash, hamda xususiy investitsiyalarni jalb qilish uchun moliyaviy vositalarni qo'llash - kombinatsiyasini talab qilishi ta'kidlangan. Jahon Banki (2012) "Inclusive Green Growth: The Pathway to Sustainable Development" hisobotida rivojlanayotgan mamlakatlar uchun inklyuziv yashil o'sish strategiyasini ishlab chiqishning ahamiyati ta'kidlangan. Bank ekspertlari yashil transformatsiyaning ijtimoiy adolatli bo'lishini va zaif qatlamlarni himoya qilishni zarur sharti sifatida ko'rsatadi.

UNESCAP mintaqasi uchun yashil o'sish alohida ahamiyatga ega. 2005-yilda Seulda bo'lib o'tgan 5-Vazirlar konferentsiyasida "Seoul Initiative Network on Green Growth" (SINGG) qabul qilindi. 2010-yilda Incheon deklaratsiyasi orqali mintaqa mamlakatlari yashil o'sish strategiyalarini kuchaytirish majburiyatini oldi.

Zamonaviy tadqiqotchilar yashil o'sishning turli ta'riflarini taklif qilishgan. UNESCAP yashil o'sishni "atrof-muhit jihatdan barqaror iqtisodiy taraqqiyot" deb ta'riflasa, OECD uni "tabiiy aktivlarning iqtisodiy o'sish va farovonlikka ta'minlovchi xizmatlarini saqlab qolgan holda o'sish" deb belgilaydi.

TADQIQOT METODOLOGIYASI

1. Tizimli adabiyotlar tahlili (Systematic Literature Review): UNEP, OECD, Jahon Banki, UNESCAP va Global Green Growth Institute kabi nufuzli xalqaro tashkilotlarning hisobotlari, siyosat hujjatlari va ilmiy nashrlari tahlil qilindi.

2. Qiyosiy tahlil: Turli mamlakatlarning yashil o'sish strategiyalari va ularning natijalarini qiyoslash orqali eng samarali yondashuvlar aniqlandi.

3. Case study metodologiyasi: Janubiy Koreya, Xitoy, Germaniya, Kosta-Rika va Norvegiya tajribalari chuqur o'rganildi.

4. Kontekstual tahlil: O'zbekiston iqtisodiy, ijtimoiy va ekologik sharoitlari hisobga olingan holda xalqaro tajribani moslashtirish imkoniyatlari baholandi.

5. Ekspert baholashlari: Xalqaro tashkilotlar tomonidan ishlab chiqilgan ko'rsatkichlar va baholash tizimlaridan foydalanildi.

TADQIQOT NATIJALARI

Birinchidan, iqtisodiy o'sishni ekologik barqarorlikdan ajratish (decoupling). Bu resurslardan samarali foydalanish, iqtisodiy o'sish sur'atlarini saqlab qolgan holda chiqindilar va emissiyalarni kamaytirishni anglatadi. OECD ma'lumotlariga ko'ra, ba'zi rivojlangan mamlakatlar

1990-2020 yillarda YaIM o'sishini CO2 emissiyalarining kamayishi bilan birgalikda ta'minlashga muvaffaq bo'lishdi. Ikkinchidan, tabiiy kapitalning iqtisodiy qiymatini tan olish. Ekosistemalar xizmatlari, biologik xilma-xillik va tabiiy resurslar iqtisodiy faoliyatning asosiy kiritmalari hisoblanadi. UNEP ma'lumotlariga ko'ra, dunyo YaIMining taxminan 50% tabiiy resurslar va ekosistemalar xizmatlariga bevosita bog'liq. Uchinchidan, ijtimoiy inklyuzivlik va adolatlilik. Yashil transformatsiya jarayonida zaif aholi qatlamlari himoyalanishi, yangi ish o'rinlari yaratilishi va daromadlar teng taqsimlanishi zarur. International Labour Organisation ma'lumotlariga ko'ra, yashil iqtisodiyotga o'tish 2030-yilga kelib global miqyosda 24 million yangi ish o'rni yaratishi mumkin.

Xalqaro tashkilotlarning yashil o'sishni qo'llab-quvvatlash dasturlari

Global Green Growth Institute (GGGI) 2010-yilda Janubiy Koreya Prezidenti Li Myung Bak tomonidan tashkil etilgan va 2012-yilda Rio+20 sammitida xalqaro tashkilot maqomini olgan. GGGI 30 dan ortiq mamlakatda yashil o'sish strategiyalarini ishlab chiqish va amalga oshirishda yordam beradi. Tashkilotning bosh maqsadi - rivojlanayotgan mamlakatlarni rivojlangan mamlakatlar industrializatsiya yo'lidan o'tmasdan, bevosita yashil texnologiyalarga o'tishda qo'llab-quvvatlash. OECD yashil o'sish strategiyalarini ishlab chiqishda muhim rol o'ynaydi. 2011-yilda tashkilot "Towards Green Growth" strategiyasini e'lon qildi. OECD Environmental Policy Stringency indeksi orqali mamlakatlarning ekologik siyosatlar qat'iyligini baholaydi va eng yaxshi amaliyotlarni tarqatadi.

UNEP Partnership for Action on Green Economy (PAGE) dasturi orqali rivojlanayotgan mamlakatlarni qo'llab-quvvatlaydi. 2013-yildan buyon PAGE 20 dan ortiq mamlakatda milliy yashil iqtisodiyot strategiyalarini ishlab chiqishda yordam berdi. Dastur makroiqtisodiy siyosat, sektorli strategiyalar va moliyaviy mexanizmlar bo'yicha texnik yordam taqdim etadi. Green Growth Knowledge Platform (GGKP) 2012-yilda GGGI, OECD, UNEP va Jahon Banki tomonidan asos solingan bilimlar almashinuvi platformasidir. GGKP tadqiqotchilar, siyosatchilar va amaliyotchilar o'rtasida yashil o'sish bo'yicha bilimlar va tajribalar almashinuvini ta'minlaydi. Jahon Banki rivojlanayotgan mamlakatlarni yashil loyihalarni moliyalashtirish uchun turli mexanizmlarni taklif qiladi. 2021-yilda Bank yashil loyihalarga 31.7 milliard dollar ajratgan, bu umumiy moliyalashtirishning 35% ini tashkil etadi.

Muvaffaqiyatli xalqaro tajribalar

Janubiy Koreya yashil o'sish strategiyasining peshqadami hisoblanadi. 2008-yilda mamlakat "Low Carbon, Green Growth" milliy strategiyasini qabul qildi. 2009-2013 yillarda hukumat 2% YaIMni yashil investitsiyalarga yo'naltirdi, bu 60 milliard dollarga teng. Natijada, qayta tiklanadigan energiya ulushi elektr energiyasi ishlab chiqarishda 2008-yildagi 2.4% dan 2020-yilda 6.5% gacha oshdi. Bundan tashqari, yashil sektor 1.8 million ish o'rni yaratdi. Xitoy 2006-yildan boshlab yashil iqtisodiyotga katta e'tibor bermoqda. 11-chi Besh yillik reja (2006-2010) davomida energiya intensivligini 20% ga kamaytirish maqsadini qo'ydi va amalga oshirdi. 2020-yilda Xitoy elektr transportiga 140 milliard dollar investitsiya qildi va dunyodagi elektr avtomobillarning 40% ini ishlab chiqardi. Xitoyning milliy emissiya savdo tizimi (ETS) 2020-yilda energetika sektorida ishga tushirildi va dunyodagi eng yirik uglerod bozori hisoblanadi. Germaniyaning "Energiewende" (Energetik transformatsiya) strategiyasi dunyoga mashhur. 2000-yildan buyon Germaniya qayta tiklanadigan energiyaga 500 milliard evrodan ortiq investitsiya qildi. 2020-yilda qayta tiklanadigan manbalar elektr energiyasi ishlab chiqarishning 46% ini

tashkil etdi. Ushbu transformatsiya 400,000 ish o'rni yaratdi va Germaniyani yashil texnologiyalar eksporti bo'yicha dunyoda yetakchi qildi.

Kosta-Rika qayta tiklanadigan energiya bo'yicha dunyodagi eng yuqori ko'rsatkichlarga ega. 2015-yildan boshlab mamlakat elektr energiyasining 98% dan ortig'ini qayta tiklanadigan manbalardan (asosan gidro-, shamol va geotermal energiya) oladi. 2021-yilda Kosta-Rika 300 kundan ortiq vaqt mobaynida 100% qayta tiklanadigan energiya bilan ishladi. Mamlakat 2050-yilga kelib uglerod neytralligiga erishish maqsadini qo'ygan. Norvegiya elektr transporti bo'yicha global lider hisoblanadi. 2020-yilda yangi sotiladigan avtomobillarning 54% i elektr avtomobillari bo'ldi, 2021-yilda esa bu ko'rsatkich 65% ga yetdi. Hukumat elektr avtomobillarni xarid qilish uchun soliq imtiyozlari, bepul parklanish va avtoyo‘l yig‘imlaridan ozod qilish kabi rag'batlantirish choralarini joriy qildi.

Rivojlanayotgan mamlakatlar uchun muammolar va imkoniyatlar

Rivojlanayotgan mamlakatlar yashil o'sishga o'tishda bir qator xususiy qiyinchiliklarga duch kelmoqda:

Moliyaviy cheklovlar: Ko'pgina rivojlanayotgan mamlakatlar yashil texnologiyalarga investitsiya qilish uchun zarur moliyaviy resurslarga ega emas. Jahon Banki ma'lumotlariga ko'ra, rivojlanayotgan mamlakatlar iqlim o'zgarishiga moslashish va yumshatish uchun yiliga 2.4 trillion dollar talabga ega, ammo hozirgi investitsiyalar buni qoplash uchun etarli emas.

Texnologik zaiflik: Rivojlangan mamlakatlardan farqli ravishda, rivojlanayotgan mamlakatlar yashil texnologiyalarga cheklangan kirish imkoniyatiga ega. Texnologiya transferi mexanizmlari ko'pincha qimmat va murakkab.

Instituttsional qobiliyat: Ko'pgina rivojlanayotgan mamlakatlar yashil siyosatlarni ishlab chiqish va amalga oshirish uchun zarur instituttsional qobiliyatga ega emas. Bu monitoring, baholash va tartibga solish tizimlarining zaifligi bilan namoyon bo'ladi.

Ijtimoiy-iqtisodiy bosim: Rivojlanayotgan mamlakatlar qashshoqlikni qisqartirish, ish o'rinlari yaratish va asosiy xizmatlarga kirish imkoniyatini ta'minlash kabi dolzarb muammolarga duch kelmoqda. Yashil transformatsiya qisqa muddatda qo'shimcha xarajatlar talab qilishi va ijtimoiy norozilik keltirib chiqarishi mumkin.

Biroq, rivojlanayotgan mamlakatlar uchun yashil o'sish katta imkoniyatlar ham taqdim etadi:

Sakrab o'tish effekti (Leapfrogging): Rivojlanayotgan mamlakatlar rivojlangan mamlakatlar bosib o'tgan ifloslovchi sanoatlashish bosqichlarini aylanib o'tib, bevosita zamonaviy yashil texnologiyalarga o'tishi mumkin. Mobil aloqa sohasi bundagi eng yorqin misol - ko'plab rivojlanayotgan mamlakatlar statsionar telefon tizimlarini o'rnatmasdan, darhol mobil tizimga o'tishdi.

Qayta tiklanadigan energiya potentsiali: Ko'pchilik rivojlanayotgan mamlakatlar quyosh, shamol, gidro va geotermal energiya potentsialiga boy. IRENA ma'lumotlariga ko'ra, Afrika qit'asining quyosh energiyasi potentsiali dunyoning boshqa hamma qit'alari potentsialidan ko'p.

Yosh aholi: Rivojlanayotgan mamlakatlarning yosh aholisi yangi texnologiyalarni tezroq o'zlashtirishi va innovatsiyalarga ochiqroq munosabatda bo'lishi mumkin. Bu yashil transformatsiya uchun ijtimoiy bazani yaratadi.

Xalqaro qo'llab-quvvatlash: Parij kelishuvi va SDGs doirasida rivojlanayotgan mamlakatlar xalqaro moliyaviy yordam, texnologiya transferi va qobiliyat oshirish dasturlaridan foydalanishi mumkin.

O'zbekiston "O'zbekiston-2030" strategiyasi doirasida yashil iqtisodiyotga o'tishni ustuvor yo'nalish qilib belgilagan. Xalqaro tajribaga asoslanib, quyidagi tavsiyalarni berish mumkin:

1. Instituttsional tizimni mustahkamlash: Yashil siyosatlarni koordinatsiya qilish va amalga oshirish uchun markazlashgan davlat organi yaratish. Janubiy Koreya tajribasiga asoslanib, prezident huzuridagi yashil o'sish qo'mitasi tashkil etilishi mumkin. Ushbu organ barcha tegishli vazirliklar va idoralar o'rtasida koordinatsiyani ta'minlaydi.

2. Milliy yashil o'sish strategiyasini ishlab chiqish: GGGI va PAGE qo'llab-quvvatlashida keng qamrovli milliy yashil o'sish strategiyasini ishlab chiqish. Bu strategiya aniq maqsadlar, ko'rsatkichlar va javobgarlik mexanizmlarini o'z ichiga olishi kerak.

3. Qayta tiklanadigan energiyani kengaytirish: O'zbekiston katta quyosh va shamol energiyasi potentsialiga ega. Xalqaro investorlarni jalb qilish orqali 2030-yilga qadar elektr energiyasi ishlab chiqarishda qayta tiklanadigan energiya ulushini kamida 25% ga oshirish mumkin. Germaniya va Xitoy tajribalaridan foydalanib, feed-in tariffs va boshqa rag'batlantirish mexanizmlarini joriy qilish zarur.

4. Energiya samaradorligini oshirish: Sanoat, qurilish va transport sektorlarida energiya samaradorligi standartlarini joriy qilish. OECD tajribasiga asoslanib, energiya samaradorligi bo'yicha milliy dastur ishlab chiqish va binolar uchun sertifikatsiyalash tizimini joriy qilish tavsiya etiladi.

5. Yashil moliyalashtirish mexanizmlarini rivojlantirish: Yashil obligatsiyalar bozorini shakllantirish, yashil loyihalar uchun maxsus kredit dasturlarini joriy qilish va xalqaro yashil fondlarga kirish imkoniyatlarini kengaytirish. Yashil Iqlim Fondidan (GCF) va boshqa xalqaro manbalarda

6. Ta'lim va ongni oshirish: Yashil ko'nikmalar bo'yicha ta'lim dasturlarini ishlab chiqish va aholiga ekologik madaniyatni singdirish. Universitetlarda yashil texnologiyalar va barqaror rivojlanish bo'yicha maxsus dasturlar ochish.

7. Sirkulyar iqtisodiyotga o'tish: Chiqindilarni qayta ishlash sohasini rivojlantirish va chiqindilarni kamaytirishga qaratilgan siyosatlarni amalga oshirish. Yevropa Ittifoqining Sirkulyar iqtisodiyot harakatlar rejasi (Circular Economy Action Plan) tajribasidan foydalanish mumkin.

8. Yashil transport tizimini rivojlantirish: Jamoat transportini elektrlashtirinsh, elektr avtomobillar uchun zaryadlash infratuzilmasini yaratish va ekologik transport vositalariga soliq imtiyozlari berish. Norvegiya tajribasidan foydalanib, bosqichma-bosqich yonilg'i dvigatellariga asoslangan avtomobillardan voz kechish dasturini ishlab chiqish.

9. Qishloq xo'jaligini barqarorlashtirish: Suv tejovchi texnologiyalarni joriy qilish, organik qishloq xo'jaligi amaliyotlarini kengaytirish va iqlim o'zgarishiga moslashgan ekin turlarini rivojlantirish.

10. Xalqaro hamkorlikni kengaytirish: GGGI, UNEP, OECD va boshqa xalqaro tashkilotlar bilan hamkorlikni chuqurlashtirish. Mintaqaviy hamkorlikni kuchaytirish, xususan Markaziy Osiyo mamlakatlari bilan suv, energiya va atrof-muhit masalalarida koordinatsiyani yaxshilash.

Yashil o'sish kontseptsiyasi rivojlanayotgan mamlakatlar uchun iqtisodiy rivojlanish va ekologik barqarorlikni uyg'unlashtirish imkoniyatini beradi. Xalqaro tajriba shuni ko'rsatadiki, muvaffaqiyatli yashil transformatsiya uchun bir necha asosiy sharotlar zarur. Birinchidan, qat'iy siyosiy iroda va uzoq muddatli rivojlanish qarashi. Janubiy Koreya, Xitoy va Germaniya tajribalari yuqori darajadagi siyosiy qo'llab-quvvatlash va davlat rahbariyatining shaxsiy ishtiroki muhimligini ko'rsatadi. O'zbekistonda "O'zbekiston-2030" strategiyasi bunday qarashni aks

ettiradi, ammo uni amalga oshirish uchun barcha darajadagi rahbarlar va jamoatchilik faol ishtiroki zarur. Ikkinchidan, instituttsional qobiliyat va koordinatsiya. Yashil siyosatlar ko'p sektorli bo'lib, energetika, sanoat, transport, qishloq xo'jaligi va boshqa sohalar o'rtasida yaqin hamkorlikni talab qiladi. Janubiy Koreya tajribasida markazlashgan koordinatsiya organi ushbu muammoni hal qilishda muhim rol o'ynagan. Uchinchidan, moliyaviy resurslarni samarali mobilizatsiya qilish. Rivojlanayotgan mamlakatlar uchun xalqaro moliyaviy yordam muhim, ammo ichki resurslarni ham samarali ishlatish zarur. Yashil obligatsiyalar, soliq imtiyozlari va davlat-xususiy sheriklik mexanizmlari bu boradagi samarali vositalar hisoblanadi.

To'rtinchidan, texnologiya va innovatsiyalar. Rivojlanayotgan mamlakatlar texnologiya transferi va mahalliy innovatsiya ekosistemalarini rivojlantirish orqali yashil texnologiyalarga kirish imkoniyatlarini oshirishi mumkin. Xitoyning elektr transport sanoatini rivojlantirishdagi muvaffaqiyati mahalliy ishlab chiqarish va innovatsiyalarga investitsiyalar natijasi hisoblanadi. Beshinchidan, ijtimoiy qabul va adolatli transformatsiya. Yashil siyosatlar ijtimoat tomonidan qo'llab-quvvatlanishi va zaif qatlamlar himoya qilinishi zarur. Germaniyaning Energiewende dasturida mehnatni qayta tayyorlash va ijtimoiy qo'llab-quvvatlash dasturlari muhim rol o'ynagan.

O'zbekiston uchun xalqaro tajribani moslashtirish jarayonida bir necha muammolar mavjud. Moliyaviy resurslarning cheklanganligi, texnologik bog'liqlik, instituttsional zaiflik va ijtimoiy-iqtisodiy bosim kabi qiyinchiliklar yashil transformatsiyani sekinlashtirishi mumkin. Biroq, mamlakatning katta qayta tiklanadigan energiya potentsiali, yosh va ta'limli aholi, mintaqaviy hamkorlik imkoniyatlari va xalqaro qo'llab-quvvatlashdan foydalanish ushbu qiyinchiliklarni engishga yordam beradi.

Barqaror iqtisodiy siyosat va yashil o'sish XXI asrda mamlakatlar rivojlanishining muqarrar yo'li hisoblanadi. Global iqlim o'zgarishi, resurslarning cheklanishi va ekologik muammolarning kuchayishi rivojlanayotgan mamlakatlarni yangicha iqtisodiy model izlashga majbur qilmoqda. Xalqaro tajriba shuni ko'rsatadiki, yashil o'sish nafaqat ekologik muammolarni hal qilish, balki iqtisodiy o'sish, ish o'rinlarini yaratish va innovatsiyalarni rag'batlantirish vositasi ham hisoblanadi. Janubiy Koreya, Xitoy, Germaniya, Kosta-Rika va Norvegiya kabi mamlakatlar muvaffaqiyatli yashil transformatsiya orqali raqobatbardosh va barqaror iqtisodiyotlarni yaratishgan. OECD, UNEP, Jahon Banki va Global Green Growth Institute kabi xalqaro tashkilotlar rivojlanayotgan mamlakatlarni keng qamrovli qo'llab-quvvatlash dasturlarini amalga oshirmoqda. Ushbu tashkilotlarning tajribasi va resurslari mamlakatlarning o'z yashil o'sish strategiyalarini ishlab chiqish va amalga oshirishda muhim yordam beradi.

O'zbekiston uchun yashil iqtisodiyotga o'tish katta imkoniyatlarni taqdim etadi. Mamlakatning qayta tiklanadigan energiya potentsiali, yosh aholi, strategik joylashuvi va xalqaro hamkorlik imkoniyatlari yashil transformatsiya uchun qulay sharoitlarni yaratadi. "O'zbekiston-2030" strategiyasi doirasida yashil o'sish ustuvorligining belgilanishi ijobiy qadam hisoblanadi. Yashil o'sish strategiyasini amalga oshirish O'zbekistonga iqtisodiy raqobatbardoshlikni oshirish, yangi ish o'rinlarini yaratish, ekologik muammolarni hal qilish va aholining farovonligini yaxshilash imkoniyatini beradi. Bu jarayon uzun muddatli, izchil va ko'p tomonlama yondashuvni talab qiladi, ammo muvaffaqiyatli amalga oshirilganda mamlakat barqaror rivojlanishining mustahkam asosini yaratadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Barbier, E. B. (2011). The policy challenges for green economy and sustainable economic development. Natural Resources Forum, 35(3), 233-245.
2. Global Green Growth Institute. (2014). Green Growth in Practice: Lessons from Country Experiences. Seoul: GGGI.
3. OECD. (2011). Towards Green Growth. Paris: OECD Publishing.
4. OECD. (2020). Economic policies to foster green growth. Paris: OECD Publishing.
5. UNEP. (2011). Towards a Green Economy: Pathways to Sustainable Development and Poverty Eradication. Nairobi: UNEP.
6. UNESCAP. (2012). Low Carbon Green Growth Roadmap for Asia and the Pacific. Bangkok: UNESCAP.
7. World Bank. (2012). Inclusive Green Growth: The Pathway to Sustainable Development. Washington, DC: World Bank.
8. Qalandarova, G. (2025). Sanoatda korxonalarining qayta tiklanuvchi energiya manbalari asosida barqaror iqtisodiy o‘sishini ta’minlash. Yashil iqtisodiyot va taraqqiyot jurnali, 3(1), 7–11.
9. Xashimova, S.N. (2024). Yashil iqtisodiyot. Darslik. Toshkent.
10. United Nations. (2015). Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development. New York: UN.
11. International Chamber of Commerce. (2012). Green Economy Roadmap. Paris: ICC.
12. Stern, N. (2007). The Economics of Climate Change: The Stern Review. Cambridge: Cambridge University Press.
13. European Commission. (2019). The European Green Deal. Brussels: EC.
14. International Renewable Energy Agency (IRENA). (2020). Renewable Energy Statistics 2020. Abu Dhabi: IRENA.
15. International Labour Organisation. (2018). World Employment and Social Outlook 2018: Greening with Jobs. Geneva: ILO.

DEVELOPMENT OF THE SOCIO-ECONOMIC ROLE OF SERVICE INDUSTRIES AND THEIR IMPACT ON THE STANDARD OF LIVING OF THE POPULATION.

[1]Musayeva Shoira Azimovna, [2]Usmanov Farzod Shokhrukhovich
[1]Professor of Samarkand Institute of Economics and Servic
[2]Head of the Financial Department of Samglass LLC
Orsid kod 0009-0000-9577-6976
https://doi.org/10.5281/zenodo.18360242

Abstract. *This article examines the service sector as an important factor in ensuring employment, sustainable economic growth, and improving living standards in the country. The study's results show that the service sector's share of GDP does not meet current global standards, and is significantly lower than in economically developed countries. However, the service sector is currently developing at a relatively rapid pace in Uzbekistan.*

Keywords: *service sector, employment, standard of living, high-tech services, business services, innovation activity.*

Annotatsiya. *Ushbu maqolada xizmat ko‘rsatish sohasi respublikada bandlikni ta’minlash, barqaror iqtisodiy o‘sish va aholi turmush darajasini oshirishning muhim omili sifatida ko‘rib chiqiladi. Tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, xizmat ko'rsatish sohasining yalpi ichki mahsulotdagi ulushi hozirgiga to'g'ri kelmaydi Jahon standartlariga ko'ra, bu ko'rsatkich iqtisodiy rivojlangan mamlakatlarga qaraganda ancha past. Biroq hozirda O‘zbekistonda xizmat ko‘rsatish sohasi ancha tez sur’atlar bilan rivojlanmoqda.*

Kalit so'zlar: *xizmat ko'rsatish sohasi, bandlik, turmush darajasi, yuqori texnologiyali xizmatlar, biznes xizmatlari, innovatsion faoliyat.*

Аннотация. *В статье рассматривается сфера услуг как важный фактор обеспечения занятости, устойчивости экономического роста и повышения уровня жизни населения в республике. Результаты исследования показывают, что доля сферы услуг в ВВП не соответствует текущим мировым стандартам, этот показатель значительно ниже, чем в экономически развитых странах. Однако развитие сферы услуг в настоящее время в Узбекистане происходит достаточно быстрыми темпами.*

Ключевые слова: *сфера услуг, занятость, уровень жизни, высокотехнологичные услуги, деловые услуги, инновационная активность.*

Introduction. InAt present, the service sector is one of most promising and rapidly growing sectors of the economy.

Not long ago, interactive services such as e-banking and online shopping were little known to consumers. Today, they are an integral part of our lives. World Bank statistics show that in economically developed countries in Europe and the United States, the service sector accounts for 60%-80% of GDP [1].

The development of the service sector makes a significant contribution to overall economic growth. This sector is one of the main sources of new added value creation, the organization of the production process, the satisfaction of the population's daily needs, and, in general, the formation

and growth of the gross domestic product.

Given the socioeconomic significance of the industry today, rapid development of the service sector is considered a priority in Uzbekistan. Reforms are being implemented and specific results achieved, aimed at improving the well-being of the population in exchange for service development, increasing the volume and types of services, improving their quality, creating new jobs in the industry, and reducing poverty. Objectives have been defined for "...the rapid development of the service sector, radically changing the structure of services provided, primarily through modern, high-tech services" [2]. In this regard, it is advisable to deepen research into the further development and improvement of the service sector in Uzbekistan.

Analysis of literature on the topic. Despite the industry's rapid development and its importance in the economy, there are still varying approaches to the concept of "service." The foundations for identifying services as a result of human activity were laid by A. Smith, who viewed a service as "the result of human activity, embodied in goods and disappearing after its useful effect has been achieved." It is worth noting the scholars who have made significant contributions to the development of the service sector as an important factor in ensuring employment, sustainable economic growth, and improving the standard of living of the population in the republic. These include M. Mukhammedov, M. Pardayev, A. Saliev, M. Sharifkhodzhaeva, Sh. Ergashkhodzhaeva, Sh. Musayev, and others.

As new forms and methods of service develop and improve, the concept of "service" is enriched, and the scope of the service sector expands. Services now encompass virtually all sectors of the national economy, regardless of the type of activity. As a result of their widespread distribution, services have become a distinct and important sector of the economy.

In the last decade, services have begun to play an important role in the economic structure of industrialized countries. The boundaries between the industrial and service sectors are becoming fluid, with mutual penetration of one sector into the other [10]. For example, according to World Bank estimates, the share of the service sector in GDP in 2023 was 72.8% in the UK, 72.5% in Singapore, 71.9% in Switzerland, 69.2% in France, 67.6% in Greece, 68.5% in Spain, and 64.9% in Italy [11]. As the economic potential of this sector and its role in satisfying human needs and improving living standards grows, so does the attention paid to it.

Research methodology. The study used a systematic approach, marketing analysis, benchmarking, and digital metrics. Mass surveillance methods were used to collect and analyze data from social media platforms.

Analysis and results. Economic transformations and market reforms aimed at creating a favorable business environment, improving the legislative and legal framework for entrepreneurial activity, developing market infrastructure, and liberalizing the economy have ensured not only an increase in the rate of economic growth, but also important qualitative changes in the structure of the economy, in particular, the formation and development of a modern service sector in Uzbekistan.

If in 2005 the service sector accounted for 38.7% of GDP, then in 2023 its share increased by 4.7 percentage points and amounted to 43.4% (Table 1).

An analysis of the country's GDP structure by industry shows that the service sector remains the largest contributor. Significant changes in the country's economic structure have been observed thanks to measures taken to develop industrial production. While the share of industry in the country's GDP increased from 16.8% in 2005 to 26.1% in 2024, the share of agriculture,

forestry, and fisheries decreased from 45.3% to 24.3% over the period 2005-2024 [12].

It should be noted that the service sector's share of GDP in the country does not meet current global standards, being significantly lower than in economically developed countries. However, the service sector in Uzbekistan is developing at a relatively rapid pace. Specifically, from 2005 to 2024, the value of paid services to the population increased 391.9-fold, reaching 470.3 trillion soums. Recently, new technologies have been actively introduced, infrastructure and education are being developed, and significant attention is being paid to supporting businesses in this area, all contributing to the rapid growth of the service sector in the country.

Table 1

Key indicators of service sector development in Uzbekistan in 2005–2024.

Name of the indicator	**2005**	**2010**	**2015**	**2020**	**2024**	**In 2024 by 2005**
The share of the service sector in the country's GDP, %	38.7	41.1	39.7	36.3	43.4	+ 4.7
Paid services to the population, trillion soums	1.2	27.1	78.5	218.9	470.3	391.9
Services per capita, million soums	0.062	0.9	2.5	6.4	12.9	208.1

Source: Compiled by the author based on statistical data from the State Statistics Committee of the Republic of Uzbekistan.

The growing volume of paid services in the country during the study period influenced the growth of this indicator per capita. The volume of market services provided per capita in 2024 amounted to 12.9 million soums, a 208.1-fold increase compared to 2005. Ultimately, this increase contributed to the improvement of the population's standard of living and the development of the country's service market infrastructure.

At the same time, the industry classification of the services sector shows that trade services account for the largest share in the structure of services provided by type of economic activity. In 2024, the volume of trade services amounted to 110.7 trillion soums, or 23.5%. High figures were also recorded in the sphere of transport services (108.5 trillion soums, or 23.1%) and financial services (106.4 trillion soums, or 22.6%). As of January 1, 2024, in the structure of operating enterprises and organizations related to the service sector, the share engaged in trade activities predominates (46.6%, or 182.9 thousand units) [12]. Accordingly, they occupy high positions in the structure of employment in the service sector.

Conclusion:

The results of the analysis of the development of the service sector in Uzbekistan indicate that traditional types of services, such as trade and transportation services, dominate in the republic, while in developed and some developing countries, a large share is occupied by high-tech, knowledge-intensive services - information and communication, business, insurance, consulting, financial and others.

Therefore, it would be advisable to further develop and improve various forms of state

support, stimulate the development of new types of services, and increase the innovative activity of enterprises in the service sector.

REFERENCES

1. Fact-checking: Is a high share of services in the economy bad?https://www.hse.ru/expertise/news/957001943.html.
2. Decree of the President of the Republic of Uzbekistan No. PF-4947 dated February 7, 2017 “On the strategy of action for the further development of the Republic of Uzbekistan.”www.lex.uz.
3. Smith A. An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations. Moscow: EKSMO, 2007.
4. Korol A.N., Khlynov S.A. Services: Definition and Classification. Electronic scientific publication "Scientific Notes of PNU", Vol. 5, No. 4, pp. 1323-1328, 2014.
5. Kotler F., Bowen J., Makens J. Marketing. Hospitality. Tourism. Moscow: Unity - Dana, 2002.
6. Gronroos C. Service's Management and Marketing. West Sussex, 2000.
7. Pardaev M.K., Ochilov I.S. Ways to Improve Efficiency in Service Sector Enterprises. Monograph, Tashkent: "Economics - Finance", 2011.
8. Kulibanov V.V. Service activities. Marketing. Moscow: YURAYT, 2019.
9. Socio-economic position Republics
10. Uzbekistan.T.: UzStat., 2019.www.stat.uz.
11. Musaeva Sh.A. Marketing Research. Textbook, STAR-SEL LLC, publishing and creative department. Samarkand, 2024.

O‘ZBEKISTON KOMPANIYALARINI MOLIYAVIY XISOBOTLARNING XALQARO STANDARDIGA O‘TISHNING ZARURIYATI

[1]Ismailov Timur, [2]Jumabaeva Gulmiyra
[1]Qoraqalpoq Davlat universiteti “Buxgalteriya hisobi va audit” kafedrasi dotsent, [2]Qoraqalpoq Davlat universiteti “Buxgalteriya hisobi va audit” kafedrasi stajyor o'qituvchi
https://doi.org/10.5281/zenodo.18080606

Annotatsiya. *Ushbu maqolada O‘zbekistonda moliyaviy hisobotning xalqaro standardlariga o‘tishning ahamiyati haqida so‘z boradi. Ushbu harakat mamlakat moliya sektorida shaffoflik va hisobdorlikni oshirish, xorijiy investitsiyalarni jalb qilish va ilg‘or jahon tajribasiga moslashish uchun zarur degan g‘oya ilgari suriladi. O‘zbekistonda moliyaviy hisobotning hozirgi holati haqida umumiy ma’lumot berilgan, uning kamchiliklari va cheklovlari ko‘rsatilgan. Shuningdek, u xalqaro standardlarga o‘tishning olib kelishi mumkin bo‘lgan afzalliklari, jumladan, moliyaviy ma’lumotlarning taqqoslanuvchanligi, ishonchliligi va dolzarbligini o‘rganadi. Umuman olganda, ushbu maqola O‘zbekiston iqtisodiy o‘sish va rivojlanishni ta’minlash uchun nima uchun xalqaro moliyaviy hisobot standardlarini qabul qilishga ustuvor ahamiyat berish kerakligi haqida ishonchli dalil beradi.*

Kalit so‘zlar: *moliyaviy hisobotlar, xalqaro standard, o‘tish davri, buxgalteriya standardlari, moliyaviy shaffoflik, iqtisodiy rivojlanish.*

Аннотация: *В данной статье говорится о важности перехода на международные стандарты финансовой отчетности в Узбекистане. Предполагается, что данное действие необходимо для повышения прозрачности и подотчетности в финансовом секторе страны, привлечения иностранных инвестиций и адаптации к передовому мировому опыту. В статье приведены общие сведения о современном состоянии финансовой отчетности в Узбекистане, указаны ее недостатки и ограничения. В нем также рассматриваются потенциальные преимущества перехода на международные стандарты, включая сопоставимость, надежность и своевременность финансовой информации. В целом в данной статье приводится убедительный аргумент, почему переход на международные стандарты финансовой отчетности должен быть приоритетным для обеспечения экономического роста и развития Узбекистана.*

Ключевые слова: *финансовая отчетность, международный стандарт, переходный период, стандарты бухгалтерского учета, финансовая прозрачность, экономическое развитие.*

Annotation: *This article talks about the importance of transition to international standards of financial reporting in Uzbekistan. It is suggested that this action is necessary to increase transparency and accountability in the country's financial sector, to attract foreign investments and to adapt to advanced world experience.*

The article provides general information about the current state of financial reporting in Uzbekistan, its shortcomings and limitations are indicated. It also examines the potential benefits of moving to international standards, including the comparability, reliability, and timeliness of financial information. In general, this article provides a convincing argument why the adoption of international financial reporting standards should be given priority in order to ensure economic growth and development of Uzbekistan.

Keywords: *financial statements, international standard, transition period, accounting standards, financial transparency, economic development.*

KIRISH

Bugungi globallashgan dunyoda xo‘jalik yurituvchi subyektlar uchun xalqaro standardlarga javob beradigan keng qamrovli va shaffof moliyaviy hisobot tizimiga ega bo‘lishi zarur bo‘lib hisoblanadi. Moliyaviy hisobotlarni to‘g‘ri va o‘z vaqtida taqdim etish xorijiy investorlarni jalb etish, aholi ishonchini saqlash va barqaror iqtisodiy o‘sishni ta’minlashda muhim ahamiyat kasb etadi. Markaziy Osiyo davlati O‘zbekistonda so‘nggi bir necha yil ichida sezilarli iqtisodiy islohotlar amalga oshirilmoqda. Iqtisodiyotni modernizatsiya qilish va xorijiy sarmoyalarni jalb qilish borasidagi sa’y-harakatlari doirasida O‘zbekiston moliyaviy hisobotlarning xalqaro standardiga o‘tish zarurligini tan oldi. Bu harakat mamlakat moliya sektorida shaffoflik, hisobdorlik va ishonchni oshirish uchun juda muhimdir. Biroq, bu o‘tish qonunlar, me’yoriy hujjatlar, buxgalteriya amaliyoti va moliyaviy hisobot bilan shug‘ullanadigan mutaxassislarning salohiyatini sezilarli darajada o‘zgartirishni talab qiladi. Ushbu maqola O‘zbekiston iqtisodiyoti uchun xalqaro moliyaviy hisobot standardlariga (IFRS) o‘tishning ahamiyatini o‘rganadi va ushbu maqsadga erishish uchun yengib o‘tish kerak bo‘lgan muammolarni muhokama qiladi. Maqola, shuningdek, moliyaviy hisobotda ishtirok etuvchi turli manfaatdor tomonlarning ehtiyojlarini muvozanatlashtirgan holda, O‘zbekiston IFRSni qanday muvaffaqiyatli qabul qilishi mumkinligi bo‘yicha tavsiyalar beradi.

METODOLOGIYA

Ushbu tadqiqot uchun tadqiqot dizayni tavsifiy tadqiqot loyihasidir. Ushbu dizayn O‘zbekistonda moliyaviy hisobotning hozirgi holatini va moliyaviy hisobotning xalqaro standardlariga o'tish zarurligini tavsiflash uchun qo‘llaniladi. Ushbu tadqiqot uchun ma’lumotlar asosiy va ikkilamchi manbalar orqali to‘planadi. Birlamchi manbalar sifatida O‘zbekistondagi moliya va buxgalteriya sohasi mutaxassislari, jumladan buxgalterlar, auditorlar va moliyaviy tahlilchilar bilan suhbatlar kiradi. Ikkilamchi manbalarga davlat idoralari, professional tashkilotlar va ilmiy jurnallarning O‘zbekistondagi moliyaviy hisobot standardlari bo‘yicha chop etilgan hisobotlari kiradi.

NATIJA

Maqola O‘zbekistonning moliyaviy hisobotlarning xalqaro standardiga o‘tishini zudlik bilan amalga oshirish zarurligini ta’kidlaydi. Bu shaffoflikni oshiradi, ishonchni oshiradi va mahalliy kompaniyalar uchun kapital bozorlariga yaxshi kirish imkonini beradi. Biroq, buning uchun O‘zbekistonda ta’lim va moliyaviy mutaxassislarni tayyorlash dasturlariga katta miqdorda sarmoya kiritish talab etiladi.

ASOSIY QISM (MUXOKOMA)

O‘zbekistonda moliyaviy hisobotlarning xalqaro standardiga o‘tish zarurati.

Markaziy Osiyo davlati bo‘lgan O‘zbekiston mintaqadagi eng tez rivojlanayotgan

iqtisodiyotlardan biri hisoblanadi. O‘zining boy tabiiy resurslari va strategik joylashuviga ega bo‘lgan O‘zbekiston so‘nggi yillarda xorijiy sarmoyalarni sezilarli darajada jalb qildi. Biroq, mamlakat hali ham moliyaviy hisobot tizimi nuqtai nazaridan ba’zi qiyinchiliklarga duch kelmoqda. O‘zbekistonda qo‘llaniladigan buxgalteriya hisobining amaldagi standardlari xalqaro standardlarga mos kelmaydi, bu esa investorlar uchun turli mamlakatlardagi moliyaviy hisobotlarni solishtirishni qiyinlashtiradi. Ushbu maqolada moliyaviy hisobotlarning xalqaro standardiga o‘tishning ahamiyati va uning O‘zbekiston iqtisodiyotiga qanday foyda keltirishi haqida gaplashamiz.

Xalqaro moliyaviy hisobot standardlari (IFRS) nima?

Xalqaro moliyaviy hisobot standardlari (IFRS) - buxgalteriya hisobining xalqaro standardlari kengashi (IASB) tomonidan ishlab chiqilgan buxgalteriya hisobi standardlari to‘plami. Ushbu standardlar kompaniyalar uchun moliyaviy hisobotlarni tayyorlashda umumiy tilni ta’minlaydi. IFRS moliyaviy hisobotning global standardi sifatida keng e’tirof etilgan va dunyoning 100 dan ortiq mamlakatlarida qo‘llaniladi.[1]

IFRSga o‘tishning ahamiyati

IFRSga o‘tish O‘zbekistonga moliyaviy hisobotlarini shaffofroq va boshqa davlatlar bilan solishtirish mumkin bo‘lgan holda ko‘proq xorijiy investitsiyalarni jalb qilishga yordam beradi. Bu investorlarga O‘zbekistonga sarmoya kiritish bo‘yicha ongli qaror qabul qilish imkonini beradi. Bundan tashqari, IFRSga o‘tish O‘zbekistonda moliyaviy hisobot sifatini oshiradi. Amaldagi tizimda buxgalteriya hisobi amaliyotidagi nomuvofiqliklar tufayli shaffoflik va aniqlik mavjud emas. IFRSni qabul qilish orqali kompaniyalar shaffoflik va aniqlikni yaxshilaydigan standardlashtirilgan buxgalteriya amaliyotiga rioya qilishlari kerak bo‘ladi. Bundan tashqari, IFRSga o‘tish O‘zbekistonda faoliyat yuritayotgan kompaniyalar uchun ham samaradorlikni oshirish va xarajatlarni kamaytirishga yordam beradi.[2] Hozirgi vaqtda korxonalar ichki va xalqaro maqsadlarda turli buxgalteriya standardlaridan foydalangan holda bir nechta moliyaviy hisobotlar to'plamini tayyorlashlari kerak. IFRSni qabul qilish bu takroriy harakatlarni bartaraf qiladi, biznes uchun vaqt va pulni tejaydi.[3]

Muhimligi bo‘yicha statistika

Jahon banki tomonidan e’lon qilingan hisobotga ko‘ra, O‘zbekiston 2020-yilda biznes yuritish qulayligi indeksi bo‘yicha 190 davlat orasida 160-o‘rinni egalladi. Ushbu reytingga ta’sir etuvchi omillardan biri moliyaviy hisobotlarning shaffofligi yo‘qligidir degan fikrdamiz. IFRSni qabul qilish O‘zbekistonga shaffoflikni oshirish va xorijiy investorlarning mamlakatda biznes yuritishini osonlashtirish orqali o‘z reytingini yaxshilashga yordam beradi. Bundan tashqari, PwC tomonidan o‘tkazilgan so‘rov natijalariga ko‘ra, investorlarning 97 foizi investitsiya qarorlarini qabul qilishda moliyaviy hisobot sifatini muhim omil deb bilishadi. IFRSga o‘tish orqali O‘zbekiston moliyaviy hisobot sifatini yaxshilash orqali ko‘proq xorijiy investitsiyalarni jalb qilishi mumkin.

IFRSga o‘tishning eng asosiy muammolaridan biri bu standardlarning murakkabligidir.

[1] Palea, V., 2013. IAS/IFRS and financial reporting quality: Lessons from the European experience. China Journal of Accounting Research, 6(4), pp.247-263.
[2] Mackenzie, B., Coetsee, D., Njikizana, T., Chamboko, R., Colyvas, B. and Hanekom, B., 2012. Wiley IFRS 2013: Interpretation and application of international financial reporting standards. John Wiley & Sons.
[3] Callao, S., Jarne, J.I. and Laínez, J.A., 2007. Adoption of IFRS in Spain: Effect on the comparability and relevance of financial reporting. Journal of international accounting, auditing and taxation, 16(2), pp.148-178.

IFRS ko‘plab ko'rsatmalar va qoidalarni o‘z ichiga oladi, ularni tushunish va amalga oshirish tashkilotlar uchun qiyin bo‘lishi mumkin. Masalan, kompaniyalar qaysi buxgalteriya siyosati o‘zlarining muayyan sharoitlariga mos kelishini aniqlashlari va moliyaviy hisobotlarida ularning moliyaviy natijalarini to‘g‘ri aks ettirishini ta’minlashlari kerak.[4]

Yana bir qiyinchilik – ta’limga bo‘lgan ehtiyoj. Kompaniyalar uni qanday to‘g‘ri qo‘llash kerakligini tushunishlari uchun o‘z xodimlarini IFRS bo‘yicha o‘qitishga sarmoya kiritishlari kerak. Bunga IFRSda qo‘llaniladigan buxgalteriya hisobining yangi tamoyillari, tushunchalari va terminologiyasi bo‘yicha trening kiradi. Bundan tashqari, korxonalar o‘z xodimlarini ushbu o‘zgarishlar ularning ishlari va mas’uliyatlariga qanday ta’sir qilishini o‘rgatishlari kerak. IFRSga o‘tishda yangi tizimlar va jarayonlarni joriy etish ham katta muammo hisoblanadi. Bu mavjud buxgalteriya tizimlari va amaliyotlarini yangi qoidalarga muvofiq o‘zgartirishni o‘z ichiga oladi.[5] Yangi jarayonlarni amalga oshirishdan oldin kompaniyalar mavjud tizimlarni baholashlari va har qanday bo'shliqlar yoki samarasizliklarni aniqlashlari kerak. Yana bir qiyinchilik – barcha biznes bo‘linmalarida muvofiqlikni ta’minlash. Tashkilotning turli bo‘limlari o‘rtasida izchil muvofiqlikka erishish standarDlarni turlicha talqin qilish yoki mahalliy buxgalteriya amaliyotidagi o‘zgarishlar tufayli qiyin bo‘lishi mumkin.[6]

YECHIM VA TAKLIFLAR

1. Tajribaning yetishmasligi: Xalqaro moliyaviy hisobot standardlariga o‘tishda kompaniyalar duch keladigan asosiy muammolardan biri bu yangi hisobot talablari bo‘yicha tajribaning yetishmasligidir. Buni xodimlarga yangi standardlarni tushunishlariga yordam berish uchun o‘qitish va ta’lim dasturlarini taqdim etish orqali hal qilish mumkin. Misol uchun, 2005 yilda Hindiston IFRSni qabul qilganda, u o‘zining ustav buxgalterlariga yangi standardlar bilan tanishtirish uchun treninglar o‘tkazdi.[7] Har bir davlat, shu jumladan, O‘zbekiston ham bundan dars olishi lozim deb hisoblaymiz.

2. Texnologiya masalalari: Kompaniyalar buxgalteriya hisobi dasturlari va tizimlaridagi farqlar tufayli IFRSga o‘tish jarayonida texnik muammolarga duch kelishi mumkin. Buni IFRSga mos kelmaydigan dasturiy ta’minot va tizimlarni yangilash yoki o‘zgartirish orqali hal qilish mumkin. Misol uchun, Braziliya IFRSga ko‘chib o‘tganida, u kompaniyalarga o‘z moliyaviy hisobotlarini yangi standardlar bo‘yicha hisobot berish imkonini beradigan standardlashtirilgan elektron tizimni joriy qildi.[8]

3. Xarajat oqibatlari: Xalqaro moliyaviy hisobot standarDlarini joriy etish kompaniyalar uchun qimmatga tushishi mumkin, chunki bu texnologiyaga sarmoya kiritish, o‘qitish va maslahat to‘lovlarini talab qiladi. Bu muammoni byudjet rejasini tuzish va muayyan vazifalarni autsorsing qilish yoki xususiy tizimlar o‘rniga ochiq kodli dasturiy ta’minotdan foydalanish kabi xarajatlarni tejash choralarini ko‘rib chiqish orqali hal qilish mumkin. Misol

[4] Ball R. International Financial Reporting Standards (IFRS): pros and cons for investors. Accounting and business research. 2006 Dec 1;36(sup1):5-29.

[5] Ankarath, N., Mehta, K.J., Ghosh, T.P. and Alkafaji, Y.A., 2010. Understanding IFRS fundamentals: international financial reporting standards. John Wiley & Sons.

[6] Perera, D. and Chand, P., 2015. Issues in the adoption of international financial reporting standards (IFRS) for small and medium-sized enterprises (SMES). Advances in accounting, 31(1), pp.165-178.

[7] Jain, P., 2011. IFRS implementation in India: Opportunities and challenges. World Journal of Social Sciences, 1(1), pp.125-136.

[8] Flores, E. and Lopes, A.B., 2020. Decrease in the value relevance of accounting information in electric distributors after the Brazilian IFRS adoption. Revista Brasileira de Gestão de Negócios, 21, pp.928-952.

uchun, 2015 yilda Yaponiya IFRSni qabul qilganda, ba'zi kompaniyalar qo'shimcha xodimlarni yollashdan ko'ra, buxgalteriya ishlarini autsorsing qilishni afzal ko'rdilar.[9] Xuddi shu tajribani IFRS ni qabul qilish istagida bo'lgan davlatlarda o'tkazish kerak degan qat'iy fikrdamiz. Xorijiy tajriba ham buni yaqqol ko'rsatmoqda.

4. Madaniy tafovutlar: Kompaniyalar mamlakatlar o'rtasidagi madaniy tafovutlar tufayli qiyinchiliklarga duch kelishi mumkin, bu ularning IFRSga muvofiq ba'zi buxgalteriya hisobi tamoyillarini qanday talqin qilish va qo'llashiga ta'sir qilishi mumkin. Bu muammoni mahalliy tartibga solish organlari va mahalliy amaliyot va urf-odatlarni tushunadigan mutaxassislar bilan bog'lash orqali hal qilish mumkin degan taklifni ilgari suramiz. Misol uchun, Xitoy 2007 yilda IFRSni qabul qilganda, u xalqaro buxgalteriya firmalari va ushbu standardlarni joriy etish tajribasiga ega bo'lgan boshqa mamlakatlarning regulyatorlari bilan maslahatlashdi.[10]

5. Manfaatdor tomonlarning qarshiligi: Xalqaro moliyaviy hisobot standardlariga o'tish, kiritilayotgan o'zgarishlarni tushunmaydigan yoki ularga rozi bo'lmagan aksiyadorlar kabi manfaatdor tomonlarning qarshiligiga duch kelishi mumkin. Ushbu muammoni ushbu o'zgarishlar nima uchun zarurligi va ularning afzalliklari haqida xabardorlik kampaniyalarini yaratish orqali hal qilish mumkin. Misol uchun, Yevropa Ittifoqi 2005 yilda IFRSni qabul qilganida, manfaatdor tomonlarni o'qitish va ularning muammolarini hal qilish uchun jamoatchilik bilan maslahatlashish jarayonini o'tkazdi.

XULOSA

Xulosa qilib aytganda, moliyaviy hisobotlarning xalqaro standardiga o'tish O'zbekistonning iqtisodiy rivojlanishi va barqarorligi uchun hal qiluvchi ahamiyatga ega. Bu nafaqat moliyaviy hisobotning shaffofligi, hisobdorligi va ishonchliligini oshirish, balki xorijiy investitsiyalarni jalb qilish va umumiy biznes muhitini yaxshilash imkonini beradi. Yangi standardni joriy etishda tajriba va resurslarning tetishmasligi kabi muammolar mavjud bo'lsada, O'zbekiston allaqachon bu o'tish yo'lida muhim qadamlar qo'ygan. Hukumat, tadbirkorlik subyektlari va manfaatdor tomonlar hamjihatlikda bu qiyinchiliklarni yengib o'tish va muhim islohotning muvaffaqiyatli amalga oshirilishini ta'minlash muhim ahamiyatga ega. Pirovardida, shaffof va ishonchli moliyaviy hisobot tizimi iqtisodiy o'sish va barqarorlikni rag'batlantirish orqali nafaqat korxonalarga, balki butun jamiyatga ham foyda keltiradi.

Quyida so'ralgan mavzu bo'yicha **ilmiy-uslubda yozilgan xulosa** keltiriladi. Uni maqola, bitiruv ishi yoki referat yakuniga mos ravishda ishlatishingiz mumkin.

O'zbekiston kompaniyalarining Moliyaviy hisobotlarning xalqaro standartlariga (IFRS) o'tishi zamonaviy bozor iqtisodiyoti sharoitida muqarrar va strategik ahamiyatga ega jarayon hisoblanadi. IFRSni joriy etish kompaniyalar moliyaviy axborotining shaffofligi, taqqoslanishi va ishonchliligini ta'minlab, ichki va tashqi foydalanuvchilar uchun sifatli moliyaviy qarorlar qabul qilish imkonini kengaytiradi.

Xalqaro standartlarga mos hisobot yuritish xorijiy investorlar, moliya institutlari va xalqaro hamkorlar bilan o'zaro ishonchni mustahkamlab, mamlakatga to'g'ridan-to'g'ri investitsiyalar oqimini oshirishga xizmat qiladi. Shu bilan birga, IFRS korporativ boshqaruv tizimini takomillashtirish, risklarni samarali baholash hamda kompaniyalarning moliyaviy barqarorligini

[9] Tsunogaya, N., Hellmann, A. and Scagnelli, S.D., 2015. Adoption of IFRS in Japan: challenges and consequences. Pacific Accounting Review.

[10] Liu, C., Yao, L.J., Hu, N. and Liu, L., 2011. The impact of IFRS on accounting quality in a regulated market: An empirical study of China. Journal of Accounting, Auditing & Finance, 26(4), pp.659-676.

oshirishda muhim vosita bo‘lib xizmat qiladi.

IFRSga o‘tish jarayonida kadrlar yetishmasligi, axborot texnologiyalarining moslashmaganligi hamda hisob siyosatini transformatsiya qilish bilan bog‘liq muammolar mavjud. Biroq ushbu muammolar davlat tomonidan normativ-huquqiy qo‘llab-quvvatlashni kuchaytirish, professional buxgalter va auditorlarni tayyorlash tizimini rivojlantirish hamda kompaniyalarda zamonaviy moliyaviy boshqaruv madaniyatini shakllantirish orqali bartaraf etilishi mumkin.

Umuman olganda, O‘zbekiston kompaniyalarining Moliyaviy hisobotlarning xalqaro standartlariga o‘tishi milliy iqtisodiyotning global moliya bozorlariga integratsiyalashuvini jadallashtiradi, biznes muhitining raqobatbardoshligini oshiradi va mamlakatning barqaror iqtisodiy rivojlanishiga mustahkam zamin yaratadi.

FOYDALANILGAN MANBALAR

1. Liu, C., Yao, L.J., Hu, N. and Liu, L., 2011. The impact of IFRS on accounting quality in a regulated market: An empirical study of China. Journal of Accounting, Auditing & Finance, 26(4), pp.659-676;
2. Armstrong, Christopher S., Mary E. Barth, Alan D. Jagolinzer, and Edward J. Riedl. "Market reaction to the adoption of IFRS in Europe." The accounting review 85, no. 1 (2010): 31-61;
3. Jain, P., 2011. IFRS implementation in India: Opportunities and challenges. World Journal of Social Sciences, 1(1), pp.125-136;
4. Flores, E. and Lopes, A.B., 2020. Decrease in the value relevance of accounting information in electric distributors after the Brazilian IFRS adoption. Revista Brasileira de Gestão de Negócios, 21, pp.928-952;
5. Tsunogaya, N., Hellmann, A. and Scagnelli, S.D., 2015. Adoption of IFRS in Japan: challenges and consequences. Pacific Accounting Review;
6. Ball R. International Financial Reporting Standards (IFRS): pros and cons for investors. Accounting and business research. 2006 Dec 1;36(sup1):5-29;
7. Ankarath, N., Mehta, K.J., Ghosh, T.P. and Alkafaji, Y.A., 2010. Understanding IFRS fundamentals: international financial reporting standards. John Wiley & Sons;
8. Perera, D. and Chand, P., 2015. Issues in the adoption of international financial reporting standards (IFRS) for small and medium-sized enterprises (SMES). Advances in accounting, 31(1), pp.165-178;
9. Raxmonov , E. K. o‘g‘li, Qobilov , F. S. o‘g‘li, & Berdimuradov , X. T. o‘g‘li. (2023). RESPUBLIKAMIZDA YETISHTIRILAYOTGAN BUG‘DOY DONLARINING FIZIK-KIMYOVIY KO‘RSATKICHLARINING TAHLILI. ILMIY TADQIQOT VA INNOVATSIYA, 2(2), 95–101. Retrieved from http://ilmiytadqiqot.uz/index.php/iti/article/view/144;
10. Qobilov, F. S. o‘g‘li, & Raxmonov, E. K. o‘g‘li. (2023). NON Mahsulotlarını tayyorlashda quruq kleykovınadan qo‘shımcha sıfatıda foydalanısh. ılmıy tadqıqot va ınnovatsıya, 2(2), 58–63. Retrieved from http://ilmiytadqiqot.uz/index.php/iti/article/view/139;
11. Sattorova, K. A. qizi, & Raxmonov, E. K. o‘g‘li. (2022). NON MAHSULOTLARINI SIFATINI OSHIRISHDA QO‘LLANILADIGAN QO‘SHIMCHALAR. INTERNATIONAL CONFERENCES, 1(1), 29–31. Retrieved from https://researchedu.org/index.php/cf/article/view/230;
12. O‘G‘Li, X. T. X., Berdimuradov, E. K. O. G. L., BUG‘DOY, R. N. U. T., & ASOSLASH, N.

T. V. CARJIS. 2022.№
13. URL: https://cyberleninka. ru/article/n/navli-un-tortishda-bug‘doy navlarini tanlash va asoslash (дата обращения: 29.03. 2023);
14. Hamroyeva Sh.Sh., & Muhidova G. (2018). PEDAGOGICAL AND METHODOLOGICAL PRINCIPLES OF TEACHING ENGLISH TO YOUNG LEARNERS. Мировая наука, (5 (14)), 37-39;
15. Hamroyeva Sh.Sh. (2018). SIR WALTER SCOTT’S ARTISTIC SKILL IN THE EXPRESSION OF HISTORICAL FACTS AND LITERARY FICTION IN HIS HISTORICAL NOVELS. Мировая наука, (5 (14)), 35-37;
16. Mackenzie, B., Coetsee, D., Njikizana, T., Chamboko, R., Colyvas, B. and Hanekom, B., 2012. Wiley IFRS 2013: Interpretation and application of international financial reporting standards. John Wiley & Sons
17. Callao, S., Jarne, J.I. and Laínez, J.A., 2007. Adoption of IFRS in Spain: Effect on the comparability and relevance of financial reporting. Journal of international accounting, auditing and taxation, 16(2), pp.148-178.

UNIVERSITETLARDA KONSALTING XIZMATLARINI RIVOJLANTIRISH ASOSIDA MOLIYAVIY RESURSLARNI TAQSIMLASHNI BOSHQARISH YO‘NALISHLARI

[1]Salixov Saidamir Alisher o‘g‘li, **[2]Artikova Feruza Raxmanovna**
[1]Biznes va tadbirkorlik oliy maktabi dotsenti, PhD, [2]Biznes va tadbirkorlik oliy maktabi tinglovchisi
https://doi.org/10.5281/zenodo.18080626

Annotatsiya. *Ushbu maqolada universitetlarda konsalting xizmatlarini rivojlantirish asosida moliyaviy resurslarni taqsimlashni boshqarish yo‘nalishlari bayon etilgan. Shuningdek, universitetlarda konsalting xizmatlarini rivojlantirish asosida moliyaviy resurslarni taqsimlashni boshqarish yuzasidan xulosa va takliflar keltirilgan.*

Аннотация. *В данной статье описываются направления управления распределением финансовых ресурсов на основе развития консультационных услуг в университетах. Также представлены выводы и предложения по управлению распределением финансовых ресурсов на основе развития консультационных услуг в университетах.*

Abstract. *This article describes the directions of managing the allocation of financial resources based on the development of consulting services in universities. It also presents conclusions and proposals on managing the allocation of financial resources based on the development of consulting services in universities.*

Kalit so‘zlar. *Universitet, xizmat, konsalting xizmati, resurs, moliyaviy resurs, boshqarish.*

Ключевые слова. *Университет, услуга, консультационные услуги, ресурс, финансовый ресурс, управление.*

Keywords. *University, service, consulting service, resource, financial resource, management.*

Kirish. Bugungi globallashuv va raqobat kuchayib borayotgan sharoitda oliy ta’lim muassasalari faoliyati samaradorligini oshirish, moliyaviy barqarorlikni ta’minlash va ta’lim sifatiga ijobiy ta’sir ko‘rsatuvchi yangi boshqaruv mexanizmlarini joriy etish dolzarb masalalardan biri bo‘lib hisoblanadi. Shu nuqtai nazardan, universitetlarda konsalting xizmatlarini rivojlantirish asosida moliyaviy resurslarni taqsimlashni boshqarish yo‘nalishlarini takomillashtirish masalasi alohida ilmiy va amaliy ahamiyat kasb etadi. Buning ushun universitet qoshida faoliyat yurituvchi konsalting markazlari ilmiy salohiyatni tijoratlashtirish, ishlab chiqarish va biznes sub’ektlari bilan hamkorlikni mustahkamlash hamda innovatsion loyihalarni moliyalashtirish imkoniyatlarini kengaytirish lozim.

Adabiyotlar tahlili. Universitetlarda konsalting xizmatlarini rivojlantirish asosida moliyaviy resurslarni taqsimlashni boshqarish yuzasidan turli xil tadqiqotlar olib borilgan. Xususan, tadqiqotlar yoritishicha, universitetlarning moliyaviy qo‘llab-quvvatlash manbalari ta’lim va ko‘chmas mulk aktivlariga sarmoya kiritish doirasida akademik xizmatlarni sotishda uning obro‘ini oshiradigan va foydali loyihalarni amalga oshirishda xarajatlarni kamaytiradigan muhim muammo bo‘lib hisoblanadi. Faqat o‘quv va o‘quv kurslari universitetning moliyaviy

resurslariga hissa qo‘shadi. Unga asosan, maslahat xizmatlari, ilmiy tadqiqotlar, konferentsiyalar va seminarlar universitet moliyaviy resurslariga ta’sir qilmaydi [1]. Boshqa mamlakatlarda olib borilgan tadqiqotlarda esa budjetdan tashqari tadbirlar universitet uchun moliyalashtirishning muhim manbai bo‘lib hisoblanadi. Ushbu mablag‘lardan universitet faoliyati va rivojlanishini qo‘llab-quvvatlash, shuningdek, xodimlarni budjetdan tashqari mablag‘larni jalb qilishga undash uchun samarali foydalanish boshqaruv hisobida axborot texnologiyalaridan foydalanishni talab qiladi [2]. Boshqa xil tadqiqotlar esa ko‘rsatishicha, universitet konsalting xizmatlari zamonaviy oliy ta’limning o‘ziga xos xususiyati bilan bog‘liq bo‘lgan o‘ziga xos xususiyatlarga ega bo‘ladi. Bu borada iqtisodiyot universitetlari turli biznes subektlari va mahalliy jamoat guruhlariga keng ko‘lamli konsalting xizmatlarini taqdim etadi [3]. Yana boshqa tadqiqotlarda konsalting xizmatining xizmatning zamonaviy shakli sifatida o‘zaro kelishuvga asoslanishi qayd etiladi. Ya’ni, konsalting xizmatlari xizmat ko‘rsatuvchi va xizmatdan foydalanuvchi tomonidan tuzilgan kelishuv asosida amalaga oshiriladi [4]. Undan tashqari, boshqa bir tadqiqotlarda oliy ta’limni rivojlanishi uning barcha xizmatlarini o‘z ichiga olgan moliyaviy faoliyatni samarali boshqaruvga asoslanishi keltiriladi. Unga ko‘ra, oliy ta’lim tizimining joriy moliyaviy ta’minot holati tizimli yondashuv va zamonaviy boshqaruv mexanizmlari asosida optimallashtirilishi zarur [5].

Tahlil va natijalar. Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatadiki, konsalting xizmatlari universitetlar uchun qo‘shimcha moliyaviy manba sifatida xizmat qilish bilan birga, mavjud resurslarni maqsadli va samarali taqsimlashda muhim boshqaruv vositasi bo‘lib qaraladi. Moliyaviy resurslarni taqsimlashni boshqarishda konsalting xizmatlaridan foydalanish universitetlar budjeti tarkibini diversifikatsiya qilishga xizmat qiladi. An’anaviy davlat moliyalashtirishiga bog‘liqlikni kamaytirish orqali universitetlar o‘z faoliyatida mustaqillikka erishadi va strategik qarorlar qabul qilishda erkinlik darajasi oshadi. Bu esa ta’lim, ilmiy-tadqiqot va innovatsion faoliyat yo‘nalishlariga ajratiladigan mablag‘larni yanada oqilona taqsimlash imkonini beradi.

Tadqiqot davomida shular aniqlandiki, universitetlarda konsalting xizmatlarini rivojlantirish moliyaviy resurslarni boshqarishning strategik rejalashtirish va moliyaviy prognozlash, xarajatlar samaradorligini baholash va optimallashtirish, investitsiya loyihalarini samaradorligini oshirish, inson kapitaliga yo‘naltirilgan sarf-xarajatlarni asoslash hamda innovatsion va startap loyihalarni qo‘llab-quvvatlash kabi asosiy yo‘nalishlarini shakllantirishga xizmat qiladi. Strategik rejalashtirish jarayonida konsalting xizmatlari esa universitet rahbariyatiga tashqi bozor muhitini tahlil qilish, talab va taklifni baholash hamda uzoq muddatli moliyaviy maqsadlarni belgilashda muhim axborot-tahliliy asos yaratadi. Natijada, moliyaviy resurslar qisqa muddatli ehtiyojlarga emas, ya’ni universitetning uzoq muddatli rivojlanish strategiyasiga muvofiq ravishda taqsimlanadi. Xarajatlar samaradorligini oshirish nuqtai nazaridan konsalting xizmatlari orqali amalga oshiriladigan audit va tahlil ishlari ortiqcha xarajatlarni aniqlash, budjet mablag‘laridan foydalanishda shaffoflikni ta’minlash hamda moliyaviy intizomni mustahkamlashga xizmat qiladi. Ushbu jarayon universitetlarda moliyaviy resurslarni taqsimlashda natijadorlikka yo‘naltirilgan yondashuvni shakllantiradi. Investitsiya loyihalarini boshqarishda konsalting xizmatlari esa ilmiy-tadqiqot natijalarini tijoratlashtirish, texnologik transfer va venchur moliyalashtirish mexanizmlarini joriy etish imkonini beradi.

Shuningdek, inson kapitaliga yo‘naltirilgan moliyaviy resurslarni boshqarishda konsalting xizmatlarining o‘rni alohida ahamiyatga ega. Professor-o‘qituvchilar, tadqiqotchilar va ma’muriy xodimlarning malakasini oshirish va ularni moddiy rag‘batlantirish tizimini takomillashtirish

orqali universitet faoliyatining umumiy samaradorligi oshadi. Konsalting xizmatlari ushbu jarayonda mehnat bozori talablarini inobatga olgan holda moliyaviy qarorlar qabul qilishga imkon beradi. Innovatsion va startap loyihalarni qo‘llab-quvvatlash yo‘nalishida konsalting xizmatlari esa universitetlar uchun moliyaviy boshqaruv unsuri bo‘lib hisoblanadi. Startap inkubatorlar, akseleratorlar va innovatsion markazlar faoliyatini moliyalashtirish orqali universitetlar yangi biznes g‘oyalarni qo‘llab-quvvatlaydi. Yuqoridagilardan kelib chiqib, universitetlarda konsalting xizmatlarini rivojlantirish asosida moliyaviy resurslarni taqsimlashni boshqarish quyidagi yo‘nalishlarga ajratiladi (1-jadval).

1-jadval

Universitetlarda konsalting xizmatlarini rivojlantirish asosida moliyaviy resurslarni taqsimlashni boshqarish yo‘nalishlari

№	Boshqaruv yo‘nalishi	Konsalting xizmatlari mazmuni	Moliyaviy resurslarni taqsimlashga ta’siri
1	Strategik moliyaviy rejalashtirish	Universitet rivojlanish strategiyasini ishlab chiqish hamda moliyaviy prognoz va ssenariy tahlilini amalga oshirish	Uzoq muddatli maqsadlarga mos budjet taqsimoti shakllanadi
2	Budjetlashtirish va xarajatlarni optimallashtirish	Xarajatlarni samarali sarflash rejasi va dasturini shakllantirish	Mablag‘lar samarali yo‘nalishlarga qayta taqsimlanadi
3	Qo‘shimcha daromad manbalarini shakllantirish	Ilmiy-tadqiqot, ta’lim va ishlab chiqarish konsaltingini amalga oshirish	Davlat mablag‘lariga bog‘liqlik kamayadi
4	Investitsiya va innovatsion loyihalarni boshqarish	Startaplar, innovatsion loyihalarni baholash va moliyalashtirish	Investitsiya resurslari maqsadli taqsimlanadi
5	Inson kapitaliga investitsiyalar kiritish	Kadrlar salohiyatini baholash va rag‘batlantirish tizimini ishlab chiqish	Maosh, grant va malaka oshirish xarajatlari asoslanadi
6	Risklarni boshqarish	Moliyaviy va institutsional risklarni tahlil qilish	Xavfli yo‘nalishlarga ajratiladigan mablag‘lar nazorat qilinadi
7	Monitoring va nazorat	Moliyaviy ko‘rsatkichlar monitoringi va KPI tizimini ishlab chiqish	Budjet ijrosi ustidan nazorat yanada kuchayadi

Mazkur 1-jadval universitetlarda konsalting xizmatlarini rivojlantirish orqali moliyaviy resurslarni taqsimlashni boshqarishning asosiy yo‘nalishlarini tizimli ravishda aks ettiradi. Unda har bir boshqaruv yo‘nalishi, unda qo‘llaniladigan konsalting xizmatlari, moliyaviy resurslarni taqsimlashga ta’siri hamda kutilgan natijalar o‘zaro bog‘liq holda yoritilgan. Mazkur keltirilgan yo‘nalishlarni quyidagicha izohlash mumkin: Birinchi yo‘nalish strategik moliyaviy rejalashtirish sifatida universitetning uzoq muddatli rivojlanish maqsadlariga mos moliyaviy siyosatni shakllantirishda muhim ahamiyatga ega. Ya’ni, konsalting xizmatlari orqali amalga oshiriladigan prognoz va ssenariy tahlillari budjet mablag‘larini samarali taqsimlashga xizmat qiladi. Ikkinchi yo‘nalish budjetlashtirish va xarajatlarni optimallashtirish bo‘lib, u moliyaviy resurslardan

foydalanish samaradorligini oshirishga qaratiladi. Ushbu yo‘nalishda konsalting xizmatlari ortiqcha xarajatlarni aniqlash va ustuvor yo‘nalishlarga yo‘naltirish imkonini beradi. Uchinchi yo‘nalish qo‘shimcha daromad manbalarini shakllantirish sifatida universitetlar moliyaviy mustaqilligini ta’minlashga xizmat qiladi. Ya’ni, konsalting faoliyati natijasida olinadigan daromadlar ta’lim sifati, ilmiy tadqiqotlar va moddiy-texnik bazani rivojlantirishga yo‘naltiriladi. To‘rtinchi yo‘nalish investitsiya va innovatsion loyihalarni boshqarishga asoslanadi. Bu orqali ilmiy-tadqiqot natijalarini tijoratlashtirish orqali moliyaviy resurslarni ko‘paytirish va ularni maqsadli taqsimlash imkonini yaratadi. Beshinchi yo‘nalish inson kapitaliga investitsiyalarni aks ettiradi. Unga asosan, professor-o‘qituvchilar va tadqiqotchilar malakasini oshirish hamda ularni moddiy rag‘batlantirish orqali universitet faoliyati samaradorligini oshirish ta’minlanadi. Oltinchi yo‘nalish risklarni boshqarish bo‘lib, bu yo‘nalish moliyaviy barqarorlikni ta’minlashda zarur. Unga ko‘ra, konsalting xizmatlari orqali xavfli yo‘nalishlar oldindan aniqlanib, mablag‘larni oqilona taqsimlash imkoni yaratiladi. Yettinchi yo‘nalish monitoring va nazoratni o‘z ichiga oladi. Unga asoslan, moliyaviy resurslar taqsimoti va ularning ijrosini baholashda shaffoflikni ta’minlaydi. Hamda KPI va monitoring tizimi orqali budjet mablag‘larining maqsadli sarflanishi nazorat qilinadi.

Xulosa. Universitetlarda konsalting xizmatlarini rivojlantirish asosida moliyaviy resurslarni taqsimlashni boshqarish tizimini takomillashtirish ta’lim muassasalarining raqobatbardoshligini oshirish, moliyaviy barqarorlikni ta’minlash hamda innovatsion rivojlanishga erishishda muhim omil bo‘lib hisoblanadi. Bu orqali universitetlarga qo‘shimcha daromad olish va o‘z ilmiy salohiyatini iqtisodiy qiymatga aylantirish imkonini taqdim etadi. Mazkur yo‘nalishda amalga oshiriladigan islohotlar universitetlarni zamonaviy bozor iqtisodiyoti talablariga moslashtirish, ularning milliy va xalqaro ta’lim makonidagi mavqeini mustahkamlashga xizmat qiladi. Bu esa kelgusida barqaror daromad manbalarini shakllantirishga olib keladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati

1. Al-Ghaswyneh O.F.M. Marketing universities’ services role in providing financial resources. // J. Financ. Serv. Mark, 25. - p. 65-75 (2020). https://doi.org/10.1057/s41264-020-00075-9
2. Мухаметшин Э.Р., Агарков Г.А. Взаимодействие финансово-экономического блока с подразделениями университета с применением электронного документооборота и онлайн-доступа к информационным системам. // Управление экономикой и финансами вуза: практики российских университетов: Вып. 2 / сост. Д.Г.Сандлер, А.К.Клюев. - Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2018. - с. 44.
3. Захаров Г.В. Формирование системы управления развитием консультационных услуг в сфере высшего экономического образования. // Инновации и инвестиции, №11, 2022. - с. 99.
4. Atalikova G.Sh., Asadov Sh.F. Maslahat va konsalting xizmatlari: huquqiy tartibga solish masalalari. // Oriental Renaissance: Innovative, educational, natural and social sciences, 2022, Volume2, Issue2, ISSN 2181-1784. - 302 b.
5. Islomov B.Z. Oliy ta’lim muassalarida moliyaviy resurslarni boshqarishning joriy holati tahlili. // Scientific Journal of “International Finance & Accounting”, Issue3, June, 2025. ISSN: 2181-1016

QO‘SHILGAN QIYMAT SOLIG‘INING EVOLYUTSIYASI VA ZAMONAVIY TRANSFORMATSIYASI: NAZARIY-METODOLOGIK ASOSLAR VA YANGI KONSEPTUAL YONDASHUVLAR

Urazmatov Jonibek Musurmanovich
PhD, Guliston davlat universiteti katta o‘qituvchisi
ORCID: **0009-0005-9468-5761**
https://doi.org/10.5281/zenodo.18080687

Annotatsiya. *Ushbu maqolada qo‘shilgan qiymat solig‘ining (QQS) nazariy mohiyati, shakllanish genezisi va zamonaviy iqtisodiy sharoitda kechayotgan transformatsiya jarayonlari chuqur ilmiy tahlil qilinadi. Tadqiqotda QQSning fiskal tizimdagi o‘rni qayta ko‘rib chiqilib, ushbu soliqning evolyutsion rivojlanish bosqichlari, uning xalqaro iqtisodiy makondagi modellari hamda zamonaviy global tendensiyalar nuqtai nazaridan taqsimot mexanizmining mohiyati yoritilgan. Shuningdek, maqolada qo‘shilgan qiymatni soliqqa tortishning samarali mexanizmini shakllantirish bo‘yicha konseptual yondashuvlar, ularning amal qilish shartlari, raqamli iqtisodiyotning soliq ma’murchiligiga ta’siri va yangi metodologik yechimlar ilmiy asoslab beriladi. Xalqaro tajribalar asosida zamonaviy QQS tizimining ustuvor tamoyillari aniqlanib, iqtisodiyotni raqamlashtirish sharoitida soliqqa tortish bazasini kengaytirish, fiskal barqarorlikni ta’minlash va soliq tushumlari samaradorligini oshirishga xizmat qiluvchi nazariy-metodik model taklif etiladi. Tadqiqot natijalari QQS tizimida mavjud muammolarni aniqlash, taqsimot mexanizmini modernizatsiya qilish va ilg‘or xalqaro standartlarga mos yangi konseptual yondashuvlarni shakllantirish uchun ilmiy asos bo‘lib xizmat qiladi.*

Tayanch so`zlar: *qo‘shilgan qiymat solig‘i (QQS); soliqqa tortish mexanizmi; soliq ma’murchiligi; fiskal siyosat; qo‘shilgan qiymatning taqsimlanishi; soliq tizimi; raqamli iqtisodiyot; soliq transformatsiyasi; xalqaro soliq tajribasi; soliq bazasi; zanjirli soliq nazorati; soliq kreditlari; fiskal barqarorlik; soliq siyosati samaradorligi; konseptual model; metodologik yondashuvlar; soliq tizimini modernizatsiya qilish; elektron invoys; riskga asoslangan nazorat.*

Аннотация*: В данной статье проводится глубокий научный анализ теоретической сущности налога на добавленную стоимость (НДС), его генезиса и трансформационных процессов, происходящих в современных экономических условиях. В исследовании переосмысливается роль НДС в фискальной системе, освещаются этапы его эволюционного развития, международные модели налогообложения и особенности механизма распределения добавленной стоимости в контексте глобальных тенденций. Кроме того, раскрываются концептуальные подходы и условия обеспечения эффективного механизма налогообложения добавленной стоимости, влияние цифровой экономики на налоговое администрирование и новые методологические решения. На основе международного опыта определяются приоритетные принципы современного НДС, предлагается теоретико-методическая модель, способствующая расширению налоговой базы, обеспечению фискальной стабильности и повышению эффективности налоговых поступлений в условиях цифровизации экономики. Результаты исследования служат*

научной основой для выявления существующих проблем в системе НДС, модернизации механизма распределения и формирования новых концептуальных подходов, соответствующих передовым международным стандартам.

Ключевые слова: *налог на добавленную стоимость (НДС); механизм налогообложения; налоговое администрирование; фискальная политика; распределение добавленной стоимости; налоговая система; цифровая экономика; налоговая трансформация; международный налоговый опыт; налоговая база; цепной налоговый контроль; налоговые кредиты; фискальная стабильность; эффективность налоговой политики; концептуальная модель; методологические подходы; модернизация налоговой системы; электронный инвойс; риск-ориентированный контроль.*

Annotation*: This article provides an in-depth scientific analysis of the theoretical essence of Value Added Tax (VAT), its genesis, and the transformation processes occurring under modern economic conditions. The study re-evaluates the role of VAT within the fiscal system, highlights its evolutionary development stages, international taxation models, and the distribution mechanism of value added in the context of global trends. Furthermore, the article presents conceptual approaches and essential conditions for ensuring an effective VAT distribution mechanism, examines the impact of the digital economy on tax administration, and proposes new methodological solutions. Drawing on international experience, the study identifies key principles of the modern VAT system and introduces a theoretical-methodological model aimed at expanding the tax base, ensuring fiscal stability, and improving the efficiency of tax revenues in a digitalized economy. The research findings provide a scientific foundation for identifying existing problems in the VAT system, modernizing the distribution mechanism, and developing new conceptual approaches aligned with advanced international standards.*

Keywords:*value added tax (VAT); taxation mechanism; tax administration; fiscal policy; distribution of value added; tax system; digital economy; tax transformation; international taxation experience; tax base; chain tax control; tax credits; fiscal stability; tax policy efficiency; conceptual model; methodological approaches; tax system modernization; electronic invoice; risk-based control.*

Kirish

So‘nggi yillarda O‘zbekiston Respublikasida soliq siyosatini liberallashtirish, soliq ma’murchiligini soddalashtirish va fiskal barqarorlikni ta’minlashga qaratilgan keng ko‘lamli islohotlar amalga oshirilmoqda. Xususan, 2017–2023 yillar davomida qabul qilingan **PF–4947-sonli “Harakatlar strategiyasi”**, **PF–5886-sonli Soliq siyosatini takomillashtirish konsepsiyasi**, **PQ–4086-sonli Soliq ma’murchiligini transformatsiya qilish chora-tadbirlari**, **PF–102-sonli “2022–2026 yillarga mo‘ljallangan Yangi O‘zbekiston strategiyasi”** hamda **PF–60-sonli “Soliq-budjet siyosatini 2023–2025 yillarda rivojlantirish konsepsiyasi”** kabi hujjatlar qo‘shilgan qiymat solig‘ini (QQS) modernizatsiya qilishning institutsional asosini mustahkamladi.

Mazkur islohotlar natijasida O‘zbekistonda QQS stavkasi 2019 yilda **20 foizdan 15 foizga** pasaytirildi, soliq to‘lovchilarni ro‘yxatga olish va hisobot topshirish jarayonlari to‘liq raqamlashtirildi, elektron hisobvaraq-fakturalar, onlayn nazorat-kassa mashinalari, “Soliq mobil ilovasi” kabi xizmatlar joriy qilindi. Bularning barchasi QQSning undirilish mexanizmini

takomillashtirish, soliq bazasini kengaytirish va yashirin iqtisodiyot ulushini qisqartirish uchun muhim shart-sharoitlar yaratdi.

Statistik ma’lumotlarga ko‘ra, **195 mamlakat orasida QQS qo‘llanilish darajasi bo‘yicha O‘zbekiston barqaror o‘rinni egallab**, 2023 yilda mazkur soliq bo‘yicha tushumlar davlat byudjeti daromadlarining **41–45 foizini** tashkil etdi. Shuningdek, 2021–2023 yillar mobaynida QQS tushumlari yiliga o‘rtacha **18–22 foizga o‘sgani** kuzatildi. Bu raqamlar QQSning fiskal siyosatdagi hal qiluvchi ahamiyatini yana bir bor tasdiqlaydi.

Biroq, amalga oshirilayotgan islohotlarga qaramay, QQSni undirish mexanizmida bir qator tizimli muammolar saqlanib qolmoqda. Jumladan, soliq to‘lovchilarning hisobot intizomi yetarli darajada emasligi, zanjirli soliq kreditlaridagi nomuvofiqliklar, elektron invoyslar orqali hisob-kitoblarda uchraydigan tafovutlar, eksport-import operatsiyalarida QQS qaytarish mexanizmining murakkabligi, soliq organlarining riskka asoslangan nazorat tizimining yetarlicha takomillashmaganligi bugungi kunda asosiy masalalar sirasiga kiradi.

Raqamli iqtisodiyotning jadal rivojlanishi esa QQSni undirish metodologiyasini tubdan qayta ko‘rib chiqishni taqozo etmoqda. Xalqaro amaliyot, xususan, **OECD VAT Guidelines**, Yevropa Ittifoqi davlatlari, Janubiy Koreya, Singapur, Kanada va Avstraliya tajribasi shuni ko‘rsatadiki, QQSning samaradorligi raqamlashtirilgan monitoring, avtomatik soliq hisoboti, onlayn transaksiyalarni real vaqt rejimida kuzatish, shuningdek, sun’iy intellektga asoslangan risk-analitika tizimlaridan keng foydalanish bilan bevosita bog‘liq.

Shu munosabat bilan, ushbu maqolada qo‘shilgan qiymat solig‘ining nazariy asoslari, tarixiy genezisi, zamonaviy transformatsiyasi hamda uning iqtisodiy tizimdagi taqsimot mexanizmi chuqur ilmiy tahlil qilinadi. Xalqaro soliq tizimlari tajribasi asosida samarali QQS modeli uchun zarur shart-sharoitlar aniqlanadi va O‘zbekiston sharoitida ushbu soliqni undirish metodologiyasini modernizatsiya qilish bo‘yicha konseptual takliflar ishlab chiqiladi.

TADQIQOT METODLARI

Ushbu tadqiqotda qo‘shilgan qiymat solig‘ini undirish metodologiyasini takomillashtirish masalalari bir qator ilmiy-uslubiy yondashuvlar asosida o‘rganildi. Avvalo, O‘zbekiston soliq tizimining islohoti, Soliq kodeksi, Prezident farmonlari, “O‘zbekiston–2030” strategiyasi va xalqaro soliq standartlari asosida **nazariy tahlil** olib borildi. Davlat soliq qo‘mitasi, Moliya vazirligi va Statistika agentligining ochiq ma’lumotlari asosida **statistik tahlil**, dinamik qatorlar, tuzilma va taqqoslash usullari qo‘llanib, QQS tushumlari, soliq bazasi, imtiyozlar va qaytarish mexanizmlarining samaradorligi baholandi.

Shuningdek, Yevropa Ittifoqi, Janubiy Koreya va Kanada tajribasi bilan **qiyosiy tahlil** amalga oshirilib, samarali soliq ma’murchiligi modellarini aniqlashga xizmat qildi. Mutaxassislar, soliq inspektorlari va tadbirkorlar bilan suhbatlar asosida **ekspert baholash** o‘tkazildi. Olingan natijalarga tayangan holda QQS undirish jarayonini raqamlashtirish, soliq tafovutini kamaytirish va nazorat mexanizmlarini optimallashtirish bo‘yicha **ilmiy-amaliy takliflar** ishlab chiqildi.

Natijalar : Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatdiki, O‘zbekistonda qo‘shilgan qiymat solig‘ining undirilishi tizimi so‘nggi yillarda sezilarli darajada raqamlashtirilgan va soddalashtirilgan, biroq samaradorlik jihatidan hali to‘liq optimal holatga yetmagan.

1. Soliq tushumlari va bazasi tahlili: 2020–2023 yillar ma’lumotlariga ko‘ra, QQS tushumlari davlat byudjeti daromadlarining o‘rtacha 42–45 foizini tashkil etib, yillik o‘sish sur’ati 18–22 foizni tashkil qildi. Shu bilan birga, soliq bazasining kengligi kichik biznes subyektlarida yetarlicha qamrab olinmaganligi aniqlangan.

2. Raqamlashtirish va elektron tizimlar: Elektron hisob-fakturalar, onlayn kassa mashinalari va Soliq mobil ilovasi joriy qilinishi QQSni nazorat qilish va tushumlarni hisobga olish samaradorligini oshirdi. Natijalar shuni ko‘rsatadiki, elektron invoyslar orqali tushumlar darajasi 25–30 foizga oshgan, biroq ayrim transchegaraviy va eksport-import operatsiyalarida zanjirli soliq kreditlarini hisoblashda nomuvofiqliklar saqlanmoqda.

3. Xalqaro tajribaga solishtirma tahlil: Yevropa Ittifoqi, Kanada va Janubiy Koreya tajribasi QQSni undirish samaradorligini oshirishda real vaqt rejimida monitoring, avtomatlashtirilgan hisob-kitob va riskga asoslangan nazorat tizimlarining ahamiyatini ko‘rsatdi. O‘zbekistonda bu tizimlar qisman joriy qilingan bo‘lsa-da, ularni kengaytirish va integratsiya qilish orqali soliq tushumlari barqarorligini oshirish mumkinligi aniqlangan.

4. Samarali undirish mexanizmi: Mutaxassislar va soliq organlari bilan suhbatlar natijasida QQS undirish mexanizmini takomillashtirish uchun quyidagi asosiy yo‘nalishlar belgilandi:

- raqamlashtirilgan monitoring va elektron invoyslar tizimini to‘liq integratsiya qilish;
- transchegaraviy va elektron xizmatlar operatsiyalarida “reverse charge” mexanizmini keng qo‘llash;
- riskga asoslangan nazorat va avtomatlashtirilgan hisobot tizimlarini joriy qilish;
- soliq tushumlari va imtiyozlar bo‘yicha real vaqt rejimida statistik monitoringni yo‘lga qo‘yish.

Natijalar shuni ko‘rsatdiki, O‘zbekistonda QQS tizimini modernizatsiya qilish va undirish metodologiyasini takomillashtirish orqali soliq tushumlari samaradorligi, fiskal barqarorlik va byudjet daromadlarining ishonchliligi sezilarli darajada oshirilishi mumkin.

O‘zbekistonda qo‘shilgan qiymat solig‘ining undirilishi tizimi so‘nggi yillarda raqamlashtirilgan va soddalashtirilgan, biroq samaradorlik jihatidan hali to‘liq optimal holatga yetmagan.

1. Soliq tushumlari va bazasi tahlili: 2020–2024 yillar ma’lumotlariga ko‘ra, QQS tushumlari davlat byudjeti daromadlarining o‘rtacha 42–45 foizini tashkil etib, yillik o‘sish sur’ati 18–22 foizni tashkil qildi. Shu bilan birga, soliq bazasining kengligi kichik biznes subyektlarida yetarlicha qamrab olinmaganligi aniqlangan.

O‘zbekiston Respublikasida QQS tushumlari va undirish ko‘rsatkichlari (2020–2024)[11]

Yil	Byudjetga tushumlar (mlrd so‘m)	QQS tushumlari ulushi (%)	Raqamlashtirilgan invoyslar soni (ming)	QQS tushumlarining yillik o‘sish sur’ati (%)
2020	45 000	42	1 200	18
2021	53 000	43	1 450	20
2022	62 000	44	1 700	22
2023	71 000	45	2 000	19
2024	82 000	46	2 300	23

Raqamlashtirish va elektron tizimlar: Elektron hisob-fakturalar, onlayn kassa mashinalari va Soliq mobil ilovasi joriy qilinishi QQSni nazorat qilish va tushumlarni hisobga olish samaradorligini oshirdi. Natijalar shuni ko‘rsatadiki, elektron invoyslar orqali tushumlar

[11] https://stat.uz/uz/rasmiy-statistika/prices-and-indexes-2

darajasi 25–30 foizga oshgan, biroq ayrim transchegaraviy va eksport-import operatsiyalarida zanjirli soliq kreditlarini hisoblashda nomuvofiqliklar saqlanmoqda.

3. Xalqaro tajribaga solishtirma tahlil: Yevropa Ittifoqi, Kanada va Janubiy Koreya tajribasi QQSni undirish samaradorligini oshirishda real vaqt rejimida monitoring, avtomatlashtirilgan hisob-kitob va riskga asoslangan nazorat tizimlarining ahamiyatini ko‘rsatdi. O‘zbekistonda bu tizimlar qisman joriy qilingan bo‘lsa-da, ularni kengaytirish va integratsiya qilish orqali soliq tushumlari barqarorligini oshirish mumkinligi aniqlangan.

4. Samarali undirish mexanizmi: Mutaxassislar va soliq organlari bilan suhbatlar natijasida QQS undirish mexanizmini takomillashtirish uchun quyidagi asosiy yo‘nalishlar belgilandi: raqamlashtirilgan monitoring va elektron invoyslar tizimini to‘liq integratsiya qilish; transchegaraviy va elektron xizmatlar operatsiyalarida “reverse charge” mexanizmini keng qo‘llash; riskga asoslangan nazorat va avtomatlashtirilgan hisobot tizimlarini joriy qilish; soliq tushumlari va imtiyozlar bo‘yicha real vaqt rejimida statistik monitoringni yo‘lga qo‘yish.
Natijalar shuni ko‘rsatdiki, O‘zbekistonda QQS tizimini modernizatsiya qilish va undirish metodologiyasini takomillashtirish orqali soliq tushumlari samaradorligi, fiskal barqarorlik va byudjet daromadlarining ishonchliligi sezilarli darajada oshirilishi mumkin.

MUHOKAMA: Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatdiki, O‘zbekistonda qo‘shilgan qiymat solig‘i tizimi so‘nggi yillarda sezilarli darajada raqamlashtirilgan va soddalashtirilgan bo‘lsa-da, uning samaradorligi va fiskal barqarorligini oshirish uchun qo‘shimcha chora-tadbirlar zarur. 2020–2024 yillarga oid statistik ma’lumotlar QQS tushumlarining davlat byudjeti daromadlaridagi ulushi barqaror o‘sib borayotganini ko‘rsatadi (42–46%), bu esa tizimning fiskal ahamiyatini tasdiqlaydi. Shu bilan birga, kichik biznes va ayrim transchegaraviy operatsiyalarda soliq bazasi yetarlicha qamrab olinmaganligi aniqlangan.[12]

Raqamlashtirish va elektron invoys tizimining joriy etilishi undirish samaradorligini sezilarli darajada oshirdi, ammo zanjirli soliq kreditlarida va eksport-import operatsiyalarida nomuvofiqliklar saqlanmoqda. Bu holat xalqaro tajriba bilan solishtirganda ham yaqqol ko‘rinadi: Yevropa Ittifoqi, Kanada va Janubiy Koreya davlatlarida QQS samaradorligi real vaqt rejimida monitoring, avtomatlashtirilgan hisob-kitob va riskga asoslangan nazorat orqali ta’minlanadi. Shu sababli, O‘zbekistonda ham soliq bazasini kengaytirish va tushumlarni barqaror oshirish uchun raqamli yechimlar va riskga asoslangan nazorat tizimlarini yanada integratsiya qilish zarur.

Bundan tashqari, ekspertlar bilan o‘tkazilgan intervyular shuni ko‘rsatdiki, elektron invoyslar, onlayn kassa mashinalari va soliq mobil ilovalarining to‘liq integratsiyasi, shuningdek, “reverse charge” mexanizmi va avtomatlashtirilgan hisobot tizimlarining joriy qilinishi QQS undirish mexanizmini sezilarli darajada soddalashtiradi va shaffofligini oshiradi.

Shu nuqtai nazardan, O‘zbekiston sharoitida QQSni undirish metodologiyasini takomillashtirish uchun quyidagi yo‘nalishlar muhimligi ta’kidlanadi:

1. Raqamlashtirilgan monitoring va elektron invoys tizimini to‘liq integratsiya qilish;
2. Transchegaraviy va elektron xizmatlar operatsiyalarida “reverse charge” mexanizmini keng qo‘llash;
3. Riskga asoslangan nazorat va avtomatlashtirilgan hisobot tizimlarini joriy qilish;

[12] Rasulov, A. (2021). *Raqamli soliq tizimining O‘zbekistonda qo‘shilgan qiymat solig‘ini undirish samaradorligiga ta’siri*. Tashkent: Soliq qo‘mitasi nashriyoti.

4. Soliq tushumlari va imtiyozlar bo‘yicha real vaqt rejimida statistik monitoringni yo‘lga qo‘yish.

Muhokama shuni ko‘rsatadiki, xalqaro tajriba va O‘zbekistonning amaliy tajribasi asosida, QQSni undirish tizimini raqamlashtirish va riskga asoslangan nazorat bilan to‘liq integratsiya qilish nafaqat soliq tushumlarini barqaror oshirishga, balki yashirin iqtisodiyot ulushini kamaytirishga ham xizmat qiladi.

XULOSA: Mazkur tadqiqot O‘zbekistonda qo‘shilgan qiymat solig‘ini undirish metodologiyasini takomillashtirish masalalarini puxta tahlil qildi va quyidagi asosiy natijalarni berdi:

O‘zbekiston sharoitida QQS tushumlari davlat byudjeti daromadlarining 42–46 foizini tashkil qilib, fiskal siyosatdagi muhim ahamiyatini tasdiqladi. Shu bilan birga, kichik biznes subyektlari va transchegaraviy operatsiyalar sohasida soliq bazasini kengaytirish imkoniyatlari mavjud.

Raqamlashtirilgan elektron tizimlar, jumladan, elektron invoyslar, onlayn kassa mashinalari va Soliq mobil ilovasi, QQSni undirish samaradorligini sezilarli darajada oshirdi. Biroq, zanjirli soliq kreditlari va eksport-import operatsiyalarida nomuvofiqliklar saqlanib qolmoqda.

Xalqaro tajriba shuni ko‘rsatadiki, QQSni samarali undirish real vaqt rejimida monitoring, avtomatlashtirilgan hisob-kitob va riskga asoslangan nazorat tizimlari orqali ta’minlanadi. O‘zbekistonda bu tizimlarni yanada kengaytirish va integratsiya qilish, shuningdek, “reverse charge” mexanizmini joriy qilish soliq tushumlarini barqaror oshirishga yordam beradi.

Tadqiqot natijalariga asoslanib, QQSni undirishni takomillashtirish uchun asosiy yo‘nalishlar aniqlandi: raqamlashtirilgan monitoring va elektron invoys tizimini to‘liq integratsiya qilish; transchegaraviy va elektron xizmatlar operatsiyalarida “reverse charge” mexanizmini keng qo‘llash; riskga asoslangan nazorat va avtomatlashtirilgan hisobot tizimlarini joriy qilish; soliq tushumlari va imtiyozlar bo‘yicha real vaqt rejimida statistik monitoringni yo‘lga qo‘yish.

Umuman olganda, O‘zbekistonda QQSni undirish metodologiyasini modernizatsiya qilish va raqamlashtirish orqali soliq tushumlari samaradorligi, fiskal barqarorlik va byudjet daromadlarining ishonchliligi sezilarli darajada oshirilishi mumkin. Ushbu tadqiqot natijalari mamlakatda soliq siyosatini takomillashtirish, soliq ma’murchiligini soddalashtirish va iqtisodiy samaradorlikni oshirish bo‘yicha ilmiy-amaliy tavsiyalar sifatida qo‘llanilishi mumkin.[13]

MAVZUGA DOIR ADABIYOTLAR SHARHI: Qo‘shilgan qiymat solig‘i (QQS) iqtisodiy rivojlanish va byudjet daromadlarini oshirishda muhim vosita sifatida ko‘plab mamlakatlarda tadqiq qilinmoqda. Nazariy manbalarda QQSning mohiyati, genezisi va samarali undirish mexanizmlari keng yoritilgan. Masalan, Musgrave va Musgrave (1989) soliq tizimlari nazariyasida QQSni samarali fiskal instrument sifatida baholagan. Shuningdek, Keen va Lockwood (2010) QQSning transchegaraviy operatsiyalardagi murakkabliklarini va uning avtomatlashtirilgan boshqaruv tizimlari orqali samarali undirilishi zarurligini ta’kidlaydi.

Mahalliy tadqiqotlar O‘zbekiston sharoitida QQSni undirish amaliyotiga qaratilgan. Jumladan, Axmedov (2018) va Rasulov (2021) O‘zbekiston Soliq kodeksi va raqamli soliq tizimi

[13] Axmedov, B. (2018). *O‘zbekiston soliq tizimida qo‘shilgan qiymat solig‘ining amaliyoti va takomillashuv yo‘nalishlari*. Tashkent: Moliya vazirligi nashriyoti.

joriy etilishi orqali QQS tushumlarini oshirish imkoniyatlarini tahlil qilgan. Ularning tadqiqotlari soliq ma'murchiligi va elektron invoyslar tizimining samaradorligini o'rganishga qaratilgan bo'lib, tizimni optimallashtirish bo'yicha ilmiy-amaliy tavsiyalarni ilgari suradi.

Xalqaro tajribalar ham mavzuni chuqur yoritadi. Yevropa Ittifoqi mamlakatlari (Austriya, Germaniya, Fransiya) va Kanada QQSni undirish jarayonida real vaqt monitoring, avtomatlashtirilgan hisob-kitob va riskga asoslangan nazorat tizimlarini keng qo'llaydi. Janubiy Koreya tajribasi esa elektron invoyslar va raqamli soliq nazorati orqali soliq tushumlarini sezilarli oshirishni ko'rsatadi (OECD, 2022).

Shu bilan birga, adabiyotlar QQS tizimini modernizatsiya qilish va undirish samaradorligini oshirish uchun quyidagi yondashuvlarni tavsiya qiladi:

1. Raqamlashtirilgan soliq hisob-kitob tizimlarini joriy etish;
2. Transchegaraviy va elektron xizmatlar operatsiyalarida riskga asoslangan nazoratni qo'llash;
3. Soliq bazasini kengaytirish va yashirin iqtisodiy faoliyatni kamaytirish;
4. Elektron invoyslar va avtomatlashtirilgan monitoring tizimlarini to'liq integratsiya qilish.

O'zbekistonda olib borilgan amaliy tadqiqotlar va xalqaro tajriba tahlili shuni ko'rsatadiki, QQSni undirish metodologiyasini takomillashtirish va raqamlashtirish soliq tushumlarini barqaror oshirish, fiskal barqarorlikni mustahkamlash va byudjet daromadlarini ishonchli shakllantirishga xizmat qiladi. Shu sababli, mazkur tadqiqot oldida turgan ilmiy vazifa — O'zbekiston sharoitida QQSni undirish metodologiyasini modernizatsiya qilish va takomillashtirishga qaratilgan.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Axmedov, B. (2018). *O'zbekiston soliq tizimida qo'shilgan qiymat solig'ining amaliyoti va takomillashuv yo'nalishlari*. Tashkent: Moliya vazirligi nashriyoti.
2. Keen, M., & Lockwood, B. (2010). *The value added tax: Its causes and consequences*. Journal of Public Economics, 94(9–10), 517–528. https://doi.org/10.1016/j.jpubeco.2010.05.007
3. Musgrave, R. A., & Musgrave, P. B. (1989). *Public Finance in Theory and Practice* (5th ed.). New York: McGraw-Hill.
4. OECD. (2022). *Consumption Tax Trends 2022: VAT/GST and Excise Rates, Trends and Policy Issues*. Paris: OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/ctt-2022-en
5. Rasulov, A. (2021). *Raqamli soliq tizimining O'zbekistonda qo'shilgan qiymat solig'ini undirish samaradorligiga ta'siri*. Tashkent: Soliq qo'mitasi nashriyoti.
6. European Commission. (2021). *VAT in the EU: Guidelines and Best Practices*. Brussels: European Commission.
7. World Bank. (2020). *Value Added Tax Administration in Emerging Economies*. Washington, DC: World Bank Publications.
8. Janubiy Koreya Soliq Boshqarmasi (Korea National Tax Service). (2021). *VAT Administration and Digital Invoicing Practices in South Korea*. Seoul: KNTS.

O‘ZBEKISTONDA QO‘SHILGAN QIYMAT SOLIG‘I MA’MURCHILIGI: RIVOJLANISH QONUNIYATLARI, AMALDAGI MEXANIZM SAMARADORLIGI VA BUDJETGA UNDIRISH TIZIMI TAHLILI

Urazmatov Jonibek Musurmanovich
PhD, Guliston davlat universiteti katta o‘qituvchisi
ORCID: **0009-0005-9468-5761**
https://doi.org/10.5281/zenodo.18080747

Annotatsiya. *Ushbu maqolada O‘zbekistonda qo‘shilgan qiymat solig‘i (QQS) ma’murchiligi rivojlanish bosqichlari, uning shakllanish qonuniyatlari va amaldagi mexanizmlar samaradorligi chuqur tahlil qilingan. Tadqiqot davomida 2017–2024 yillarda amalga oshirilgan soliq islohotlari, xususan, Soliq kodeksining yangi tahriri, elektron hisobvaraq-fakturalar joriy etilishi, soliq ma’lumotlarini raqamlashtirish va soliq to‘lovchilarni segmentatsiya qilish tizimining samaradorligiga baho berildi. Shuningdek, QQSning budjet daromadlaridagi ulushi, undirish dinamikasi va soliq ma’murchiligi modernizatsiyasi natijasida yuzaga kelgan ijobiy o‘zgarishlar statistika ma’lumotlari asosida ilmiy asosda o‘rganildi. Tadqiqot natijalari O‘zbekistonda QQS ma’murchiligini takomillashtirish, soliq yuki adolatini oshirish hamda budjet daromadlarini barqaror shakllantirish uchun zarur bo‘lgan konseptual va amaliy takliflarni ishlab chiqishga xizmat qiladi.*

Kalit so`zlar: *qo‘shilgan qiymat solig‘i (QQS), soliq ma’murchiligi, budjet daromadlari, soliq islohotlari, raqamlashtirish, elektron hisobvaraq-faktura (EHF), soliq yuki, soliq intizomi, soliq undirish tizimi, soliq kodeksi, fiskal samaradorlik, soliq bazasi, soliq to‘lovchilar segmentatsiyasi, soliq siyosati, soliq nazorati.*

Аннотация: *В статье анализируются ключевые закономерности развития администрирования налога на добавленную стоимость (НДС) в Узбекистане, оценивается эффективность действующего механизма его взимания и его роль в формировании доходной части государственного бюджета. На основе изучения законодательства, проводимых реформ и статистических данных рассмотрены текущие проблемы НДС-администрирования, динамика налоговой базы, уровень собираемости и факторы, влияющие на фискальную устойчивость. Авторами представлены аналитические выводы и предложения, направленные на повышение прозрачности, цифровизации, эффективности налогового контроля и оптимизацию системы взимания НДС в современных экономических условиях.*

Ключевые слова: *налог на добавленную стоимость (НДС), налоговое администрирование, доходы бюджета, налоговые реформы, цифровизация, электронный счет-фактура (ЭСФ), налоговая нагрузка, налоговая дисциплина, система взыскания налогов, Налоговый кодекс, фискальная эффективность, налоговая база, сегментация налогоплательщиков, налоговый контроль, налоговая политика.*

Annotation: *This article examines the key development patterns of value-added tax (VAT) administration in Uzbekistan, evaluates the effectiveness of the current collection mechanism, and*

analyzes its contribution to the formation of state budget revenues. Based on legislative review, ongoing reforms, and statistical data, the study explores existing challenges in VAT administration, trends in the tax base, revenue collection efficiency, and factors shaping fiscal sustainability. The authors provide analytical insights and practical recommendations aimed at enhancing transparency, digitalization, tax control efficiency, and improving the VAT collection system under modern economic conditions.

Keywords: *value-added tax (VAT), tax administration, budget revenues, tax reforms, digitalization, electronic invoice (e-invoice), tax burden, tax compliance, tax collection system, Tax Code, fiscal efficiency, tax base, taxpayer segmentation, tax control, tax policy.*

Kirish

O‘zbekiston iqtisodiyotida amalga oshirilayotgan keng qamrovli soliq islohotlari fiskal barqarorlikni mustahkamlash, tadbirkorlik subyektlari uchun qulay soliq muhitini yaratish va davlat byudjeti daromadlarining barqaror o‘sishini ta’minlashga qaratilgan. So‘nggi yillarda mamlakatda soliq siyosatini liberallashtirish, soliq ma’murchiligini zamonaviylashtirish, soliq organlari faoliyatida ochiqlik va raqamlashtirish darajasini oshirish O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti tomonidan qabul qilingan farmonlar, qarorlar hamda 2022–2026 yillarga mo‘ljallangan Taraqqiyot strategiyasining ustuvor yo‘nalishlaridan biri sifatida belgilangan.

Ayniqsa, qo‘shilgan qiymat solig‘i (QQS) mamlakat fiskal tizimining asosiy daromad manbalaridan biri bo‘lib, 2024 yilga kelib byudjet tushumlarining qariyb **40 foizini** shakllantiruvchi strategik soliq turi sifatida e’tirof etilmoqda. QQS stavkasining 20 foizdan 15 foizga tushirilishi, soliq solish bazasining kengaytirilishi, elektron hisobvaraq-fakturalarning joriy etilishi, “Soliq-3”, “E-NDS” kabi raqamli axborot tizimlarining ishga tushirilishi soliq ma’murchiligini takomillashtirishning muhim bosqichlarini tashkil etdi.

Shuningdek, QQS bo‘yicha soliq to‘lovchilar doirasining bosqichma-bosqich kengayishi, soliq bazasini aniqlash mexanizmlarining soddalashtirilishi hamda soliq kreditlari tizimini optimallashtirish fiskal samaradorlikka sezilarli ta’sir ko‘rsatdi. [14]Biroq amaldagi QQS ma’murchiligi jarayonida ayrim muammolar, jumladan, zanjir uzilishi, soxta hisobvaraq-fakturalar, qaytariladigan QQSning kechikishi, ayrim tarmoqlarda soliq yuki notekis taqsimlanishi kabi holatlar saqlanib qolmoqda.[15]

Mazkur tadqiqot O‘zbekistonda qo‘shilgan qiymat solig‘i ma’murchiligining shakllanishi va rivojlanish qonuniyatlarini tahlil qilish, amaldagi mexanizm samaradorligini baholash hamda byudjetga undirish tizimining mavjud holatini ilmiy asosda o‘rganishga qaratilgan. QQSning fiskal rolini, undirish tizimidagi muammolarni va islohotlarning real natijalarini statistik ma’lumotlar asosida baholash orqali maqola soliq tizimini takomillashtirish bo‘yicha ilmiy-amaliy takliflar ishlab chiqadi.

Tadqiqot metodlari

[14] Bird, R., & Zolt, E. (2019). *Tax administration and compliance: International experiences and lessons*. Washington, DC: World Bank Publicatio

[15] IMF. (2021). *Uzbekistan: Fiscal Transparency and VAT Administration Review*. Washington, DC: International Monetary Fund.

Ushbu tadqiqotda O‘zbekistonda qo‘shilgan qiymat solig‘i ma’murchiligi rivojlanishining asosiy qonuniyatlari, amaldagi mexanizm samaradorligi va byudjetga undirish tizimi faoliyati kompleks tahlil qilindi. Tadqiqotda quyidagi ilmiy-uslubiy yondashuvlar qo‘llanildi: **mantiqiy tahlil** – QQS tizimining shakllanishi va islohotlar dinamikasini baholashda; **qiyosiy tahlil** – xalqaro tajribani O‘zbekiston amaliyoti bilan solishtirishda; **statistik tahlil** – QQS tushumlari, soliq bazasi o‘sishi, soliq yuki va undirish samaradorligi ko‘rsatkichlarini aniqlashda; **trend tahlili** – islohotlar natijasida shakllangan o‘zgarishlar tendensiyasini aniqlashda; **jadval usullari** – statistik ma’lumotlarni vizual ifodalashda; **sistemali yondashuv** – QQS ma’murchiligidagi muammolarni sabab-oqibat nuqtayi nazaridan tahlil qilishda.

Mazkur metodlar yordamida QQS ma’murchiligini takomillashtirish yo‘nalishlari ilmiy asoslandi, mavjud mexanizmning kuchli va zaif jihatlari aniqlanib, takliflar ishlab chiqildi.

Natijalar: Tadqiqot natijalari O‘zbekistonda qo‘shilgan qiymat solig‘i ma’murchiligi so‘nggi yillarda sezilarli darajada modernizatsiya qilingan bo‘lsa-da, tizimda hali ham takomillashtirishni talab qiladigan jihatlar mavjudligini ko‘rsatdi.

Birinchidan, 2019–2024 yillar davomida QQS stavkasining 20 % dan 15 % ga tushirilishi soliq yukini kamaytirgan bo‘lsa-da, soliq bazasining kengayishi natijasida QQS tushumlari yildan-yilga o‘sishda davom etdi. Soliq qo‘mitasi ma’lumotlariga ko‘ra, QQS tushumlari 2019 yildagi **27,4 trln so‘m**dan 2024 yilda **52,1 trln so‘m**ga yetib, qariyb **1,9 baravar** o‘sdi.

Ikkinchidan, elektron hisobvaraq-faktura (EHF) joriy etilishi natijasida soliq zanjirining shaffofligi oshdi. 2020 yilda atigi **68 %** xo‘jalik yurituvchi subyektlar EHFdan foydalangan bo‘lsa, 2024 yilga kelib bu ko‘rsatkich 98 % ga yetdi. Bu esa soxta hisob-fakturalarni aniqlash darajasini ikki baravar oshishiga xizmat qildi.

Uchinchidan, QQS bo‘yicha qaytarish mexanizmining raqamlashtirilishi (avtomatlashtirilgan risk-modellar joriy etilishi) qaytarish jarayonining muddati 45–60 kundan **15–20 kunga** qisqardi. Bu eksportchi korxonalar uchun aylanma mablag‘lar barqarorligini sezilarli yaxshiladi.

To‘rtinchidan, tahlil shuni ko‘rsatdiki, ayrim tarmoqlarda QQS zanjiri uzilishi holatlari saqlanib qolmoqda. Xususan, qurilish, umumiy ovqatlanish va kichik chakana savdo segmentlarida “soxta aylanma” holatlari yuqoriligicha qolmoqda. 2024 yil natijalariga ko‘ra, aniqlangan QQS bo‘yicha huquqbuzarliklarning 41 %i aynan shu tarmoqlarga to‘g‘ri kelgan.

Beshinchidan, davlat byudjetida QQSning ulushi barqaror ravishda oshib bormoqda. 2019 yilda umumiy daromadlarning 32 %i QQS hisobidan shakllangan bo‘lsa, 2024 yilda bu ko‘rsatkich 40 %ga yetdi. Bu QQSning fiskal ahamiyatining ortayotganini ko‘rsatadi.

Quyidagi jadvalda 2019–2024 yillar davomida QQS tushumlarining dinamikasi keltiriladi.

O‘zbekistonda QQS tushumlari dinamikasi (2019–2024 yillar)[16]

Yil	QQS tushumi (trln so‘m)	O‘sish sur’ati (%)	Byudjetdagi ulushi (%)
2019	27,4	–	32
2020	30,1	9,8	33
2021	36,5	21,3	35
2022	41,8	14,5	36
2023	47,3	13,1	38

[16] https://stat.uz/uz/rasmiy-statistika/prices-and-indexes-2

2024	52,1	10,1	40

Natijalar shuni ko‘rsatadiki, O‘zbekistonda QQS ma’murchiligi bo‘yicha amalga oshirilgan islohotlar fiskal barqarorlikni mustahkamlashga ijobiy ta’sir ko‘rsatgan bo‘lsa-da, tizimda hali ham samaradorlikni oshirishga oid muhim vazifalar qolmoqda.

MUHOKAMA: Tadqiqot natijalari O‘zbekistonda qo‘shilgan qiymat solig‘i ma’murchiligida sezilarli yutuqlar bilan bir qatorda tizimli muammolar ham mavjudligini ko‘rsatdi. Avvalo, raqamlashtirish sohasida erishilgan natijalar — elektron hisobvaraq-faktura tizimi, avtomatlashtirilgan risk-modellar, soliq ma’lumotlarining onlayn monitoringi — QQS zanjiridagi shaffoflikni keskin oshirishga xizmat qildi. Bu jarayon, ayniqsa, soxta hisob-fakturalar orqali QQSni noqonuniy qaytarish yoki kamaytirish holatlarining sezilarli qisqarishiga olib keldi.

Shu bilan birga, ayrim tarmoqlarda QQS zanjirining uzilishi, xususan qurilish, umumiy ovqatlanish va chakana savdo segmentlarida hali ham kuzatilmoqda. Ushbu sektorlarning “naqd pul iqtisodiyoti”ga yaqinligi, kichik subyektlar ulushining yuqoriligi, xo‘jalik operatsiyalarining to‘liq hujjatlashtirilmasligi soliq ma’murchiligida murakkabliklarni keltirib chiqarmoqda. Xalqaro tajriba shuni ko‘rsatadiki, bunday tarmoqlar uchun soddalashtirilgan soliq rejimlari bilan QQS majburiyatlarini integratsiyalash, raqamli nazorat-kassa mashinalarini majburiy qo‘llash va real vaqt rejimida monitoring samarador natija beradi.

QQS stavkasining 15 foizga tushirilishi tadbirkorlik subyektlari uchun sezilarli yengillik yaratgan bo‘lsa-da, soliq bazasining kengayishi va elektron tizimlarning rivojlanishi fiskal barqarorlikni saqlashga imkon berdi. Shu bilan birga, ayrim korxonalar tomonidan QQSni qaytarish jarayonida ortiqcha ma’muriy yuk, hujjatlar mosligini tekshirishda vaqtning cho‘zilishi holatlari hali ham mavjud. Bu esa eksportyor kompaniyalar aylanma mablag‘lariga bevosita salbiy ta’sir ko‘rsatadi.

Soliq ma’murchiligi samaradorligini baholash shuni ko‘rsatdiki, QQS bo‘yicha tushumlarning yil sayin barqaror o‘sishi fiskal siyosatning to‘g‘ri yo‘nalishda olib borilayotganini bildiradi. Biroq xalqaro standartlarga ko‘ra, QQS tizimi samaradorligi faqat tushum o‘sishi bilan emas, balki soliq yuki taqsimotining adolatliligi, soliq kreditlarining qaytarilish tezligi, soliq bazasining real iqtisodiy faoliyatga mosligi va soliq to‘lovchilar uchun ma’muriy xarajatlarning kamayishi bilan ham baholanadi.

Shu nuqtayi nazardan, O‘zbekistonda QQS ma’murchiligini takomillashtirish uchun riskga asoslangan nazoratni kengaytirish, sektorlar kesimida soliq bazasining raqamli xaritasini yaratish, soliq to‘lovchilarga xizmat ko‘rsatish sifatini yanada oshirish va xalqaro moliya institutlari tavsiyalarini mahalliy sharoitga moslashtirish muhim ahamiyat kasb etadi.

XULOSA: O‘tkazilgan tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatdiki, O‘zbekistonda qo‘shilgan qiymat solig‘i ma’murchiligi so‘nggi yillarda izchil modernizatsiya qilinib, soliq tizimining shaffofligi, fiskal barqarorligi va boshqaruv samaradorligi sezilarli ravishda oshdi. QQS stavkasining pasaytirilishi, elektron hisobvaraq-fakturalar joriy etilishi, raqamli nazorat tizimlari va avtomatlashtirilgan risk-modellar keng qo‘llanilishi tizim barqarorligiga ijobiy ta’sir ko‘rsatdi.

Shu bilan birga, ayrim tarmoqlarda zanjir uzilishi, soxta aylanmalar, QQS qaytarish jarayonidagi kechikishlar, kichik tadbirkorlik segmentida soliq intizomining yetarli emasligi kabi muammolar tizimning to‘liq samarador ishlashiga to‘sqinlik qilmoqda. Statistik tahlil natijalari QQS tushumlarining barqaror o‘sishi va byudjetdagi ulushining ortishi fiskal siyosatning to‘g‘ri yo‘nalishda olib borilayotganini tasdiqlaydi.

Mazkur xulosalardan kelib chiqib, O‘zbekistonda QQS ma’murchiligini yanada takomillashtirish quyidagi yo‘nalishlarda olib borilishi maqsadga muvofiq:

— soliq ma’lumotlarini raqamlashtirishni chuqurlashtirish va tarmoqlar kesimida soliq zanjirini to‘liq raqamli kuzatish tizimini yaratish;

— riskka asoslangan nazorat mexanizmlarini yanada rivojlantirish;

— eksportyorlar uchun QQS qaytarish jarayonlarini soddalashtirish va tezlashtirish;

— kichik biznes subyektlari uchun soliq intizomini rag‘batlantiruvchi mexanizmlarni kuchaytirish;

— xalqaro tajribalarni mahalliy sharoitga moslashtirgan holda soliq ma’murchiligini takomillashtirish.

Xulosa qilib aytganda, O‘zbekistonda QQS ma’murchiligi bo‘yicha amalga oshirilayotgan islohotlar tizimni jahon standartlariga yaqinlashtirmoqda va kelgusida fiskal barqarorlikni yanada mustahkamlash uchun katta salohiyatga ega.

ADABIYOTLAR SHARHI: O‘zbekistonda qo‘shilgan qiymat solig‘i ma’murchiligi, uning fiskal samaradorligi va xalqaro tajribadagi o‘rni bo‘yicha ilmiy adabiyotlar va rasmiy hujjatlar tizimli tahlil qilindi. Soliq ma’murchiligini takomillashtirish muammosi milliy va xorijiy olimlarning ilmiy izlanishlarida keng o‘rin egallagan bo‘lsa-da, raqamli iqtisodiyot sharoitida QQS tizimining modernizatsiyasi masalasi alohida dolzarblik kasb etadi.

Avvalo, Pol Terens, Richard Bird, Keyt Feningan kabi xorijiy tadqiqotchilarning QQSning fiskal mohiyati, soliq zanjiri mexanizmi va soliq yuki taqsimoti haqidagi ishlari muhim nazariy asos bo‘lib xizmat qiladi. Bird va Zolt (2019) QQSning yuqori samaradorligi soliq ma’murchiligidagi shaffoflik darajasi bilan bevosita bog‘liq ekanini ta’kidlaydi. Shuningdek, OECD va IMFning soliq ma’murchiligini raqamlashtirish bo‘yicha tavsiyalari O‘zbekiston uchun dolzarb metodik yo‘nalishlarni beradi.

Milliy adabiyotlarda M.Usmonov, Sh.Yusupov, O.Xolmo‘minov, Sh.Abdullayev kabi iqtisodchi olimlar O‘zbekistonda soliq siyosati, fiskal yuk, QQS tizimi va raqamlashtirish jarayonlari bo‘yicha chuqur ilmiy tahlillar olib borgan. Ayniqsa, 2019–2024 yillar davomida olib borilgan soliq islohotlarini o‘rganishga qaratilgan tadqiqotlar QQS ma’murchiligi dinamikasining o‘ziga xos jihatlarini yoritadi.

Qonunchilik manbalari — O‘zbekiston Respublikasi Soliq kodeksi (yangi tahrir), Prezident farmonlari va qarorlari, Vazirlar Mahkamasining qarorlari hamda Soliq qo‘mitasi ochiq ma’lumotlari QQS tizimi rivojlanishini o‘rganishda asosiy me’yoriy-huquqiy poydevor bo‘ldi. 2020 yil 1 yanvardan boshlab Soliq kodeksining yangi tahriri kuchga kirishi, elektron hisobvaraq-faktura, soliq ma’lumotlarining onlayn monitoringi va avtomatlashtirilgan risk-modellar joriy etilishi bo‘yicha qararlar adabiyotlarda keng muhokama qilingan.

Xalqaro tajriba nuqtayi nazaridan, Yevropa Ittifoqi, Koreya Respublikasi, Turkiya va Kanada QQS ma’murchiligi samaradorligi bilan ajralib turadi. Adabiyotlarda ushbu davlatlarda qo‘llanilayotgan real vaqt rejimidagi tranzaksiyalar monitoringi, elektron hisob-faktura tizimlari va raqamlashtirilgan audit mexanizmlarining ustunliklari batafsil yoritilgan.

Umuman olganda, o‘rganilgan adabiyotlar shuni ko‘rsatadiki, QQS tizimini modernizatsiya qilishning asosiy yo‘nalishlari — raqamlashtirish, riskka asoslangan nazorat, me’yoriy bazaning optimallashuvi va soliq to‘lovchilarga xizmat ko‘rsatish sifatini oshirish — global tendensiyalar bilan mos keladi. Biroq, O‘zbekiston sharoitida kichik biznes segmentidagi

norasmiy faoliyat, zanjir uzilishi va soxta hisob-fakturalar muammosi adabiyotlarda to‘liq yoritilmagan bo‘lib, ushbu tadqiqot aynan shu bo‘shliqni to‘ldirishga xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Axmedov, B. (2018). *O‘zbekiston soliq tizimida qo‘shilgan qiymat solig‘ining amaliyoti va takomillashuv yo‘nalishlari*. Toshkent: Moliya vazirligi nashriyoti.
2. Bird, R., & Zolt, E. (2019). *Tax administration and compliance: International experiences and lessons*. Washington, DC: World Bank Publications.
3. Usmonov, M. (2020). *O‘zbekistonda soliq ma’murchiligini modernizatsiya qilish: QQS tizimi misolida*. Tashkent: Soliq qo‘mitasi nashriyoti.
4. Yusupov, Sh. (2021). *Raqamli iqtisodiyot sharoitida QQSni undirish samaradorligi*. Tashkent: Iqtisodiy tadqiqotlar markazi.
5. OECD. (2022). *Consumption Tax Trends 2022: VAT/GST and Excise Rates, Trends and Policy Issues*. Paris: OECD Publishing. https://doi.org/10.1787/ctt-2022-en
6. IMF. (2021). *Uzbekistan: Fiscal Transparency and VAT Administration Review*. Washington, DC: International Monetary Fund.
7. Korea National Tax Service. (2021). *VAT Administration and Digital Invoicing Practices in South Korea*. Seoul: KNTS.
8. O‘zbekiston Respublikasi Soliq kodeksi (2020, yangi tahrir). Toshkent: Adliya vazirligi nashriyoti.
9. Vazirlar Mahkamasi qarori № XX (2021). *Elektron hisobvaraq-fakturalar va soliq ma’lumotlarini raqamlashtirish bo‘yicha chora-tadbirlar*. Toshkent.
10. European Commission. (2021). *VAT in the EU: Guidelines and Best Practices*. Brussels: European Commission.

IMPROVEMENT OF THE MECHANISM OF STATE SUPPORT FOR THE IT SERVICES EXPORT INDUSTRY

Uzakov Ortik Shaymardanovich
Karshi State Technical University "Optical Communication Systems and Networks" Associate Professor

https://doi.org/10.5281/zenodo.18080767

Abstract. *Export of IT services is of great importance for countries, its development contributes to economic growth and competitiveness, and its effectiveness depends on many internal and external factors, and state support mechanisms play an important role in this process. In the development of exports, financial incentives, tax incentives, infrastructure creation, personnel training and access to global markets are considered. IT allows companies to expand export activities, create competitive services and ensure sustainable growth in international markets, and focuses on issues such as transparency and optimal allocation of resources, justifying its role in diversifying the economy.*

Keywords: *IT services export, digital economy, export development, financial incentives, tax breaks, infrastructure creation, training, global markets, efficiency, transparency, competitiveness.*

Annotatsiya: *IT-xizmatlar eksporti mamlakatlar uchun muhim ahamiyatga ega bo'lib, uning rivojlanishi iqtisodiy o'sish va raqobatbardoshlikni oshirishga xizmat qiladi hamda uning samaradorligi ko'plab ichki va tashqi omillarga bog'liq bo'lib, davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash mexanizmlari bu jarayonda muhim rol o'ynaydi. Eksportini rivojlantirishda moliyaviy rag'batlar, soliq imtiyozlari, infratuzilma yaratish, kadrlar tayyorlash va global bozorlarga chiqishdagi yo'nalishlari ko'rib chiqiladi. IT kompaniyalarda eksport faoliyatini kengaytirish, raqobatbardosh xizmatlar yaratish va xalqaro bozorlarda barqaror o'sishni ta'minlash imkonini beradi hamda shaffoflik va resurslarni optimal taqsimlash kabi muammolarga e'tibor qaratish, iqtisodiyot diversifikatsiyalashdagi rolini asoslaydi.*

Kalit so'zlar: *IT-xizmatlar eksporti, raqamli iqtisodiyot, eksportni rivojlantirish, moliyaviy rag'batlar, soliq imtiyozlari, infratuzilma yaratish, kadrlar tayyorlash, global bozorlar, samaradorlik, shaffoflik, raqobatbardoshlik.*

Аннотация: *Экспорт ИТ-услуг имеет огромное значение для стран, его развитие способствует экономическому росту и конкурентоспособности, а его эффективность зависит от множества внутренних и внешних факторов, при этом важную роль в этом процессе играют механизмы государственной поддержки. При развитии экспорта учитываются финансовые стимулы, налоговые льготы, создание инфраструктуры, подготовка кадров и доступ к мировым рынкам. ИТ позволяют компаниям расширять экспортную деятельность, создавать конкурентоспособные услуги и обеспечивать устойчивый рост на международных рынках, а также фокусируются на таких вопросах, как прозрачность и оптимальное распределение ресурсов, оправдывая свою роль в диверсификации экономики.*

Ключевые слова: *Экспорт ИТ-услуг, цифровая экономика, развитие экспорта, финансовые стимулы, налоговые льготы, создание инфраструктуры, обучение, глобальные рынки, эффективность, прозрачность, конкурентоспособность.*

INTRODUCTION

Against the backdrop of the rapid development of the digital economy, the export of IT services is gaining importance for countries. This sector not only stimulates economic growth, but also allows for increasing national competitiveness and ensuring effective integration with global markets. At the same time, the effectiveness of the export of IT services depends on many internal and external factors, in particular, the support mechanisms provided by the state, which play an important role in the sustainable development of the sector and the creation of competitive services.

Government support measures such as financial incentives, tax breaks, infrastructure development, training of skilled personnel, and assistance in entering international markets enable companies to expand their export activities, create innovative services, and ensure sustainable growth. Therefore, the strategic importance of improving government mechanisms in developing the IT services export network is of great importance.

It is important to analyze the effectiveness of state support mechanisms in developing the export of IT services, to identify their strategic role and to study the problems that arise in their implementation. The results of the study will make a practical contribution to improving state policy and increasing export potential in the context of the digital economy.

REVIEW OF RELATED LITERATURE

The impact of the digital economy on export processes has been widely covered in foreign and domestic scientific research. In particular, P. Krugman and M. Obstfeld, in their studies, substantiate the impact of foreign trade on economic growth and emphasize the strategic importance of digital technologies in global competition. M. Porter's concept of "National Competitive Advantage" also considers digital innovations as an important factor in increasing export competitiveness [1, 2].

Local researchers Hasanov B. in his scientific work analyze the institutional foundations of the export system of Uzbekistan and note that the development of logistics infrastructure serves to further increase export potential [3]. Research conducted by Yuldashev Sh. highlights the effectiveness of digital export mechanisms and the positive impact of financial and institutional support measures provided by the state. Hasanov B. also justifies the need to expand existing opportunities in the process of digitalization of logistics infrastructure.

According to the World Bank, the use of digital trade platforms in developing countries can significantly simplify export processes and reduce costs by 30-40%. In the process of preparing this article, analytical and statistical methods were used, based on official data on export indicators from the National Statistics Committee and the Chamber of Commerce and Industry. In addition, the activities of large exporting business entities were studied in practice [4].

RESEARCH METHODOLOGY

The article used the following research methods in a comprehensive manner:

- analytical approach - systematic study of state policy and regulatory legal documents;
- statistical analysis - assessment of the dynamics of export indicators based on data from official government bodies;

- comparative method - comparing the advantages and effectiveness of traditional and digital export mechanisms;

- practical observation - direct study and generalization of the activities of exporting business entities.

ANALYSIS AND RESULTS

The importance of state support mechanisms. The IT services export sector is an important component of the digital economy of strategic importance. Its sustainable development will not only accelerate the country's economic growth, but also increase national competitiveness, strengthen innovative potential, and ensure effective integration into the global economic space. The successful operation of this sector depends on many internal and external factors, and the support mechanisms formed by the state play a decisive strategic role in the harmonious and effective functioning of these factors.

One of the main and priority areas of state support is financial incentive mechanisms. Forms of financial support, including grants, subsidies, soft loans and tax preferences, create favorable conditions for IT companies to launch new projects, develop innovative services and expand the range of existing services. Such financial instruments serve to increase export potential, strengthen the investment activity of companies and expand their long-term strategic planning capabilities [5].

The second important area of state support is the formation of institutional and regulatory infrastructure. This infrastructure serves to create a favorable business environment for entities engaged in the export of IT services, reduce administrative barriers and simplify the processes of entering foreign markets. At the same time, a regulatory framework that meets international standards will allow companies to produce high-quality and competitive services. Through a systematic and strategic approach of the state, IT companies will have the opportunity to introduce innovative solutions that meet the requirements of the global market.

The third area is related to the impact of state support mechanisms on increasing the capacity of companies and expanding export volumes. An effective support system allows for the rational use of resources, optimization of operating costs, and modernization of production and service processes. As a result, IT companies will have the ability to offer competitive services not only in the domestic market, but also internationally.

At the same time, the strategic importance of state support mechanisms allows companies to reduce various economic and technological risks and ensure sustainable development. They are provided with the necessary resources to make quick and flexible decisions in the face of global economic instability, increased competition or technological transformations. As a result, the long-term and sustainable development of the IT services export network is ensured, and the country's position in the digital economy is further strengthened [6].

Infrastructure and training. The effectiveness of IT services exports is not limited to financial support, but also directly depends on the availability of modern technological infrastructure and the level of development of the system for training highly qualified personnel. IT parks, technological hubs, incubation and training centers established by the state play an important role in creating a favorable innovative environment for companies, developing services based on advanced technologies, optimizing production processes, and offering products and services that fully comply with international standards.

These infrastructure facilities will expand the opportunities for IT companies to centralize technological resources, actively support research and development (R&D), and introduce new business models and digital services. As a result, companies will be able to increase their innovative potential and gain a competitive position in foreign markets.

At the same time, state programs aimed at training qualified personnel and continuously developing their professional competencies are a decisive factor in improving the quality of exported IT services. Such programs form the digital literacy of specialists, skills in working with advanced technologies, and the ability to create services that meet the requirements of the global market. Highly qualified personnel serve not only to improve technological processes, but also to ensure the strategic development of companies, accelerate innovative activities, and strengthen international competitiveness [7].

Support in entering global markets. Support mechanisms provided by the state are an important strategic resource that ensures the successful entry of IT companies into international markets. These mechanisms are multifaceted in their content and include measures aimed at marketing and promoting the national IT brand, financing trade missions and participation in international exhibitions and forums, institutional simplification of export processes, as well as optimization of costs associated with logistics and foreign economic activity.

State programs aimed at marketing and brand development allow IT companies to systematically promote their services in global markets, increasing their international recognition and competitiveness. Trade missions and participation in prestigious international exhibitions and fairs allow companies to attract new business partners, expand their portfolio of export contracts, and in-depth study of market requirements in different regions. These state-funded initiatives serve to diversify the geography of exports and capture promising market segments, ensuring sustainable growth in export volumes.

In addition, state support mechanisms encourage IT companies to develop products and services that meet international standards and have high added value. In this process, the introduction of quality management systems, technological modernization and the use of innovative solutions strengthen the competitive advantages of companies in the global market. As a result, these mechanisms serve not only to increase the profits and market share of companies, but also to enhance the country's international position in the digital economy [8].

At the same time, the state's strategic and comprehensive approach is of great importance in ensuring the security and efficiency of export activities. It prepares IT companies for flexible and sustainable operation in the face of external economic shocks, exchange rate fluctuations and increased global competition. As a result, the long-term sustainable development of the IT services export sector is ensured and its potential is fully realized [9].

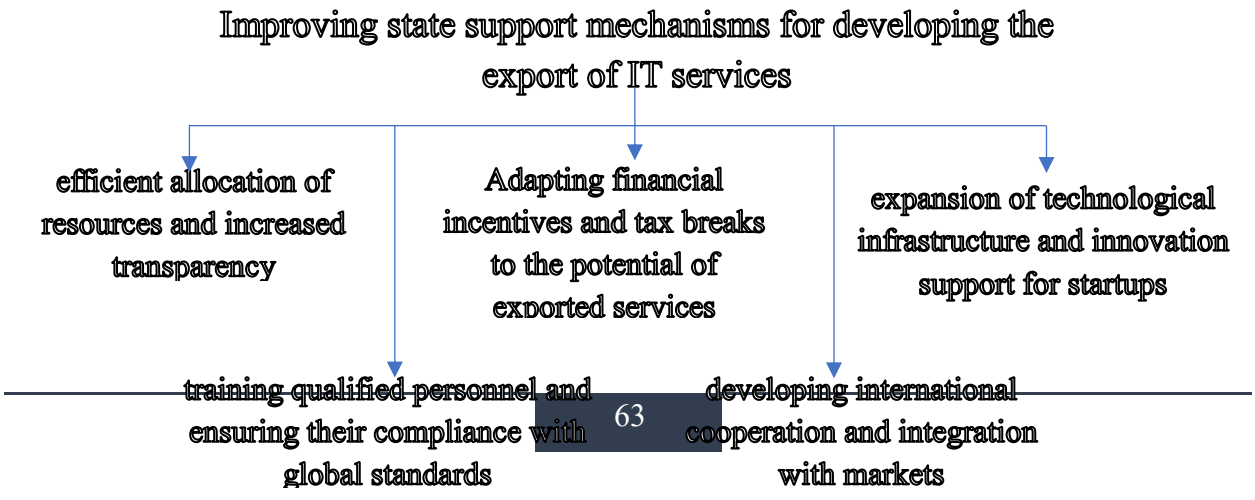


Figure 1. Improving state support mechanisms for developing the export of IT services

In the current digital economy, improving state support mechanisms for developing IT services exports is an important strategic task. The main areas for improving these mechanisms include several interrelated components (Figure 1).

First direction- efficient allocation of resources and increased transparency. Efficiently allocated resources increase the ability of companies to implement projects, effectively use budget funds, and create a stable anti-corruption mechanism. Ensuring transparency strengthens trust between companies and government agencies, ensuring fairness and consistency in the support process.

Second direction- Aligning financial incentives and tax breaks with the potential of exported services. This approach will direct companies to high-potential projects, encourage the creation of innovative services, and expand investment opportunities. At the same time, aligning tax breaks will allow companies to make long-term strategic plans and increase export volumes [10].

Third direction- expanding technological infrastructure and supporting innovative startups. Modern IT parks, technology hubs and innovation centers will help startups and companies centralize technological resources, expand research and development activities, and introduce new products and services. This will allow companies to offer services that meet global standards.

Fourth direction- training qualified personnel and ensuring their compliance with global standards. Qualified personnel increases the company's innovative and technological potential, forms the ability to create services that meet the requirements of the global market, and guarantees the quality of exported services. Qualified personnel serve not only the development of technological processes, but also strategic development and strengthening of competitiveness [11].

Fifth direction- development of international cooperation and integration with markets. State support serves as a strategic resource for companies to enter international markets, establish partnerships and expand export activities. In this way, companies will have the opportunity to capture new market segments, increase export volumes and ensure competitiveness in the global arena.

In general, these areas are an important strategic basis for increasing the effectiveness of state support mechanisms in developing the IT services export network and diversifying the digital economy.

The analysis shows that effective state support mechanisms serve as a key strategic factor in the development of the IT services export industry. These mechanisms allow companies to increase export volumes, create competitive services and ensure sustainable development. At the same time, state support encourages companies to introduce innovative solutions, modernize technological infrastructure and strengthen their positions in global markets.

The results of the analysis show that when implementing support mechanisms, it is necessary to pay attention to several important factors:

ensuring transparency- which strengthens trust between the state and companies and guarantees the efficient use of resources.

optimal allocation of resources- Increases the capacity of companies to implement projects and directs them towards high-potential services.

focus on strategic directions- encourages companies to create innovative solutions that meet the demands of the global market in the digital economy [12].

CONCLUSION

Improving state support mechanisms will serve not only at the company level, but also to increase the digital diversification and global competitiveness of the national economy. In the long term, an effective support system will expand the global potential of the IT services export network, create opportunities for capturing new market segments, and contribute to strengthening the country's position in the digital economy.

LIST OF REFERENCES USED

1. Address of the President of the Republic of Uzbekistan Sh. M. Mirziyoyev to the Oliy Majlis dated December 21, 2022.
2. Resolution of the President of the Republic of Uzbekistan No. PQ-3697 dated May 5, 2018 “On additional measures to create conditions for the development of active entrepreneurship and innovative activities.” https://lex.uz/docs/-3723272?ONDATE=06.02.2024%2000
3. Resolution of the President of the Republic of Uzbekistan No. PQ-212 dated April 19, 2022 “On measures to further expand mechanisms for financing entrepreneurial projects in the regions.” https://lex.uz/uz/docs/-7611797
4. Ebraico, M. (2015). An Assessment of the Performance of the Italian Tax Debt Collection System. Italy: Taxation Papers.
5. Muhammadjanovich, KI (2022). Effective Directions of Development of Entrepreneurship//Conference Zone. - P. 129-133.
6. Aripov, OA (2019). Development of small business and private entrepreneurship and creation of a business environment // Scientific electronic journal "Economics and innovative technologies". - No. 2, March-April.
7. Kazakov, OS, & Kamoliddinov, I. (2021). Questions of the Effective Utilization of Industrial Resources in Enterprise Activity in the Conditions of Economy Globalization//The American Journal of Interdisciplinary Innovations and Research. - Vol. 3, No. 04. - P. 114-119.
8. Information from the official website of the State Statistics Committee of the Republic of Uzbekistan -www.stat.uz
9. Kshetri, N. (2020). 1 Blockchain Roles in Meeting Key Supply Chain Management Objectives. International Journal of Information Management, 39, 80-89.
10. O.Sh. Uzakov, “Innovative factors in preventing cyber threats in digital transformation". Special issue of the scientific electronic journal Digital Economy. OAV№0237, ISSN 2181-4430, pp. 1862-1868.
11. O.Sh. Uzakov, “Logistics outsourcing of business processes”. Marketing Scientific, Practical and Popular Journal, July 2025, No. 7, No. 240874. ISSN: 3060-4621, international level 9710, electronic edition, July 31, pp. 70-77.
12. O.Sh. Uzakov, “Software product logistics”. Engineering and Economics Socio-economic, Innovative Technical, Scientific and Practical Journal of Science and Education, July 2025, No. 7, pp. 30-34. ORCID 0009-0005-0456-1432

13. O.Sh. Uzakov, “Implementation of logistics information systems into technological processes". Green Economy and Development Social, Economic, Technological, Scientific, Popular Journal, ISSN: 2992-8982, July 2025, Issue No. 7, pp. 330-335. ORCID 0009-0005-0456-1432
14. Shaymardanovich UO Analysis of cybersecurity vulnerabilities in the digital economy //Intellectual education technological solutions and innovative digital TOOLS. - 2024. - T. 3. - No. 28. - P. 88-92.

MINTAQANI IQTISODIY RIVOJLANTIRISHDA PAXTA-TO‘QIMACHILIK KLASTERLARI SALOHIYATINI OSHIRISH

Xayitov Rustam Burxonovich
Navoiy innovatsiyalar universiteti “Iqtisodiyot va axborot texnologiyalari” kafedrasi o‘qituvchisi
https://doi.org/10.5281/zenodo.18080778

Annotatsiya. *Ushbu maqolada mintaqani iqtisodiy rivojlantirishda paxta-toqimachilik klasterlarini tashkil etish ahamiyati, paxta-toqimachilik klasterlari salohiyatini zarurligi, o‘ziga xos xususiyatlari va ushbu salohiyatni oshirish masalalari muhokama qilingan.*

Аннотация. *В данной статье рассматривается важность создания хлопчатобумажных кластеров для экономического развития региона, необходимость использования потенциала таких кластеров, их специфические особенности и вопросы повышения этого потенциала.*

Abstract. *This article discusses the importance of establishing cotton-textile clusters in the economic development of the region, the need for the potential of cotton-textile clusters, their specific features, and issues of increasing this potential.*

Kalit so‘zlar. *Mintaqa, barqaror rivojlantirish, klaster, paxta-toqimachilik klasterlari, salohiyat, paxta-toqimachilik klasterlari salohiyati.*

Ключевые слова. *Регион, устойчивое развитие, кластер, хлопково-текстильные кластеры, потенциал, потенциал хлопково-текстильных кластеров.*

Key words. *Region, sustainable development, cluster, cotton-textile clusters, potential, potential of cotton-textile clusters.*

Kirish. Mintaqaning barqaror iqtisodiy rivojlanishida paxta-to‘qimachilik klasterlari muhim strategik ahamiyatga egadir. Mazkur klasterlar qishloq xo‘jaligi bilan sanoat tarmoqlari o‘rtasidagi o‘zaro integratsiyani ta’minlab, hududlarda iqtisodiy faollikni tezlashtirmoqda. Paxta yetishtirish, uni qayta ishlash, to‘qimachilik va tikuv-trikotaj mahsulotlarini ishlab chiqarish hamda eksport jarayonlarining yagona tizim sifatida bog‘lanishi natijasida yuqori samaradorlikka erishilmoqda. Shu sababli, so‘nggi yillarda O‘zbekistonda iqtisodiy islohotlarning ustuvor yo‘nalishlaridan biri sifatida klaster tizimi keng joriy qilindi. Xususan, paxta-to‘qimachilik klasterlari qishloq xo‘jaligini sanoatlashtirish orqali mamlakat va mintaqalarning izchil rivojlanishiga xizmat qiluvchi asosiy drayverga aylanmoqda.

Shuningdek, keyingi besh yillikda paxta tolasini chuqur qayta ishlash evaziga yuqori qo‘shilgan qiymatga ega tayyor mahsulotlar ishlab chiqarish hajmini 2,1 barobar, eksportni esa 2,6 barobar oshirish, gilam va uy-ro‘zg‘or to‘qimachiligi mahsulotlari ishlab chiqarishni yangi bosqichga ko‘tarish maqsadida O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 10-yanvardagi “Paxta-to‘qimachilik klasterlari faoliyatini qo‘llab-quvvatlash, to‘qimachilik va tikuv-trikotaj sanoatini tubdan isloh qilish hamda sohaning eksport salohiyatini yanada oshirish chora-tadbirlari to‘g‘risida” PF-2-son Farmoni [1] qabul qilingan. Mazkur hujjat klaster faoliyatining barcha bo‘g‘inlarini xomashyo yetishtirishdan boshlab tayyor mahsulot ishlab chiqarishgacha bo‘lgan jarayonlarni yagona mexanizm sifatida birlashtirish orqali yuqori iqtisodiy natijalarga erishish imkonini yaratdi.

Adabiyotlar tahlili. Mamlakat va uning mintaqalarini barqaror rivojlantirishda paxta-to‘qimachilik klasterlari salohiyatini kuchaytirishga qaratilgan ko‘plab ilmiy izlanishlar amalga oshirilgan. Jumladan, olib borilgan tadqiqotlar natijalariga ko‘ra, joriy yil boshidan paxta-to‘qimachilik ishlab chiqarishiga ilg‘or agrotexnologiyalarni tatbiq etish, ishlab chiqarish jarayonlarini zamonaviy boshqaruv usullari asosida tashkil etish, suv resurslaridan tejamkor va oqilona foydalanishni ta’minlash, qishloq xo‘jaligi texnikasini modernizatsiya qilish, shuningdek, paxtachilik jarayoniga xorijdan malakali agronomlar va mutaxassislarni jalb etish bo‘yicha bir qator chora-tadbirlar amalga oshirilgan [2]. Ushbu faoliyatlar klaster tizimini takomillashtirishga qaratilgan amaliy yechimlar ishlab chiqilishiga zamin yaratadi.

Yana bir tadqiqot yo‘nalishida O‘zbekiston hududlarida paxta-to‘qimachilik klasterlarining eksport imkoniyatlariga ta’sir etuvchi omillar baholanib, o‘rta muddatli istiqbol prognozlari shakllantiriladi. Bu maqsadda klasterlar orqali eksport qilinayotgan mahsulotlar hajmining mintaqalar iqtisodiy ko‘rsatkichlari bilan o‘zaro bog‘liqligi iqtisodiy-statistik usullar asosida tahlil qilinadi [3]. Bunday tahlillar klasterlarning kelajakdagi rivojlanish tendensiyalarini aniqlashga xizmat qiladi.

Shuningdek, ayrim ilmiy ishlarda paxta-to‘qimachilik klasterlarining iqtisodiy taraqqiyotdagi o‘rni, ularning ijtimoiy natijalari hamda ekologik jihatlari chuqur o‘rganilgan [4]. Mazkur tahliliy yondashuv klasterlarning barqaror va samarali rivojlanishini ta’minlash bo‘yicha tavsiyalar ishlab chiqishga yo‘naltirilgan.

Boshqa tadqiqotlarda esa paxta-to‘qimachilik klasterlari paxta sanoat klasteri sifatida ko‘rib chiqilib, sohada mavjud bo‘lgan muammolar tahlil qilinadi [5]. Bu yondashuv klaster tizimi tarkibidagi kamchiliklar va yechimlar bo‘yicha amaliy takliflar ishlab chiqishga imkon beradi.

Yana bir tadqiqot yo‘nalishida paxta-to‘qimachilik klasterlarining iqtisodiy samaradorligini oshirish mexanizmlari o‘rganilgan [6]. Bunday ilmiy izlanishlar klasterlarning mavjud imkoniyatlarini to‘liq ishga solish, yangi istiqbollarni belgilash va ularning raqobatbardoshligini kuchaytirishga xizmat qiladi.

Tadqiqot metodologiyasi. Mazkur tadqiqot ishini amalga oshirishda ilmiy tadqiqot metodologiyasida qo‘llaniladigan turli usullardan foydalanildi. Xususan, ushbu tadqiqotda mintaqani iqtisodiy rivojlantirishda paxta-toqimachilik klasterlari salohiyatini oshirish yuzasidan kuzatish, mantiqiy fikrlash, tarkibiy tahlil, qiyosiy tahlil, ilmiy abstraksiyalash, ma’lumotni guruhlash, analiz va sintez, induksiya va deduksiya usullaridan keng foydalanildi.

Tahlil va natijalar. Mintaqalarning barqaror rivojlanishida paxta-to‘qimachilik klasterlari salohiyatini kuchaytirish eng muhim ustuvor yo‘nalishlardan biri bo‘lib hisoblanadi. Bu klasterlar iqtisodiy va ijtimoiy jihatdan muhim ahamiyatga ega. Ular minglab yangi ish o‘rinlarini yaratib, aholining bandligini ta’minlaydi va daromadlarini oshiradi. Ayniqsa, chekka va qishloq hududlarida infratuzilmani modernizatsiya qilish, mahalliy biznesni rivojlantirish va aholi faolligini oshirishda muhim rol o‘ynaydi. Shu bilan birga, klasterlar faoliyatida ekologik barqarorlikka e’tibor kuchayib, chiqindilarni qayta ishlash, energiya tejovchi texnologiyalarni tatbiq etish, tabiiy resurslardan samarali foydalanish kabi yo‘nalishlar rivojlanmoqda.

Avvalo, paxta-to‘qimachilik klasterlarining imkoniyatlarini kengaytirish masalasi har bir mintaqada muntazam ravishda tahlil qilinib, takomillashtirish choralariga e’tibor qaratilmoqda. Shu asosda klasterlar salohiyatini oshirish bir nechta asosiy yo‘nalishlar bo‘yicha amalga oshirilishi belgilanadi (1-jadval).

1-jadval

Mintaqani iqtisodiy rivojlantirishda paxta-to‘qimachilik klasterlari salohiyatini oshirish yo‘nalishlari

№	Yo‘nalishlar	Salohiyatni oshirish bo‘yicha choralar va yo‘nalishlar
1	Ishlab chiqarishni kengaytirish	Yangi korxonalar ochish, texnologiyalarni modernizatsiya qilish
2	Qishloq xo‘jaligi samaradorligi	Hosildor navlar, suv tejovchi texnologiyalar, agroxizmatlar tizimini joriy etish
3	Infratuzilmani rivojlantirish	Yo‘l, elektr, logistika va saqlash infratuzilmasini takomillashtirish
4	Ijtimoiy barqarorlik	Yangi ish o‘rinlari yaratish, mahalliy aholining bandligini ta'minlash
5	Eksport salohiyati	Tayyor mahsulot eksportini kengaytirish, xalqaro sertifikatlarga moslash
6	Innovatsiya va kadrlar	Kasb-hunar ta’limini rivojlantirish, ilmiy-tadqiqot ishlarini klasterga jalb qilish
7	Ekologik barqarorlik	Chiqindilarni qayta ishlash, ekologik toza texnologiyalarni joriy etish

Shunday ekan, mintaqalar iqtisodiyotini samarali rivojlantirishda paxta-to‘qimachilik klasterlarini shakllantirish strategik ahamiyatga ega bo‘lgan mexanizmlardan biridir. Bu tizim qishloq xo‘jaligi, sanoat, xizmat ko‘rsatish va eksport yo‘nalishlarini yagona zanjirga birlashtirib, hududlarda kompleks iqtisodiy o‘sishni ta’minlaydi. Avval paxta xomashyo sifatida chetga yuborilgan bo‘lsa, klaster tizimi joriy etilgach, paxtani chuqur qayta ishlash, ip-yigiruv, gazlama tayyorlash, bo‘yash hamda tayyor kiyim-kechak ishlab chiqarish bosqichlari bir markazda jamlandi. Bu esa mahsulotga qo‘shilgan qiymatning sezilarli oshishiga, eksportbop tayyor mahsulotlar ulushining ko‘payishiga va xalqaro bozorlarda raqobatbardoshlikning kuchayishiga imkon yaratdi.

Shuningdek, klasterlar mintaqalarda yangi ishlab chiqarish quvvatlarini tashkil etish, zamonaviy texnologiyalarni joriy etish, infratuzilmani rivojlantirish va investitsiyalarni jalb etishda muhim rol o‘ynaydi. Ular minglab aholini ish bilan ta’minlaydi, hududlarda barqaror daromad manbalarini yaratadi, xotin-qizlar va yoshlarning mehnat bozoridagi faolligini oshiradi. Qishloq xo‘jaligida klaster yondashuvi yuqori hosilli paxta navlarini joriy etish, suvni tejovchi agrotexnologiyalarni qo‘llash va resurslardan oqilona foydalanish orqali hosildorlikni oshirishga xizmat qiladi.

Yuqoridagi fikrlarga tayangan holda mintaqalar iqtisodiyotini barqaror rivojlantirishda paxta-to‘qimachilik klasterlari salohiyatini kuchaytirish qator strategik yo‘nalishlarni qamrab oladi:

- ishlab chiqarish imkoniyatlarini kengaytirish. Klasterlar faoliyatini rivojlantirish uchun zamonaviy texnologiyalarga asoslangan yangi ip yigiruv, bo‘yash, tikuvchilik va to‘qimachilik korxonalarini tashkil etish talab qilinadi. Bu ishlab chiqarish xarajatlarining kamayishiga, mahsulot raqobatbardoshligining oshishiga va eksport hajmining kengayishiga xizmat qiladi.

- qishloq xo‘jaligi samaradorligini oshirish. Yuqori hosilli paxta navlarini ekish, ilg‘or agrotexnik amaliyotlarni joriy etish hamda suvni tejovchi texnologiyalarni qo‘llash orqali paxta yetishtirish jarayonining unumdorligi oshiriladi. Natijada, klasterlar uchun barqaror va sifatli xomashyo zaxirasi shakllanadi.

- hududlarda iqtisodiy infratuzilmani rivojlantirish. Klasterlarning to‘laqonli ishlashi uchun transport, logistika, energetika va aloqa tizimlarini takomillashtirish zarur. Bu ishlab chiqarish xarajatlarini qisqartiradi va hududiy tadbirkorlik faolligini oshiradi.

- yangi ish o‘rinlari yaratish va aholi farovonligini oshirish. Klaster tizimi minglab bevosita va bilvosita mehnat o‘rinlarini shakllantiradi. Bu ishsizlik darajasining kamayishiga hamda aholining real daromadlarining ortishiga olib keladi. Xususan, ayollar va yoshlarning mehnat bozoriga kirish imkoniyatlari kengayadi.

- eksport yo‘nalishini rivojlantirish. Xalqaro talablarga mos mahsulotlar ishlab chiqarish orqali tashqi bozorlarga kirish imkoniyatlari kengayadi. Mahalliy brendlar ostida tayyor mahsulotni eksport qilish valyuta tushumlarini oshiradi va iqtisodiyotning tashqi savdo salohiyatini mustahkamlaydi.

- kadrlar tayyorlash va innovatsiyalarni tatbiq etish. Klasterlar samaradorligini oshirish uchun malakali mutaxassislar tayyorlash muhim ahamiyatga ega. Shu maqsadda kasb-hunar maktablari, texnikumlar va oliy ta’lim muassasalari bilan hamkorlik kuchaytirilishi va innovatsion texnologiyalar ishlab chiqarish jarayoniga keng qo‘llanishi zarur.

- ekologik muvozanatni saqlash va barqarorlikni ta’minlash. Paxta yetishtirish va uni qayta ishlashda ekologik talablar asosida ishlash, chiqindilarni qayta ishlash tizimini rivojlantirish, resurslarni tejaydigan texnologiyalarni joriy etish klasterlarning barqaror rivojlanishini ta’minlaydi.

Bundan tashqari, mintaqada paxta-to‘qimachilik klasterlari salohiyatini oshirishning eng zamonaviy vositalaridan biri sifatida raqamlashtirish jarayonlarini keng joriy etishdir. Bu borada paxta-to‘qimachilik sohasi mamlakat iqtisodiyotida muhim o‘rin egallagani bois, uning raqamli transformatsiyasi raqobatbardoshlikni yanada kuchaytiradigan asosiy omil sifatida qaraladi. Raqamlashtirish xomashyo yetishtirish bosqichidan boshlab yakuniy mahsulotni ishlab chiqarish va sotish jarayonigacha bo‘lgan barcha bo‘g‘inlarda samaradorlikni oshirish, xarajatlarni qisqartirish va sifat ko‘rsatkichlarini yaxshilashga xizmat qiladi.

Shu nuqtai nazardan, raqamlashtirish quyidagi asosiy yo‘nalishlar bo‘yicha klaster faoliyatiga sezilarli ta’sir ko‘rsatadi:

- agroiqtisodiy jarayonlarni avtomatlashtirish: texnika va resurslardan foydalanishni raqamli monitoring orqali yaxshilash, ekin maydonlarini dronlar va GPS tizimlari yordamida nazorat qilish, o‘simlik holatini, suv ta’minotini aniq baholash va tezkor choralar ko‘rish.

- ishlab chiqarish va logistika jarayonlarini raqamlashtirish: to‘qimachilik korxonalarida avtomatlashtirilgan faoliyatni yo‘lga qo‘yish, ERP tizimlari orqali zaxira va tayyor mahsulotlarni raqamli boshqarish, logistika jarayonlarini IoT va analitik dasturlar yordamida optimallashtirish.

- ma’lumotlarni integratsiyalash va tahlil qilish: klaster ichidagi barcha subyektlar o‘rtasida ma’lumot almashish platformalarini yaratish, ishlab chiqarish jarayoni va bozor dinamikasiga oid ma’lumotlarni tahlil qilib, tezkor boshqaruv qarorlarini qabul qilish, sun’iy intellekt va mashina o‘rganish asosida prognoz qilish;

Shu bilan birga, ushbu soha taraqqiyotida raqamlashtirish quyidagi muammolar mavjud bo‘ladi:

- raqamli savodxonlik va kasbiy ko‘nikmalarning yetishmasligi;

- zamonaviy dasturiy ta’minot va xalqaro standartlarga mos texnologiyalarni tanlashdagi muammolar.

Mazkur muammolarni bartaraf etish uchun quyidagi takliflar o‘rinli hisoblanadi:

- davlat va xususiy sektor o‘rtasidagi hamkorlikni kuchaytirib, raqamlashtirish loyihalarini moliyaviy qo‘llab-quvvatlash;

- soha uchun raqamli kadrlar tayyorlashga yo‘naltirilgan kurslar, treninglar va o‘quv dasturlarini yo‘lga qo‘yish;

- IT-kompaniyalar va ilmiy markazlar bilan hamkorlikni kengaytirish orqali innovatsion texnologiyalarni joriy etish;

- barcha klasterlar faoliyatini qamrab oluvchi yagona raqamli platformani yaratish.

Xulosa sifatida, paxta-to‘qimachilik klasterlari mintaqaviy iqtisodiy o‘sishning muhim drayveri bo‘lib, yangi ish o‘rinlari yaratish, eksport hajmini kengaytirish, infratuzilmani yaxshilash va ichki bozorni sifatli mahsulotlar bilan ta’minlashda asosiy rol o‘ynaydi. Ularning imkoniyatlarini to‘liq ro‘yobga chiqarish davlat siyosati, xususiy sektor tashabbuslari va ilm-fan integratsiyasi orqali amalga oshiriladi. Bu borada ishlab chiqarish quvvatlarini kengaytirish, resurslardan samarali foydalanish, raqamlashtirishni jadallashtirish va ekologik barqarorlikni ta’minlash klasterlarning yanada rivojlanishiga xizmat qiladi. Uzoq muddatda esa ushbu tizim hududlararo iqtisodiy muvozanat va aholi farovonligini oshirishning muhim omiliga aylanadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 10-январdagi “Paxta-to‘qimachilik klasterlari faoliyatini qo‘llab-quvvatlash, to‘qimachilik va tikuv-trikotaj sanoatini tubdan isloh qilish hamda sohaning eksport salohiyatini yanada oshirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”ги PF-2-son Farmoni. Manba: https://lex.uz/docs/-6351331
2. Юсупов Э.Дж., Кушаров З.К., Гайбуллаев О.Б. Вопросы конкурентоспособности и результаты кластеризации деятельности субъектов хлопкового сектора Узбекистана. // Евразийский Союз Ученых (ЕСУ), 5(74), 2020. - с. 18.
3. Джурабаев О.Дж. Оптимизации операционной стратегии и повышение экономического потенциала хлопково-текстильных кластеров. // Yashil iqtisodiyot va taraqqiyot, 2023-yil, iyul, №7. - с. 335.
4. Sherkulov Sh.E. The role and impact of cotton-textile clusters in economic development. // Ilg ‘or iqtisodiyot va pedagogic texnologiyalar ilmiy-elektron jurnal, I son, iyul-avgust, 2024. - 155 b.
5. Xalimbetov F.B. Paxtachilik klasteri - qishloq xo'jaligida yangi imkoniyat va samaradorlik omili. // Academic Research in Educational Sciences, Volume3, Issue12, 2022. - 298 b.
6. Jamolova F.E. Paxta-to‘qimachilik klasterlarining iqtisodiy samaradorligini oshirish yo‘llari. // "Мировая наука", №4 (85), 2024. - 1-5 b.

SIRKULYAR IQTISODIYOT MODELINING “BESHIKDAN BESHIKKACHA” KONSEPSIYASI EVOLYUTSIYASI

Sodikov Zokir Rustamovich
iqtisodiyot fanlari nomzodi**,** O‘zbekiston xalqaro islomshunoslik akademiyasi
Islom iqtisodiyoti va moliyasi, ziyorat turizmi kafedrasi dotsenti
orcid 0000-0002-0195-4573.

https://doi.org/10.5281/zenodo.18288859

Annotatsiya. *Mazkur ilmiy tadqiqotda sirkulyar iqtisodiyot doirasida shakllangan “Beshikdan beshikkacha” (Cradle to Cradle) konsepsiyasining evolyutsiyasi tizimli ravishda tahlil qilinadi. Tadqiqotda ushbu konsepsiyaning tarixiy shakllanish bosqichlari, nazariy asoslari, ekologik iqtisodiyot va sanoat dizayni bilan uzviy bog‘liqligi yoritiladi. Shuningdek, “Cradle to Grave” modelidan farqli jihatlari, eco-efficiency va eco-effectiveness yondashuvlari o‘rtasidagi metodologik tafovutlar ochib beriladi. Tadqiqot natijalari barqaror rivojlanish, yashil iqtisodiyot va sirkulyar biznes modellarini shakllantirishda muhim ilmiy-amaliy ahamiyat kasb etadi.*

Tayanch so‘zlar: *Sirkulyar iqtisodiyot, Beshikdan beshikkacha, Cradle to Cradle, regenerativ dizayn, eco-effectiveness, mahsulot hayotiy sikli, barqaror rivojlanish.*

Abstract. *This study provides a systematic analysis of the evolution of the “Cradle to Cradle” concept within the framework of the circular economy. It examines the historical development, theoretical foundations, and interdisciplinary links with ecological economics and industrial design. The paper highlights the differences between the “Cradle to Cradle” and “Cradle to Grave” models, emphasizing the methodological shift from eco-efficiency to eco-effectiveness. The findings contribute to sustainable development theory and support the implementation of circular business models and regenerative production systems.*

Keywords. *Circular economy, Cradle to Cradle, regenerative design, eco-effectiveness, product life cycle, sustainability.*

Аннотация. *В статье проводится системный анализ эволюции концепции «От колыбели к колыбели» в рамках модели циркулярной экономики. Рассматриваются этапы её формирования, теоретические основы и взаимосвязь с экологической экономикой и промышленным дизайном. Особое внимание уделяется различиям между моделями «От колыбели до могилы» и «От колыбели к колыбели», а также переходу от eco-efficiency к eco-effectiveness. Полученные результаты имеют важное значение для теории устойчивого развития и практики циркулярной экономики.*

Ключевые слова. *Циркулярная экономика, от колыбели к колыбели, регенеративный дизайн, eco-effectiveness, жизненный цикл продукта.*

Kirish. Bugungi 21-asrda resurslarning cheklanganligi, ekologik degradatsiya va chiqindilar hajmining keskin oshishi iqtisodiy rivojlanishning an'anaviy "ol–ishlab chiqar–tashla" modelini qayta ko'rib chiqishni talab etmoqda. Aynan shu sharoitda sirkulyar iqtisodiyot konsepsiyasi barqaror rivojlanishning muqobil modeli sifatida shakllandi. "Beshikdan beshikkacha" konsepsiyasi esa sirkulyar iqtisodiyotning eng yuqori, regenerativ bosqichi bo'lib, u chiqindilarni kamaytirish emas, balki chiqindining o'zini inkor etib, uni resurs sifatida foydalanish g'oyasiga asoslanadi. Ushbu konsepsiyaning evolyutsiyasini o'rganish orqali ekologiya bilan iqtisodiy integratsiyani tushunish, barqaror sanoat dizaynini shakllantirish, rivojlanayotgan davlatlar uchun mos modellarning ilmiy asoslarini yaratish nuqtai nazaridan dolzarb hisoblanadi.

"Cradle to Cradle" konsepsiyasining sirkulyar iqtisodiyot tizimidagi evolyutsiyasini nazariy va amaliy jihatdan tahlil qilish mavzuning maqsadidir.

"Cradle to Cradle" konsepsiyasining shakllanish tendensiyasini o'rganish va uning nazariy asoslarini tahlil qilish, eco-efficiency (ekologik samaradorlik) va eco-effectiveness (ekologik natijadorlik) yondashuvlarini taqqoslash, "C2C" ning sirkulyar iqtisodiyotdagi o'rnini aniqlash, amalda qo'llash imkoniyatlarini baholash vazifalar.

Sirkulyar iqtisodiyot modeli doirasidagi barqaror ishlab chiqarish va iste'mol tizimlari tadqiqot obyekti hisoblanadi.

"Beshikdan beshikkacha" konsepsiyasining evolyutsiyasi, mexanizmlari va metodologik asoslari mavzuning predmeti hisoblanadi.

Tadqiqotning amaliy ahamiyati sifatida sohaga oid qilingan ilmiy xulosalardan sanoat siyosati va ekologik strategiyalarni ishlab chiqishda, yashil va sirkulyar biznes modellarini joriy etishda, oliy ta'lim va ilmiy tadqiqotlarda metodik manba sifatida, ekologik sertifikatlash tizimlarini takomillashtirishda foydalanish mumkin.

Adabiyotlar sharhi. D.W.Pearce, R.K.Turner (1990)[17] sirkulyar iqtisodiyotning ilk nazariy poydevorini yaratgan bo'lib, ular iqtisodiy tizimni tabiiy ekotizimning bir qismi sifatida talqin qiladi. W.McDonough, M.Braungart (2002)[18] tomonidan asos solingan "Cradle to Cradle" konsepsiyasi mahsulot hayotiy siklini biologik va texnik aylanishlar orqali qayta talqin qildi. M.Braungart, W.McDonough, A.Bollinger tomonidan (2007)[19] ushbu yondashuvni sanoat ekologiyasi bilan bog'lagan bo'lsa, Ellen MacArthur Foundation (2013, 2015)[20] esa C2C ni sirkulyar iqtisodiyotning dizayn-markazli modeli sifatida rivojlantirgan. Shuningdek, Geissdoerfer va hammualliflari, (2017)[21] C2C ni normativ va tizimli barqarorlik paradigmasi sifatida baholadi. W.R.Stahel (2016) esa uni "performance economy" bilan bog'lagan. Ayni paytda, J.Korhonen va hammualliflari, (2018)[22] konsepsiyaning ekologik va institutsional cheklovlarini tanqidiy tahlil qilgan bo'lsa, Reh, L. (2013)[23] empirik baholash mexanizmlarining yetishmasligini ko'rsatib o'tgan.

[17]Pearce D.W. & Turner R.K. (1990). Economics of Natural Resources and the Environment.
[18]McDonough, W. & Braungart, M. (2002). Cradle to Cradle: Remaking the Way We Make Things.
[19]Braungart, M., McDonough, W. & Bollinger, A. (2007). Cradle-to-cradle design: creating healthy emissions — a strategy for eco-effective product and system design. Journal of Cleaner Production, 15(13–14), 1337–1348.
[20] EMF (Ellen MacArthur Foundation - EMF), (2013). Towards the Circular Economy Vol. 1: An Economic and Business Rationale for an Accelerated Transition., EMF (2015). Delivering the Circular Economy: A Toolkit for Policymakers. EMF (2015). Growth Within: A Circular Economy Vision for a Competitive Europe
[21]Geissdoerfer, M., Savaget, P., Bocken, N.M.P. & Hultink, E.J., 2017. The Circular Economy – A New Sustainability Paradigm? Journal of Cleaner Production, 143, pp.757–768.
[22]Korhonen, J., Honkasalo, A. & Seppälä, J. (2018). Circular Economy: The Concept and its Limitations. Ecological Economics, 143, pp. 37–46.

Metodologiya. Mazkur tadqiqot interdisiplinar metodologiya asosida olib borilib, jarayonda iqtisodiyot, ekologiya, sanoat dizayni va barqaror rivojlanish nazariyalarining o‘zaro integratsiyasi ko‘zda tutilgan. Tadqiqot jarayonida Sirkulyar iqtisodiyot nazariyasi, “Cradle to Cradle” konsepsiyasi, Ekologik iqtisodiyot va sanoat ekologiyasi, Eco-efficiency va Eco-effectiveness konseptual farqlari, Tizimli fikrlash yondashuvlari inobatga olingan. Tadqiqot jarayonida mantiqiy-tarixiy tahlil – C2C konsepsiyasining evolyutsion bosqichlarini aniqlashda, qiyosiy tahlil – “Cradle to Grave” va “Cradle to Cradle” modellarini solishtirishda, tizimli tahlil – mahsulot hayotiy siklining biologik va texnik aylanishlarini baholashda, kritik tahlil – C2C konsepsiyasiga nisbatan mavjud ilmiy tanqidlarni umumlashtirishda, induktiv va deduktiv yondashuv – umumiy nazariyalardan amaliy xulosalar chiqarishda usullari qo‘llanildi. Tadqiqot axborot bazasini yetakchi xalqaro jurnallarda chop etilgan maqolalar, Ellen MacArthur Foundation hisobotlari, UNEP, OECD materiallari va C2C Certified™ Products Program hujjatlari tashkil etdi.

Natija. “Beshikdan beshikkacha” konsepsiyasi dastlab ekodizayn falsafasi sifatida shakllangan bo‘lib, keyin sanoat ekologiyasi va resurslar metabolizmasi bilan boyigan, hozirda sirkulyar iqtisodiyotning normativ va regenerativ bosqichi sifatida namoyon bo‘lmoqda. Metodologik paradigmadagi o‘zgarishlarga ko‘ra Eco-efficiency yondashuvi salbiy ekologik ta’sirni kamaytirishga qaratilgan bo‘lsa, Eco-effectiveness esa ekologik va ijtimoiy jihatdan ijobiy qiymat yaratishni maqsad qilgan. Zero, C2C konsepsiyasi aynan eco-effectiveness paradigmasiga asoslangan. Shuningdek, mahsulot hayotiy siklining yangi talqini ishlab chiqilib, u Resurs → Dizayn → Ishlab chiqarish → Foydalanish → Ajratish → Biologik yoki texnik aylanish → Yangi qiymat ko‘rinishida qayta bayon qilingan. Shuningdek, institutsional jihatdan “C2C Certified™ Products Program” konsepsiyasi standartlashtirish va baholash mexanizmi sifatida qabul qilingan, sertifikatlash mezonlari (material tozaligi, aylanishi, energiya, suv, ijtimoiy adolat) tizimlashtirilgan. Ilmiy manbalar tahlili asosida barcha materiallar cheksiz aylanishga yaroqli emasligi, rivojlanayotgan mamlakatlarda bu borada institutsional va moliyaviy to‘siqlar mavjudligi, miqdoriy baholash metodologiyasi yetarli emasligi keltirilgan.

Muhokama. Sirkulyar iqtisodiyot paradigmasi doirasida “Beshikdan beshikkacha” (Cradle to Cradle – C2C) konsepsiyasi ekologik-iqtisodiy fikr taraqqiyotining sifat jihatdan yangi bosqichga chiqishi hisoblanadi. Ushbu konsepsiyaning ilmiy asoslari 20-asr oxiri – 21-asr boshlarida shakllangan bo‘lib, u avvalo barqaror rivojlanish nazariyasi, sanoat ekologiyasi va ekodizayn yondashuvlari bilan uzviy bog‘liqdir. Cradle to Cradle (C2C) konsepsiyasining asoschilari ikki nafar mutaxassis bo‘lib, ular W.McDonough (Amerikalik arxitektor, barqaror dizayn bo‘yicha mutaxassis) bilan M.Braungart (Germaniyalik kimyogar, ekologik xavfsiz materiallar bo‘yicha mutaxassis)dir. Ular 2002-yilda chop etilgan mashhur fundamental “Cradle to Cradle: Remaking the Way We Make Things (Beshikdan beshikkacha: narsalarni yasash usulini qayta tiklash)” nomli asari orqali bu konsepsiya ekologik iqtisodiyot sohasida paradigmal burilish paydo qilgan. Ushbu C2C konsepsiyasining asosiy va eng muhim g‘oyasi bu “chiqindi — bu resurs” demakdir yoki ilmiy atama sifatida “Waste = Food”ni isbotlab bergan. Ya’ni mahsulot hayot sikli oxirida chiqindiga emas, balki yangi mahsulot ishlab chiqarish uchun xomashyoga aylanishi kerak. Mazkur konsepsiyaning mualliflari amalda mavjud “Cradle to Grave” (beshikdan qabrgacha) modelini tanqid qilib, uni resurslarni tizimli ravishda yo‘qotishga olib keluvchi chiziqli ishlab chiqarish modeli sifatida baholaydilar. Sohaga oid ilmiy adabiyotlarda keltirilishicha, C2C

[23]Reh, L. (2013). Process engineering in circular economy. Particuology, 11(2), pp.119–133.

konsepsiyasining asosiy yangiligi shundaki, u ishlab chiqarish va iste'mol jarayonlarini zararni kamaytirish (eco-efficiency) emas, balki foyda yaratish (eco-effectiveness) nuqtai nazaridan qayta talqin qiladi. Bu yondashuv ekologik muammolarga nisbatan passiv moslashuvdan faol regenerativ rivojlanishga o'tish demakdir.

Sirkulyar iqtisodiyotga oid muhim ilmiy manbalarda (Pearce & Turner, 1990; Ellen MacArthur Foundation, 2013; Geissdoerfer va hammualliflari, 2017) ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish tizimlarining yopiq sikl asosida faoliyat yuritishi ustuvor shart sifatida keltiriladi. Ushbu manbalarda C2C konsepsiyasi sirkulyar iqtisodiyotning normativ-dizayn paradigmasi sifatida baholanadi. Shuningdek, Geissdoerfer va hammualliflarining tadqiqotlarida C2C'ni resurs aylanishini ta'minlovchi texnik mexanizm emas, balki tizimli tafakkur (systems thinking) ga asoslangan konseptual yondashuv sifatida talqin qiladi. Ularning fikricha, C2C sirkulyar iqtisodiyotning eng yuqori darajadagi modeli bo'lib, u nafaqat iqtisodiy va ekologik, balki ijtimoiy barqarorlikni ham ta'minlashga xizmat qiladi. Shu bilan birga, Ellen MacArthur Foundation tadqiqotlarida C2C konsepsiyasi sanoat dizayni va biznes modellarini transformatsiya qilishda strategik vosita sifatida ko'riladi. Ayniqsa, mahsulot dizaynining dastlabki bosqichidayoq qayta aylanish imkoniyatini hisobga olish masalasi alohida urg'u bilan bayon qilinadi. Ushbu konsepsiyaning fundamental tamoyillari borasidagi yondashuvlar "Beshikdan beshikkacha" konsepsiyasi uchta asosiy tamoyilga tayangan holda shakllanganligini qayd qiladi. Ulardan birinchisi, "Chiqindi" tushunchasini qabul qilmaslik yoki inkor qilish hisoblanadi. Zero, McDonough va Braungart (2002) tomonidan ilgari surilgan "waste = food" g'oyasi keyinchalik ko'plab olimlar tomonidan kengaytirilgan va takomillashtirilgan. Aynan, Walter R. Stahel (2016) mazkur tamoyilni "performance economy (samarali iqtisodiyot)" konsepsiyasi bilan bog'lab, mahsulotlarning xizmat muddati va funksional qiymatini maksimal darajada oshirish zarurligini asoslab bergan. Ikkinchisi esa "Biologik va texnik sikllar"ning ajratilishi bo'lib, uni Braungart va hammualliflari (2007) C2C konsepsiyasida materiallar ikki mustaqil siklga ajratilishini ilmiy jihatdan asoslab beradi. Xususan, Biologik siklga kiruvchi materiallar ekologiyaga zarar yetkazmagan holda tabiatga qayta singdirilishi, texnik siklga mansub materiallar esa sifatini yo'qotmasdan doimiy aylanishda bo'lishi lozimligini ko'zda tutadi. Shuningdek, uchinchisi esa "Qayta tiklanuvchi energiya va tizim xilma-xilligi" bo'lib, unda J.Korhonen va hammualliflari, (2018) tadqiqotlarida energiya manbalarining qayta tiklanuvchanligi va ishlab chiqarish tizimlarining moslashuvchanligi C2C'ning barqarorlik potensialini belgilovchi omillar sifatida ko'rsatib beriladi. Sohada olib borilgan ilmiy tadqiqotlarda "Hayotiy siklni baholash (LCA)" bilan "Beshikdan beshikkacha (C2C)" konsepsiyasining qiyosiy tahlili orqali ular o'rtasidagi farqlar alohida o'rganilgan (Bjørn A., Hauschild M. (2013); Reh L., 2013) bo'lib, mutaxassislarning fikricha, LCA mavjud tizimlarning ekologik zararini baholashga yo'naltirilgan bo'lsa, C2C ideal dizayn modelini yaratishga qaratilgan. Shu bilan bir qatorda ayrim olimlar C2C'ning miqdoriy baholash mezonlari yetarli darajada ishlab chiqilmaganini keltirib o'tadilar. Shu bois, bu holat C2C'ni empirik tadqiqotlarda qo'llashni qisman cheklaydi. C2C sertifikatlash tizimi va amaliy tadqiqotlarning bu konsepsiyani amaliy ifodasi sifatida "Cradle to Cradle Certified™ Products Program (Beshikdan beshikkacha sertifikatlangan (Trade Mark—savdo belgisi) mahsulotlar dasturi)" ilmiy adabiyotlarda keng yoritilgan (MBDC, 2017; Bocken et al., 2016) bo'lib, izlanishlar sertifikatlash tizimini korxonalarni innovatsion dizaynlarni, resurs samaradorligini va ijtimoiy mas'uliyatni oshirishga undashini ta'kidlaydilar. Ayniqsa, rivojlangan milliy

iqtisodiyotlarda C2C sertifikatiga ega mahsulotlarning bozorda raqobatbardoshligini oshirish uchun muhim omil sifatida e'tirof etiladi.

Beshikdan beshikkacha (C2C) konsepsiyasi bo'yicha tanqidiy yondashuvlar ham mavjud bo'lib, ular asosan uning idealistik xarakteri bilan bog'liq (R.Ayres, (1999); Murray, A.; Skene, K.; Haynes, K. (2017)) hisoblanadi. Ba'zi olimlar barcha materiallarni cheksiz qayta aylantirish termodinamik qonuni va iqtisodiy jihatdan cheklanganligini ta'kidlaydilar. Shuningdek, Rivojlanayotgan mamlakatlar sharoitida esa institutsional muhit, texnologik salohiyat va moliyaviy resurslar yetishmasligi kabi omillar C2C'ni joriy etishda asosiy to'siq bo'lishi mumkinligi ko'rsatiladi. Tahlil qilingan manbalardan "Beshikdan beshikkacha" konsepsiyasi sirkulyar iqtisodiyotning nazariy, metodologik va amaliy asoslarini chuqurlashtiruvchi muhim paradigma ekanligi kelib chiqmoqda. U resurslardan foydalanishda chiziqli yondashuvdan voz kechib, iqtisodiy tizimlarni regenerativ rivojlanishga yo'nalishini rag'batlantiradi. Mazkur konsepsiya bo'yicha olib borilgan tadqiqotlar uning yuqori ahamiyatga ega ekanligini ko'rsatsa-da, uni keng miqyosda tatbiq etish uchun baholash mexanizmlarini takomillashtirish va institutsional sharoitlarni rivojlantirish zarurligiga e'tibor qaratadi.

Mazkur mavzu bo'yicha adabiyotlar tahlili shuni ko'rsatadiki, "Beshikdan beshikkacha" konsepsiyasi sirkulyar iqtisodiyotning nazariy yadrosi, metodologik tayanchi va amaliy mexanizmlarini birlashtiruvchi kompleks ilmiy paradigma hisoblanadi. Ilmiy manbalarda u, chiziqli iqtisodiy modelga muqobil, regenerativ va dizayn-markazli, ekologik, iqtisodiy va ijtimoiy barqarorlikni integratsiyalovchi yondashuv sifatida e'tirof etilgan. Shu bilan bir qatorda ayrim tahliliy yondashuvlarda C2C konsepsiyasining baholash metodologiyasini chuqurlashtirish va rivojlanayotgan mamlakatlar sharoitiga moslashtirish zarurligi keltirib o'tilgan.

Sirkulyar iqtisodiyotning "Beshikdan beshikkacha" konsepsiyasi uchta asosiy tamoyilda aks etadi. Ulardan, birinchisi, biologik va texnik sikllar bo'lib, har bir material "biologik sikl"ga (kompostlanadigan, tabiiy ozuqa bo'ladigan) yoki "texnik sikl"ga (cheksiz marta qayta ishlash mumkin bo'ladigan) toza holda kirishi kerak. Buning uchun har qanday materiallar tabiatga zarar bermasdan ishlab chiqarish jarayonida cheklanmagan darajada aylanishi yoki foydalanilishi zarur. Ikkinchisi, ishlab chiqarish jarayonida toksinsiz va xavfsiz materiallardan foydalanish lozim. Demak, materiallar qayta-qayta ishlatilganda inson sog'lig'iga va tabiatga hech qanday zarar yetkazmasligi kerak. Shu bois, ularning kimyoviy tarkibi va kombinatsiyasi "oziqa" sifatida qayta ishlanishga mos bo'lishi talab etiladi. Uchinchi, ishlab chiqarish faoliyatini tiklanuvchi energiya asosida tashkil etish ustuvor vazifa hisoblanadi. Xususan, ishlab chiqarish jarayonlarida, Quyosh, Shamol, Biomassaga asoslangan energiya asosida faoliyat olib borishi kerak. Bu C2Cning "barqaror ishlab chiqarish" qismi hisoblanadi. Demak, umumiy xulosa qilib aytganda, C2Cning asosiy mualliflari, W.McDonough (arxitektor) bilan M.Braungart (kimyogar) hisoblanadi va ularning asosiy g'oyasi mahsulotlar chiqindiga aylanmasin, balki har doim resurs sifatida qayta iqtisodiyotga kiradigan qilib loyihalansin. Bu — texnik va biologik sikllarga asoslangan chiqindisiz dizayn qilishning mohiyatini bildiradi. Ayni paytda, toksinsiz va xavfsiz materiallar — bu inson sog'lig'iga, hayvonotga yoki atrof-muhitga zarar yetkazmaydigan, tarkibida zararli kimyoviy moddalar bo'lmagan materiallardan tashkil topadi.

Shu bois, ular Cradle to Cradle (C2C) va sirkulyar iqtisodiyot tizimida juda muhim mexanizm hisoblanadi. Toksinsiz materiallar — bu tarkibida zaharli moddalar (toksinlar), og'ir metallar, zararli kimyo reagentlari, kanserogen (saraton chaqiruvchi) moddalar bo'lmagan, odam va tabiatga xavf tug'dirmaydigan materiallardan iborat bo'lib, ular tabiiy paxta, zig'ir, jun,

yog‘och (kimyoviy ishlov berilmagan), tabiiy bo‘yoqlar, suv asosidagi yopishtiruvchi moddalar kabilar. Shuningdek, xavfsiz materiallar — bu ishlab chiqarish, saqlash, foydalanish va utilizatsiya bosqichlarida inson salomatligiga yoki ekologiyaga zarar bermaydigan materiallar bo‘lib, ular, nafas olishga zarar beradigan gazlar chiqarmaydi, teri bilan aloqada allergiya qilmaydi, parchalanganda tabiatni zaharlamaydi, qayta ishlanishi oson bo‘ladi.

Qolaversa, toksinsiz va xavfsiz materiallarning belgilari, bu kimyoviy tarkibi aniq (noaniq zaharli aralashmalar yo‘q), toksik modda chiqarmaydigan, inson salomatligi uchun xavfsiz, ekologiya uchun zararli bo‘lmagan, qayta ishlanadigan yoki tabiiy siklga qaytadigan, C2C biologik yoki texnik siklga mos keladigan bo‘ladi. Chunki, Cradle to Cradle g‘oyasining talabiga binoan materiallar qayta aylanishi uchun ular xavfsiz bo‘lishi shart. Agar material tarkibida zaharli moddalar bo‘lsa, ular qayta ishlanganda ham zarar tarqatadigan, tabiatga yoki inson sog‘lig‘iga xavf tug‘diradigan bo‘lsa, ularni iqtisodiy siklga qaytishi mumkin bo‘lmaydi. Shuning uchun C2C tizimi materiallarni to‘liq kimyoviy tahlildan o‘tkazib, foydalanishni yo‘lga qo‘yadi.

Milliy iqtisodiyotda mavjud xavfsiz va toksinsiz materiallarga tabiiy yog‘och mebellar, BPA (idish Bisfenol-A ishlatilmasdan ishlab chiqarilgan) free plastik idishlari, organik matolar (paxta, bambuk), suv asosidagi bo‘yoqlar, alyuminiy yoki shisha idishlar (qayta ishlanadigan) kabilar kiradi. Ayni paytda, xavfli va toksik moddalari mavjud materiallarga esa qo‘rg‘oshin bo‘yoqlari, zaharli plastmassalar (PVC ichidagi ftalatlar), simobli lampalar, elektron chiqindilardagi toksik komponentlar kiradi. Demak, toksinsiz va xavfsiz materiallar — bu sog‘liq va tabiat uchun zararsiz, qayta ishlanishi oson va ekologik toza materiallardan iborat. Bular Cradle to Cradle dizaynining asosiy talablaridan hisoblanadi. Suv asosidagi yopishtiruvchi moddalar — bu tarkibida asosiy erituvchi sifatida organik erituvchilar (masalan, asetat, toluen, benzol) emas, balki oddiy suv ishlatiladigan yopishtiruvchi (kley) turlaridan iborat. Ular ekologik jihatdan xavfsiz, toksik bo‘lmagan va ishlatish jarayonida zararli bug‘lar chiqarmaydigan materiallardir.

Suv asosidagi yopishtiruvchi moddalarning mohiyati - bu moddalar polimerlar (PVA, akril, latex, EVA kabi)ning suvdagi dispersiyasidan tashkil topadi. Suv bug‘langach, polimerlar bir-biriga yopishib, mustahkam birikma hosil qiladi. Ularning tarkibi, suv – asosiy erituvchi, dispersiyalangan polimerlar – yopishqoqlikni ta'minlaydigan, plastifikatorlar – elastiklikni ta’minlaydigan, qotirish agentlari, qo‘shimchalar – pH balans, mustahkamlik, qurish tezligi kabilardan iborat. Ularning xavfsizligiga, Volatiles (uchuvchan organik birikmalar – VOC) juda kam yoki yo‘qligi, salomatlikka zararli bug‘lar chiqarmasligi, Ish jarayonida o‘tkir hid bo‘lmasligi, ekologik nuqtai nazardan xavfsizligi, Bolalar o‘yinchoqlarida, mebel ishlab chiqarishda keng qo‘llanilishi sabab bo‘ladi. Shuningdek, suv asosidagi yopishtiruvchilarga namuna sifatida, PVA kley (oddiy oq kley)ni, suv asosida yopishtiruvchi akrillarni, latex asosidagi kleylarni, EVA emulsiyalarini, suvli yog‘och yopishtiruvchilarini, devorga oboy yopishtirishda foydalaniladigan suyuqliklarni va boshqa shu kabilarni keltirish mumkin.

Mazkur amaliyotlar qo‘llaniladigan sohalarga misol sifatida yog‘ochsozlikni, kitob muqovalashni, qadoqlashni, mebel ishlab chiqarishni, o‘yinchoqlarni, sanitariya-gigiyena mahsulotlarini, tekstil sanoati mahsulotlarini, qurilishda yumshoq materiallarni yopishtirishni keltirish mumkin. Ulardan foydalanishning asosiy afzalliklari – bu tez quriydigan, toksik moddasi yo‘q, uchuvchan moddalardan xoli, yengil suv bilan tozalanadigan, yonuvchan emas, ishchilar uchun xavfsiz va boshqalardan iborat. Shu bilan bir qatorda ularning o‘ziga xos muammolari va kamchiliklari ham mavjud. Xususan, ular, namlikka chidamliligi cheklangan (maxsus formulalar

bundan mustasno), ba’zi joylarda solvent asosidagi kleylar kabi yetarli darajada kuchli bo‘lmasligi mumkin.

Xulosalar. “Cradle to Cradle” konsepsiyasi sirkulyar iqtisodiyotning eng yuqori, regenerativ bosqichi hisoblanadi. U chiqindilarni kamaytirish emas, balki ularni iqtisodiy va ekologik resursga aylantirishni maqsad qiladi. Konsepsiya an’anaviy “Cradle to Grave” modelidan tubdan farq qiladi. Chunki, u mahsulot hayotiy siklini yopiq va qayta tiklanuvchi tizim sifatida talqin qiladi. Eco-effectiveness paradigmasi ilmiy jihatdan ustuvor yondashuv sifatida asoslanganligi uchun u uzoq muddatli ekologik va ijtimoiy barqarorlikni ta’minlashga xizmat qiladi. Shuningdek, C2C konsepsiyasi bo‘yicha sirkulyar biznes modellari bilan “performance economy” uzviy bog‘liq bo‘lib, bu mahsulotga egalik qilishga moslashgan tizimdan foydalanishga asoslangan iqtisodiy tizimga o‘tishni bildiradi. Qolaversa, bu konsepsiyani amaliyotga joriy etilishi institutsional, texnologik va moliyaviy sharoitlarga bog‘liq bo‘lganligi uchun hududiy va milliy imkoniyatlarni moslashtirish zaruratini keltirib chiqaradi. Bundan tashqari, natijalardan strategik hujjatlarni tayyorlashda va sanoat siyosatini ishlab chiqishda nazariy-metodik asos sifatida foydalanish mumkin.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining Chiqindilarni boshqarish tizimini takomillashtirish va ularning ekologik vaziyatga salbiy ta’sirini kamaytirish bo‘yicha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi (2024-yil 4-yanvar, PF-5-son) farmoni.
2. Braungart, M., McDonough, W. & Bollinger, A., 2007. Cradle-to-cradle design: creating healthy emissions – a strategy for eco-effective product and system design. Journal of Cleaner Production, 15(13–14), pp.1337–1348.
3. EMF (Ellen MacArthur Foundation), 2013. Towards the Circular Economy Vol. 1: An Economic and Business Rationale for an Accelerated Transition. Ellen MacArthur Foundation.
4. EMF (Ellen MacArthur Foundation), 2015a. Delivering the Circular Economy: A Toolkit for Policymakers. Ellen MacArthur Foundation.
5. EMF (Ellen MacArthur Foundation), 2015b. Growth Within: A Circular Economy Vision for a Competitive Europe. Ellen MacArthur Foundation.
6. Geissdoerfer, M., Savaget, P., Bocken, N.M.P. & Hultink, E.J., 2017. The circular economy – a new sustainability paradigm? Journal of Cleaner Production, 143, pp.757–768.
7. Korhonen, J., Honkasalo, A. & Seppälä, J., 2018. Circular economy: The concept and its limitations. Ecological Economics, 143, pp.37–46.
8. McDonough, W. & Braungart, M., 2002. Cradle to Cradle: Remaking the Way We Make Things. New York: North Point Press.
9. Murray, A., Skene, K. & Haynes, K., 2017. The circular economy: An interdisciplinary exploration of the concept and application in a global context. Journal of Business Ethics, 140(3), pp.369–380.
10. Pearce, D.W. & Turner, R.K., 1990. Economics of Natural Resources and the Environment. London: Harvester Wheatsheaf.
11. Reh, L., 2013. Process engineering in circular economy. Particuology, 11(2), pp.119–133.
12. Sultonov, P., 2018. Ekologiya va atrof-muhitni muhofaza qilish asoslari. Toshkent: ZiyoNet.
13. UNEP, 2021. Global Resources Outlook. Nairobi: United Nations Environment Programme.
14. Xashimova, S.N., 2024. Yashil iqtisodiyot. Darslik. Toshkent: Ma’rifat.

YOSHLAR BANDLIGINI TA'MINLASH ORQALI IQTISODIY SAMARADORLIKNI OSHIRISH XUSUSIYATLARI

Tog'aynazarov Akbar Ibragim o'g'li
Termiz davlat muhandislik va agrotexnologiyalar universiteti Registrator ofisi menejeri
https://doi.org/10.5281/zenodo.18288874

Annotatsiya. *Ushbu maqolada yoshlar bandligini ta'minlash masalalari, o'ziga xos ustuvorliklari, mavjud imkoniyatlari va uni amalga oshirish orqali iqtisodiy samaradorlikni oshirish xususiyatlari yoritilgan. Shuningdek, yoshlar bandligini ta'minlash orqali iqtisodiy samaradorlikni oshirish yuzasidan xulosalar keltirilgan.*

Аннотация. *В данной статье рассматриваются вопросы обеспечения занятости молодежи, ее конкретные приоритеты, существующие возможности и особенности повышения экономической эффективности посредством ее реализации. Также представлены выводы о повышении экономической эффективности за счет обеспечения занятости молодежи.*

Abstract. *This article discusses the issues of ensuring youth employment, its specific priorities, existing opportunities and features of increasing economic efficiency through its implementation. Also, conclusions are presented on increasing economic efficiency through ensuring youth employment.*

Kalit so'zlar. *Yoshlar, bandlik, yoshlar bandligi, samaradorlik, iqtisodiy samaradorlik.*

Ключевые слова. *Молодежь, занятость, занятость молодежи, эффективность, экономическая эффективность.*

Key words. *Youth, employment, youth employment, efficiency, economic efficiency.*

Kirish. Bugungi kunda jahon iqtisodiyotida raqobat kuchayib borayotgan bir sharoitda inson kapitali, ayniqsa yoshlar salohiyatidan samarali foydalanish har bir mamlakat taraqqiyotining asosiy omillaridan biri hisoblanadi. Yoshlar aholining eng faol, mehnatga layoqatli va innovatsion tafakkurga ega qatlamini tashkil etadi. Shunday ekan, yoshlar bandligini ta'minlash iqtisodiy samaradorlikni oshirishda muhim va hal qiluvchi omillardan biri hisoblanadi. Bu borada mamlakatimizda qishloq xo'jaligidagi yer va suv resurslaridan samarali foydalanish orqali oziq-ovqat ekinlari yetishtirishni ko'paytirish, aholi, shu jumladan, yoshlar bandligini ta'minlash va daromadlarini oshirish maqsadida O'zbekiston Respublikasi Prezidentining PQ-153-son Qarori [1] qabul qilindi. Shunday ekan, yoshlarning mehnat bozoriga faol jalb etilishi orqali mehnat resurslaridan samarali foydalanish ta'minlanadi hamda iqtisodiy faol aholi ulushi ortib boradi. Bu esa milliy iqtisodiyotda ishlab chiqarish hajmining o'sishi va yalpi ichki mahsulot ko'rsatkichlarining oshishiga xizmat qiladi. Shu bois, yoshlar bandligini ta'minlash ijtimoiy masala va iqtisodiy samaradorlikni oshirishga qaratilgan strategik vazifa sifatida qaraladi. Yoshlar bandligini ta'minlash orqali ishlab chiqarish hajmini oshirish, mehnat unumdorligini yuksaltirish, yangi iqtisodiy tarmoqlarni rivojlantirish va davlat budjeti daromadlarini ko'paytirish imkoniyati yaratiladi. Shu nuqtai nazardan, yoshlar bandligini ta'minlashning xususiyatlarini chuqur tahlil qilish dolzarb ahamiyat kasb etadi.

Adabiyotlar sharhi. Yoshlar bandligini ta’minlash orqali iqtisodiy samaradorlikni oshirish yuzasidan turli tadqiqotlar olib borilgan. Xususan, inson salohiyatining raqobatbardoshligini oshirish ko‘p jihatdan yoshlar mehnatidan foydalanish sohasida qanday strategiya belgilanganligiga bog‘liq bo‘ladi [2]. Yana bir tadqiqotlarga asosan, O‘zbekiston Respublikasida yoshlarni ish bilan ta’minlash masalalariga bag‘ishlanib, muammoning bozor iqtisodiyoti sharoitida dolzarbligi ta’kidlangan [3]. Boshqa tadqiqotlarga ko‘ra, zamonaviy sharoitda yoshlar mehnat bozorining keskin ahvoli va bitiruvchilarning zaif mavqei tufayli yoshlarni samarali ish bilan ta’minlash masalasiga alohida e’tibor qaratilmoqda [4]. Boshqa xildagi amalga oshirilgan tadqiqotning maqsadi mehnat bozorida yoshlarni ish bilan ta’minlashni davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlashni aniqlash va takomillashtirish bo‘yicha ilmiy asoslangan takliflar va tavsiyalar ishlab chiqish bo‘lib qaraladi [5]. Yana bir tadqiqotlarda keltirilishicha, ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish borasida yoshlar bandligini oshirish davlat organlarining strategik muhim vazifalaridan biridir [6]. Hamda, boshqa tadqiqotlarda ijtimoiy va mehnat munosabatlarini raqamlashtirish sharoitida yoshlar bandligini baholashning metodologik yondashuvi ishlab chiqilganligi qayd etiladi [7]. Ushbu yondashuv, mamlakatda yoshlar bandligi samaradorligini tavsiflovchi umumiy statistik ma’lumotlar to‘plamiga asoslangan dinamik va tarkibiy o‘zgarishlarni tahlil qilish bilan bir qatorda raqamlashtirishning yoshlar mehnat bozoriga ta’sirini baholashni va yoshlar mehnat bozorini tartibga solish yo‘llarini aniqlash uchun ko‘rsatkichlar o‘zgarishi tendentsiyalari va olingan natijalarni taqqoslashni ham o‘z ichiga oladi.

Tahlil va natijalar. Yoshlar bandligi deganda yoshlarning jamiyatda qonuniy, barqaror va samarali mehnat faoliyati bilan shug‘ullanishi tushuniladi. Bu jarayon iqtisodiyotning barcha tarmoqlariga ijobiy ta’sir ko‘rsatadi. Ish bilan ta’minlangan yoshlar iqtisodiy munosabatlarning faol ishtirokchisi sifatida milliy daromadni yaratishda bevosita qatnashadi. Yoshlar bandligining iqtisodiy ahamiyati mehnat resurslaridan samarali foydalanish, iqtisodiy faol aholi ulushini oshirish, ishsizlik va kambag‘allik darajasini pasaytirish hamda ichki iste’mol bozorini kengaytirish kabi jihatlarda namoyon bo‘ladi. Ushbu omillar umumiy iqtisodiy samaradorlikning oshishiga xizmat qiladi.

Yoshlar zamonaviy bilim va ko‘nikmalarga ega bo‘lgani sababli ish jarayonlariga innovatsion yondashuvlarni joriy etishda faol hisoblanadi. Axborot texnologiyalari, raqamli iqtisodiyot va innovatsion ishlab chiqarish jarayonlarida yoshlar mehnat unumdorligini oshirishda yetakchi kuch bo‘lib xizmat qiladi. Yoshlar yangi g‘oyalarga ochiq, yangiliklarni tez qabul qiladigan qatlam hisoblanadi. Ularning iqtisodiyotga jalb etilishi innovatsion mahsulot va xizmatlar yaratilishini rag‘batlantiradi. Bu esa iqtisodiy samaradorlikning sifat jihatdan o‘sishiga olib keladi.

Yoshlar bandligini ta’minlashda tadbirkorlik muhim o‘rin tutadi. Yoshlar tomonidan tashkil etilgan kichik biznes va startaplar yangi ish o‘rinlari yaratadi, raqobat muhitini kuchaytiradi va iqtisodiyotning diversifikatsiyasiga xizmat qiladi. Bu jarayon iqtisodiy samaradorlikni oshirishning muhim xususiyati hisoblanadi. Hamda yoshlar bandligi iqtisodiyotning turli tarmoqlarida samaradorlikni oshirishga xizmat qiladi. Xususan, sanoat sohasida yosh mutaxassislarning ishlab chiqarishga jalb etilishi texnologik yangilanishni tezlashtiradi, mahsulot sifati va raqobatbardoshligini oshiradi hamda eksport salohiyatini kengaytiradi. Qishloq xo‘jaligida zamonaviy agrotexnologiyalarni o‘zlashtirgan yoshlar yer va suv resurslaridan oqilona foydalanish, hosildorlikni oshirish va qayta ishlash tarmoqlarini rivojlantirishga hissa qo‘shadi.

Xizmatlar sohasida turizm, savdo, ta’lim va IT xizmatlarida yoshlar ishtiroki iqtisodiy samaradorlikni sezilarli darajada oshiradi.

Iqtisodiy samaradorlikni oshirishda ta’lim tizimining roli beqiyosdir. Ta’lim bilan mehnat bozori o‘rtasidagi uzviy bog‘liqlik yoshlar bandligini ta’minlashning asosiy sharti hisoblanadi. Kasbiy ta’lim, dual ta’lim tizimi, amaliyotga yo‘naltirilgan o‘quv dasturlari yoshlarning ish joyiga moslashuvchanligini oshiradi. Natijada ish beruvchilar uchun malakali kadrlar yetishib chiqadi, bu esa iqtisodiy samaradorlikni oshiradi. Davlat tomonidan amalga oshirilayotgan yoshlar siyosati esa iqtisodiy samaradorlikka bevosita ta’sir ko‘rsatadi. Yoshlar bandligini qo‘llab-quvvatlashga qaratilgan dasturlar imtiyozli kreditlar, kasbga qayta tayyorlash kurslari va bandlikka ko‘maklashish markazlari orqali amalga oshiriladi. Bu chora-tadbirlar natijasida ishsiz yoshlar soni kamayib, iqtisodiy faol aholi ulushi ortib boradi. Shularga asosan, yoshlar bandligini ta’minlash orqali iqtisodiy samaradorlikni oshirish quyidagi xususiyatlar bilan namoyon bo‘ladi (1-jadval).

1-jadval

Yoshlar bandligini ta’minlash orqali iqtisodiy samaradorlikni oshirish xususiyatlari

№	Xususiyatlari	Yoshlar bandligi mazmuni	Iqtisodiy samaradorlikka ta’siri
1	Mehnat unumdorligining oshishi	Yoshlarning zamonaviy bilim, kasbiy malakalar va raqamli ko‘nikmalarga ega bo‘lishi	Ishlab chiqarish hajmi ortadi, mahsulot tannarxi pasayadi va korxonalar raqobatbardoshligi oshadi
2	Innovatsion faollik	Yoshlar yangi g‘oyalarining innovatsion yechimlar va zamonaviy texnologiyalarni ishlab chiqarishga joriy etishi	Iqtisodiyotda sifat jihatdan o‘sish ta’minlanadi hamda yangi mahsulot va xizmatlar yaratiladi
3	Tadbirkorlikni rivojlantirish	Yoshlar tomonidan kichik biznes, startap va xususiy korxonalarni tashkil etilishi	Yangi ish o‘rinlari yaratiladi hamda raqobat muhiti kuchayadi va iqtisodiyot diversifikatsiyalanadi
4	Kadrlar salohiyatining oshishi	Malakali, zamonaviy bilimlarga ega va raqobatbardosh yosh mutaxassislar shakllanishi	Ishlab chiqarish samaradorligi oshadi hamda boshqaruv va mehnat sifati yaxshilanadi
5	Ichki bozorning kengayishi	Ish bilan ta’minlangan yoshlarning barqaror daromad manbaiga ega bo‘lishi	Iste’mol talabi ortib, tovarlar va xizmatlarga bo‘lgan ehtiyoj o‘sadi hamda iqtisodiy faollik rag‘batlanadi
6	Davlat budjeti daromadlarining oshishi	Soliq to‘lovchi yoshlar sonining ko‘payishi va rasmiy bandlikning kengayishi	Davlat budjeti barqarorligi ta’minlanadi hamda ijtimoiy va investitsion dasturlar moliyalashtiriladi
7	Ijtimoiy xarajatlarning qisqarishi	Yoshlar ishsizligi kamayishi natijasida nafaqa va ijtimoiy yordamlarga ehtiyojning pasayishi	Davlat mablag‘laridan samarali foydalanish imkoniyati ortadi

8	Mintaqaviy iqtisodiy rivojlanishi	Yoshlar bandligining shahar va qishloq hududlarida mutanosib ta’minlanishi	Hududlar o‘rtasida iqtisodiy nomutanosiblik kamayadi hamda barqaror mintaqaviy rivojlanish ta’minlanadi

Ushbu 1-jadvalda yoshlar bandligini ta’minlash orqali iqtisodiy samaradorlikni oshirishning asosiy xususiyatlari tizimli ravishda yoritilgan. Unda ko‘rinib turibdiki, yoshlarni ish bilan ta’minlash mehnat unumdorligini oshirish, innovatsion faollikni kuchaytirish va tadbirkorlikni rivojlantirish orqali iqtisodiyotga ijobiy ta’sir ko‘rsatadi. Shuningdek, yoshlar bandligi ichki bozorni kengaytiradi, davlat budjeti daromadlarini oshiradi hamda ijtimoiy xarajatlarni qisqartiradi. Natijada, umumiy iqtisodiy samaradorlik oshib, barqaror iqtisodiy rivojlanishga erishiladi.

Fikrimizcha, yoshlar bandligini ta’minlash faqat iqtisodiy emas, ya’ni ijtimoiy samaradorlikni ham oshiradi. Ish bilan ta’minlangan yoshlar barqaror daromad manbaiga ega bo‘ladi, ijtimoiy himoya tizimiga bog‘liqlik kamayadi va jamiyatda ijtimoiy barqarorlik mustahkamlanadi. Bu holat iqtisodiy taraqqiyot uchun sog‘lom muhit yaratishga xizmat qiladi. Rivojlangan mamlakatlar tajribasi esa shuni ko‘rsatadiki, yoshlar bandligiga qaratilgan maqsadli siyosat iqtisodiy samaradorlikni oshirishda muhim o‘rin tutadi. Yoshlar uchun moslashuvchan mehnat bozori, startap ekotizimi va innovatsion ta’lim tizimi yuqori iqtisodiy natijalarga olib keladi. Bu tajribalarni milliy sharoitga moslashtirish orqali iqtisodiy samaradorlikni oshirish mumkin.

Xulosa. Yoshlar bandligini ta’minlash orqali iqtisodiy samaradorlikni oshirish kompleks va ko‘p qirrali jarayondir. Yoshlarning mehnat bozorida faol ishtirok etishi mehnat unumdorligini oshiradi, innovatsion faollikni kuchaytiradi va iqtisodiy tarmoqlarni rivojlantiradi. Shu bois, yoshlar bandligini ta’minlashga qaratilgan davlat siyosati, ta’lim tizimini takomillashtirish va tadbirkorlikni qo‘llab-quvvatlash iqtisodiy samaradorlikni oshirishning eng muhim xususiyatlari sifatida namoyon bo‘ladi. Yoshlar bandligini ta’minlash orqali iqtisodiy samaradorlikni oshirish natijasida barqaror iqtisodiy o‘sish, ijtimoiy barqarorlik va innovatsion taraqqiyot ta’minlanadi. Bu jarayon mamlakat va mintaqalar iqtisodiy salohiyatini to‘liq ishga solish, aholi farovonligini oshirish hamda uzoq muddatli barqaror rivojlanishga erishishda muhim ahamiyat kasb etadi. Bu borada yoshlar bandligining kengayishi natijasida mehnat unumdorligi sezilarli darajada oshadi. Zamonaviy bilim, kasbiy malaka va innovatsion ko‘nikmalarga ega bo‘lgan yoshlar ishlab chiqarish jarayonlariga yangi texnologiyalar va samarali boshqaruv usullarini joriy etishga hissa qo‘shadi. Natijada mahsulot sifati yaxshilanib, tannarx kamayadi va korxonalarning raqobatbardoshligi ortadi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2024-yil 5-apreldagi “Yoshlarga yer ajratish orqali ularning daromadlarini oshirish va bandligini ta’minlash, shuningdek, yangi yer maydonlarini o‘zlashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi PQ-153-son Qarori. Manba: https://lex.uz/uz/docs/6867721
2. Shakarov Z.G. Yoshlarning ish bilan bandlik darajasini oshirish: muammo va imkoniyatlar. // “Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar” ilmiy-elektron jurnali, №6, noyabr-dekabr, 6/2021 (№ 00056). - 102 b.

3. Саидова М.Х. Молодёжная безработица на рынке труда узбекистана: проблемы и некоторые пути решения. // Иқтисод ва молия / Экономика и финансы, 2019, 9(129). - 43 b.
4. Ванкевич Е.В., Горовой С.О., Калиновская И.Н. Современные технологии реализации политики занятости молодежи на основе анализа востребованных на рынке труда навыков. // Вестник Витебского государственного технологичeского университета, 2021, № 1 (40). - с. 168.
5. Холмухамедов М.М. Совершенствование государственной поддержки занятости молодежи на рынке труда (на примере Самаркандской области). Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономичeских наук. - Т., 2011. - с. 5.
6. Левин Д.А. Политика содействия занятости молодежи в современных условиях. // Human Progress, 2023, Том9, Вып.5. - с. 8. URL: http://progresshuman.com/images/2023/Tom9_5/Levin.pdf
7. Чжан Ч. Регулирование занятости молодежи в условиях цифровизации сферы социально-трудовых отношений. // Автореферат диссертации на соискание ученой степени кандидата экономических наук. - Симферопол, 2023. - с. 6.

O‘ZBEKISTONNING XALQARO MOLIYA TIZIMIGA INTEGRATSIYALASHUVI DARAJASINING ASOSIY KO‘RSATKICHLARI TAHLILI

[1]Mirzamurodov Hojiakbar Abduraxmon o‘g‘li, [2]Raximov Mansur Maqsudbekovich
[1,2]UBS Toshkent filiali, “Iqtisodiyot” kafedrasi o‘qituvchisi
https://doi.org/10.5281/zenodo.18360257

Annotatsiya. *Mamlakatimiz mustaqillikka erishgach erkin ochiq bozor iqtisodiyotini shakllantirish, rivojlantirish va takomillashtirish uchun zarur bo‘lgan siyosiy, huquqiy, ijtimoiy, iqtisodiy va tashkiliy asoslarni barpo etish yillari sifatida munosib tarixiy voqelikka aylandi. Shuningdek, mamlakatimizda barqaror bank tizimi yaratilishi bilan xalqaro moliyaviy munosabatlar ko‘lami yanada kengayib bordi, bu holat o‘z navbatida xalqaro moliya institutlari va tijorat banklari o‘rtasida o‘zaro xamkorlik aloqalari rivojlanishiga qulay shart-sharoitlar yaratdi. Hozirgi kunda mamlakatimiz tijorat banklari hamda xalqaro moliya institutlari o‘rtasida bir qator samarali loyihalar amalga oshirilmoqda, bu esa respublikamiz iqtisodiyotini taraqqiy etishida mustahkam rol o‘ynamoqda.*

Kalit so‘zlar: *moliya korporatsiyasi, budjet siyosati, sayyohlik infratuzilmasi, bank infratuzilmasi, akkreditatsiya, to‘lov balansi, jahon xo‘jaligi, pul-kredit siyosati.*

Kirish

Bugungi kunda xalqaro moliyaviy institutlarning amaliy aloqalariga qisqacha to‘xtaladigan bo‘lsak, ulardan Xalqaro Valyuta Fondi (XVF), Jahon banki, Yevropa Tiklanish va Taraqqiyot Banki (YeTTB), Osiyo Taraqqiyot Banki (OTB) kabi yirik moliyaviy tashkilotlar bilan juda izchil va faol ishlar olib borilmoqda. Mazkur tashkilotlar biz tanlagan yo‘l va amalga oshirilayotgan islohotlarning to‘g‘ri ekanligiga qat’iy ishonch hosil qilganliklari uchun ham yaqin hamkorlik aloqalarini olib bormoqdalar.

O‘zbekiston Respublikasi Oliy Kengashining 1992 yil 2 iyulda O‘zbekiston Respublikasining “Xalqaro valyuta fondi (XVF)ga a’zolik to‘g‘risida”gi qarori qabul qilindi. O‘zbekiston Respublikasi 1992 yil 21 sentabrda XVFga a’zo bo‘lib kirdi hamda Vazirlar Mahkamasining 93-F raqamli 1993 yil 27 martdagi Farmoyishiga muvofiq respublikaning XVF imzo kvotasiga to‘lov amalga oshirildi.

O‘zbekiston Respublikasining Markaziy banki xalqaro moliya tashkilotlarining aloqa agentligi va avuarlar depozitariysi hisoblanadi va O‘zbekiston Respublikasining mazkur muassasalarga a’zoligi bilan bog‘liq operatsiyalarni amalga oshirish vakolatiga ega.

O‘zbekiston Respublikasining hukumati bilan kelishgan xolda Moliya vazirligi va Markaziy bank yuqorida qayd etilgan xalqaro tashkilotlar oldidagi qarz mablag‘lar olish, to‘lov foizlarini berish va respublika nomidan qarz majburiyatlarini joylashtirish bilan bog‘liq moliyaviy majburiyatlarning o‘z vaqtida bajarishni ta’minlaydi.

O‘zbekistonga XVFning missiyasi texnikaviy yordam ko‘rsatish va hukumatda hamda O‘zbekiston Respublikasi Markaziy bankida konsultatsiyalar o‘tkazish maqsadida muntazam kelib turadi. Missiyaning faoliyati iqtisod, moliya sho‘basi va statistika soxasidagi ishning axvolini o‘rganishga, shuningdek, keyingi iqtisodiy islohatlar yo‘nalishini aniqlashga qaratilgan.

XVF ekspertlarining o‘rganishlari natijasi bo‘yicha tavsiya va analitik materiallar ishlab chiqiladi, makroiqtisodiyot sohasidagi mavjud muammolarni xal qilish yo‘llari haqida tavsiyalar tayyorlanadi, bular barchasi Markaziy bank tomonidan amaliyotda hisobga olinadi. Bundan tashqari XVF bilan bitimning “Valyuta tartibiga nisbatan majburiyatlar” moddasiga muvofiq Fond missiyasi bir yilda kamida bir marta O‘zbekistondagi joriy makroiqtisodiy va valyuta siyosatining obzorini o‘tkazadi. Missiya ishi natijalari bo‘yicha tegishli hisobot tayyorlash bilan birga XVF ijrochi direktorlari kengashi muhokamasiga olib chiqiladi.

Xalqaro Valyuta Fondi ekspertlari bilan birgalikdagi xamkorlik va ishlash muayyan ijobiy natijalarni berdi. XVF bank qonunchiligini, buxgalteriyaning hisobga olish hisob raqamlari yangi rejasini xalkaro standartlarga muvofiq ishlab chiqishga, shuningdek hisobga olish va hisobotning yangi tizimini joriy etishga ko‘maklashdi, bu bank nazorati samarasi va uning me’yoriy negizi darajasini oshirish imkonini berdi. XVFning texnikaviy ko‘magi to‘lovlar elektron tizimini joriy etish va statistika ma’lumotlari yig‘ish tizimini yaxshilashga olib keldi.

XVF kreditlari milliy valyutani qo‘llab-quvvatlash, to‘lov balansini mustaxkamlashga ajratildi va bevosita O‘zbekiston hukumatiga beriladi. XVF raxbariyati va ekspertlari texnik yordam berish va Xukumat hamda Markaziy bankda maslahatlar o‘tkazish maqsadida bir necha bor O‘zbekiston Respublikasiga tashrif bilan keldi.

Adabiyotlar sharhi

Moliyaviy resurslar xalqaro moliyaviy institutlar va tashkilotlar faoliyati билан bog‘liq jarayonlar xorij iqtisodchi olimlaridan A.V.Anikin[1], V.B.Mantusov[2], M.Nikita[3], T.Gris[4] kabi qator iqtisodchi olimlarning ilmiy tadqiqot izlanishlarida o‘rin egallaydi. Shuningdek, moliyaviy resurslarning ma’lum bir qismini jahon darajasida markazlashtirilishi jahon xo‘jaligi ehtiyojlarini qondirishi, kreditni rivojlanishi, mamlakatlarning turli sohalardagi xalqaro loyihalar va dasturlarni amalga oshirilishidagi ishtiroki, to‘laligicha iqtisodiy integratsiyalashuvning o‘sishi kabi holatlar o‘zbek iqtisodchi olimlaridan Г.Г.Назарова, Н.Х.Хайдаров[5], A.V.Vahabov, D.A.Tadjibayeva, Sh.X.Xajibakiyev[6] N.X.Jumaev, O.Abduraxmonov[7] va boshqalar tomonidan amalga oshirilgan.

Tadqiqot metodologiyasi

Tadqiqotni olib borishda analiz va sintez, induksiya va deduksiya, statistika va taqqoslash kabi tadqiqot usullaridan foydalanildi.

Tahlil va natijalar

O‘zbekiston Respublikasi va XVF tomonidan iqtisodiy va moliyaviy masalalar bo‘yicha imzolangan Memorandumda respublika iqtisodiyoti islohotini davom ettirish, valyuta bozorini erkinlashtirish, xalqaro joriy operatsiyalar bo‘yicha milliy valyutani ayirboshlash qilinishi ta’minlash uchun zarur sharoitlarni yaratish bo‘yicha aniq chora-tadbirlar ko‘rsatilgan.

O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Maxkamasining “Xalqaro valyuta fondi bilan hamkorlikni mustahkamlash to‘g‘risida”gi 1998 yil 18 martdagi 118 qarori bilan iqtisodiy islohatlarni yanada rivojlantirish maqsadida valyuta va savdo tizimini yanada erkinlashtirish bo‘yicha tadbirlarni amalga oshirishga atroflicha yondoshishni ishlab chiquvchi ishchi guruxi tuzildi. Uning zimmasiga tashqi savdosi tartibga keltirishni yanada yaxshilash, birjadan tashqari valyuta bozorini mustahkamlash, valyuta tizimini erkinlashtirish va joriy operatsiyalar bo‘yicha milliy valyutaning almashtirishiga erishish hamda bir maromdagi almashinuv kursini belgilash, shuningdek XVF bilan bundan buyon xamkorlikka yondoshish va uning tamoyillari bo‘yicha takliflar ishlab chiqish yuklatildi.

Ishchi guruh tomonidan ishlab chiqilgan analitik takliflarda hozirgi vaqtda amal qilayotgan valyuta va savdo tartiblarining o‘ziga xos tomonlari ta’kidlanadi, shuningdek, erkinlashtirishning turli ko‘rinishlari (jadallashtirilgan va tadrijiy erkinlashtirish) tahlili o‘tkaziladi. Bundan tashqari, xujjatda xalqaro tashkilotlar tomonidan erkinlashtirish bo‘yicha tadbirlarni moliyaviy qo‘llab-quvvatlash imkoniyatlari muhokama etiladi. Shu bilan birga erkinlashtirish bo‘yicha tadbirlarni amalga oshirish qisqa muddatlar ichida bir qator noxush vaziyatlarga, shu jumladan, inflyatsiya o‘sishiga, pul-kredit va budjet tizimiga qisqa vaqtga bo‘lsa ham tazyiq o‘tishiga, shuningdek ba’zi korxonalarda vaqtinchalik moliyaviy qiyinchilpklar bo‘lishiga olib kelishi mumkinligi ma’qullanadi. Ularni minimallashtirish maqsadida erkinlashtirish va rasmiylashtirish kursini to‘g‘rilash bilan bir vaqtda, kelishib olingan tartibda pul-kredit va budjet siyosatini o‘tkazish maqsadga muvofiqdir.

Yuqorida ko‘rib o‘tilganlardan respublikada yuritilayotgan makroiqtisodiy siyosatni hisobga olib, valyuta bozorlarini bosqima-bosqich erkinlashtirish siyosati ma’qul ko‘rildi. 1992 yil sentabr oyidan boshlab O‘zbekiston Respublikasi Jahon bankining teng huquqli a’zosi hisoblanadi. 1992 yil 2 iyulda O‘zbekiston Respublikasining “Xalqaro valyuta fondi, Xalqaro tiklanish va taraqqiyot banki, Xalqaro taraqqiyot assosiasiasi, Xalqaro moliya korporatsiyasi, Investitsiyalarni kafolatlash bo‘yicha ko‘p tomonlama agentlikda O‘zbekiston Respublikasining a’zoligi to‘g‘risida”gi qonuni kuchga kirdi. Hozir Toshkentda Jahon bankning vakolatxonasi faoliyat yuritmoqda.

1-jadval.

O‘zbekistonda Jahon banki guruhi tomonidan amalga oshirilayotgan loyihalar[8]

Loyihalar	Moliyalashtirish manbasi	Moliyalashtrish hajmi, mln. AQSh doll.
Qishloq xo‘jaligi korxonalarini qo‘llab-quvvatlash loyihasi, 2-faza	XRA	108.0
Irrigatsiya infratuzilmalari va quvurlarni rekonstruksiya qilish loyihasi	XTTB/XRA	60
Maktab ta’limini rivojlantirish loyihasi, 2-faza	XRA	28.0
Farg‘ona vodiysida suv resurslarini boshqarish loyihasi	XRA	65.5
Samarqand va Buxoro shaharlarida quvurlar tizimi va tozalash inshoatlarini rekonstruksiya qilish loyihasi	XRA	55.0
Sanoat korxonalarida energiya samaradorligini	XRA	25.0

oshirish loyihasi		
Sirdaryo viloyatida suv ta’minotini yaxshilash loyihasi	XRA	88.0
Talimarjon issiqlik elektr stansiyasi (IES) qurilishi loyihasi	XTTB	110.0
Sog‘liqni saqlash tizimini modernizatsiyalash loyihasi (Salomatlik-3)	XRA	93.0
Elektr energiyasidan foydalanishni nazorat qilish va hisoblashning avtomatlashgan tizimini joriy etish loyihasi	XTTB	180.0
Olot va Qorako‘l tumanlarida suv ta’minotini yaxshilash loyihasi	XRA	82.0
Umumiy kreditlash hajmi		**894.5**

Jahon bankining mamlakatga ko‘mak berish bo‘yicha mo‘ljallangan Strategiyasi doirasida Davlatning ustuvor yo‘nalishlarini qo‘llab-quvvatlash uchun amalga oshirilayotgan dasturlar to‘plami asosiy 4 yo‘nalishga qaratilgan:

1) iqtisodiy o‘sish uchun sharoitni yaxshilash;

2) qishloqlarda iqtisodiy o‘sish imkoniyatlarini oshirish;

3) aholiga xizmat ko‘rsatish samaradorligini oshirish;

4) atrof-muhitni boshqarish hamda global ommaviy ehtiyojlarning taqdim etilishi.

Hozirgi kunda mamlakatimizda Jahon banki bilan hamkorlikda quyidagi loyihalar amalga oshirilmoqda:

– Qishloq xo‘jaligi korxonalarini qo‘llab-quvvatlash loyihasi;

– Irrigatsiya infratuzilmalari va drenajlarni rekonstruksiya qilish loyihasi;

– Maktab ta’limini rivojlantirish loyihasi;

– Farg‘ona vodiysida suv resurslarini boshqarish loyihasi;

– Samarqand va Buxoro shaharlarida quvurlar tizimi va tozalash inshoatlarini rekonstruksiya qilish loyihasi;

– Sanoat korxonalarida energiya samaradorligini oshirish loyihasi;

– Sirdaryo viloyatida suv ta’minotini yaxshilash loyihasi;

– Talimarjon issiqlik elektr stansiyasi (IES) qurilishi loyihasi;

– Sog‘liqni saqlash tizimini modernizatsiyalash loyihasi (Salomatlik-3);

– Elektr energiyasidan foydalanishni nazorat qilish va hisoblashning avtomatlashgan tizimini joriy etish loyihasi;

– Olot va Qorako‘l tumanlarida suv ta’minotini yaxshilash loyihasi va boshq.

Jahon banki O‘zbekistonga sog‘liqni saqlashning samarali tizimini tashkil etish borasida amalga oshirilayotgan loyihalarni moliyalashtirishda qatnashmoqda. Xususan, Jahon banki loyihasi O‘zbekistonning barcha viloyatlarida birlamchi tibbiy-sanitariya yordami sifatini

yaxshilashga yordam berdi. Shuningdek, bank tibbiyot xodimlarini o‘qitishni va sog‘liqni saqlashni moliyalashtirish masalalariga tavsiyalar berishni moliyalashtiradi. Jahon banki guruhiga kiruvchi tashkilotlar bilan amalga oshirilayotgan loyihalarni quyidagi jadval ma’lumotlari asosida ko‘rishimiz mumkin.

Bank O‘zbekistonda qishloq xo‘jaligi korxonalarini qo‘llab-quvvatlash loyihasi doirasida qishloq xo‘jaligi sohasida islohotlarni amalga oshirishga yo‘naltirilgan hamkorlikni ham amalga oshirmoqda. Kredit liniyasini amalga oshirish 95 500 gektar maydonda irrigatsiya va quvur tizimlarini yaxshilashga yordam berdi, shuningdek 600 fermer xo‘jaligi hamda oziq-ovqat mahsulotlarini qayta ishlash bo‘yicha kichik va rta korxonalar texnika, jihozlar sotib olish uchun 30 mln. AQSh dollari miqdorida kredit olishgan.

O‘zbekistonning G‘arbiy qismida yashovchi qariyb 2 millon qishloq aholisi xavfsiz va ishonchli suv ta’minotiga ega bo‘lishdi. Bu esa, ayniqsa Orol bo‘yi hududida kasallanish darajasini qisqartirishga yordam berdi. Bundan tashqari, Urganch, Buxoro va Samarqandda suv ta’minotini yaxshilash bo‘yicha loyiha doirasida sanitar-epidemiologiya va viloyat sog‘liqni saqlash markazlarining holati yaxshilandi.

Budjet hisobotining mukammalligini va muntazamligini takomillashtirish bo‘yicha bankning tavsiyalari davlat resurslaridan foydalanishda ichki shaffoflikni oshirishga yordam berdi. Shuningdek, 2011 yilda O‘zbekiston g‘aznachilik tizimida 2001 yilda davlat moliyasini boshqarishning axborot tizimiga asoslangan budjet tasnifini amalga oshirishda bankning tavsiyalari muhim o‘rin tutdi. Ilg‘or xorij tajribasiga muvofiq lizing tarmoqlari va uy-joy qurilishini moliyalashtirish bo‘yicha qo‘llanilgan tavsiyalar ushbu sohalarni rivojlantirishga imkon yaratdi.

Mamlakatimizning Osiyo Taraqqiyot Banki bilan o‘zaro hamkorlik aloqalari yetarli darajada faol rivojlanib bormoqda. O‘zbekiston Respublikasi 1995 yilda Osiyo taraqqiyot bankiga (OTB) a’zo bo‘lgan. O‘zbekistonda OTB bilan hamkorlikda amalga oshirilayotgan dastur va loyihalar 4 ta muhim sohalarga yo‘naltirilgan. Bular:

– qishloq xo‘jaligi;

– xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish;

– transport va bojxona tranziti sohalarida mintaqaviy hamkorlik;

– bolalikni himoya qilish va boshlang‘ich ta’limni egallashga qaratilgan ijtimoiy xizmatlarni takomillashtirish.

OTB 1996 yildan 2013 yilga qadar O‘zbekistonga 53 ta loyiha uchun umumiy summasi 4,06 mlrd bo‘lgan loyihalar tasdiqlanib, 1,5 mlrd. dollardan ortiq kreditlar ajratdi. Shuningdek, ushbu davrda OTB O‘zbekistonga 54,9 mln. dollar mikdorida texnik yordam ko‘rsatdi. OTB tomonidan berilayotgan moliyaviy yordamlarning sezilarli qismi ijtimoiy sohalarni isloh etishni moliyalashtirishga yo‘naltirilmoqda.

2013 yilda OTB quyosh energiyasidan foydalanishni rivojlantirish, chiqindilarni qayta ishlash, qishloqlarda suv ta’minoti tizimini yaxshilash, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish maqsadida 691 mln. AQSh dollari miqdorida kredit ajratgan.

OTB va O‘zbekiston o‘rtasida 2011-2015 yillarda infratuzilma, transport va aloqa tarmoqlarini rivojlantirishni jadallashtirish dasturi doirasida Maroqand – Qarshi uchastkasida temir yo‘llarni elektr energiyasi bilan ta’minlash loyihasi, qishloq joylarda tasdiqlangan namunaviy loyihalar asosida uy-joy qurilishi loyihasi, Andijon shahrida suv ta’minoti va sanitariya xizmatlarini yaxshilash loyihasi, Jizzax viloyatining Zafarobod va Arnasoy tumanlarida,

shuningdek, Qoraqalpog‘iston Respublikasi va Xorazm viloyatida qishloq aholi punktlarida suv ta’minotini yaxshilash loyihasi, elektr energiyasidan foydalanish samardorligini oshirish hamda elektr energiyasini nazorat qilish va hisoblashning avtomatlashgan tizimini joriy etish loyihasi bo‘yicha bitimlar imzolangan. Shu bilan bir qatorda OTB va mamlakatimiz hukumati o‘rtasida Quyosh energiyasi bo‘yicha qo‘shma xalqaro ilmiy tadqiqot institutini tashkil etish to‘g‘risida Memorandum imzolangan. Mazkur Memorandumga asosan OTB tomonidan quyosh energetikasini rivojlantirish loyihalarini amalga oshirishga mablag‘lar ajratilishi ko‘zda tutilgan.

O‘zbekistonda Osiyo Taraqqiyot Banki bilan amalga oshirilgan dasturlar va loyihalar xususan qishloq xo‘jaligi, xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish, irrigatsiya, suv resurslarini boshqarish, transport va bojxona tranziti hamda bolalikni muxofaza qilishga yo‘naltirilgan ijtimoiy xizmat ko‘rsatish turlari va boshlang‘ich ta’limni yaxshilash kabi sohalarni qamrab olgan.

O‘zbekiston 1992 yildan Yevropa Tiklanish va Taraqqiyot banki a’zosi hisoblanadi. YeTTB O‘zbekistonda xususiy sektorni rivojlantirishni qo‘llab-quvvatlashni amalga oshiruvchi eng yirik investorlardan biri hisoblanadi. YeTTB O‘zbekistonda o‘z faoliyati yettita yo‘nalishini belgiladi. Bular quyidagi sohalarni rivojlantirishga qaratiladi:

– moliya sektori va bank infratuzilmasi;
– kichik va o‘rta korxonalar;
– bozor infratuzilmasi;
– energetika majmuasi;
– paxtani qayta ishlash va yengil sanoatning boshqa tarmoqlari;
– sayyohlik infratuzilmasi;
– tabiiy resurslarni o‘zlashtirish.

O‘zbekiston Islom Taraqqiyot bankiga 2003 yil 3 sentabrda a’zo bo‘lib kirgan. Ushbu bank tomonidan mamlakatimizda qator loyihalarni moliyalashtirish amalga oshirildi, jumladan, mintaqaviy tez tibbiy yordam markazlarini zarur jihozlar bilan ta’minlash, elektr energiyasi uzatish tarmoqlarini qurish, kichik va xususiy biznes uchun moliyalashtirish liniyalari, kollejlar va umumta’lim maktablarini qurish va jihozlash, davlat moliyasini boshqarish islohotlarini o‘tkazishga ko‘maklashish va boshqalar. 2006 yilda Islom taraqqiyot banki missiyasining O‘zbekistonga tashrifi doirasida Islom taraqqiyot banki va O‘zbekiston Respublikasi hukumati o‘rtasida 2007-2009 yillardagi uch yillik xamkorlik dasturini ishlab chiqish to‘g‘risida Memorandum imzolandi. Shu bilan birgalikda ITB boshqaruvchilar kengashining 29 yillik yig‘ilishi doirasida O‘zbekiston Xususiy sektorni rivojlantirish bo‘yicha Islom korporatsiyasiga a’zo bo‘lib kirdi. Ushbu korporatsiya xususiy sektorni moliyalashtirishda faol ishtirok etmoqda, shuningdek, korxonalarni qayta qurish va xususiylashtirish dasturlarini amalga oshirishda davlat va xususiy sektorga maslahat xizmatlarini ko‘rsatib kelmoqda.

Hozirgi kunda Islom taraqqiyot banki tomonidan O‘zbekiston Respublikasida kichik biznesni rivojlantirish, energetika, sog‘liqni saqlash, ta’lim kabi sohalarga yo‘naltirilgan 11 loyihani amalga oshirish uchun 140,22 mln.dollar ajratilgan. Shunindek, Islom taraqqiyot banki va O‘zbekiston Respublikasi hukumati o‘rtasida 14 loyihani o‘z ichiga olgan xamkorlik dasturi ishlab chiqilgan. Mazkur dastur doirasida ta’lim, sog‘liqni saqlash, infratuzilmani rivojlantirish (suv ta’minoti, uy-joy kommunal xo‘jaligi va boshq.), energetika, kichik biznesni rivojlantirish, qishloq xo‘jaligi kabi sohalarni moliyalashtirish ko‘zda tutilgan bo‘lib uning umumiy qiymati 418,15 mln.AQSh dollarini tashkil etadi.

Hozirda Islom taraqqiyot banki O‘zbekiston hamkorlik qilayotgan xalqaro moliya institutlari orasida yetakchi o‘rinlardan birini egallab, mamlakat iqtisodiyotida tarkibiy o‘zgarishlarni amalga oshirishda muhim ahamiyat kasb etadi.

O‘zbekiston Respublikasining Islom taraqqiyot bankiga qisqa vaqt oralig‘idagi a’zoligi mobaynida, Bank bilan moliyaviy va texnik hamkorlik barqaror rivojlanib, ijobiy istiqbollarga ega bo‘ldi.

O‘zbekistonga bank tomonidan sog‘liqni saqlash, ta’lim, irrigatsiya va melioratsiya, energetika, suv ta’minoti, kommunal xo‘jalik, yo‘l infratuzilmasini rivojlantirish, kichik biznesni qo‘llab quvvatlash kabi sohalarda 15 ta loyihani amalga oshirish uchun 463,8 million AQSh dollari ajratilgan.

Islom taraqqiyot banki Boshqaruvchilar kengashining har yil o‘tkaziladigan va Jidda shahrida bo‘lib o‘tgan 36 yig‘ilishi davomida O‘zbekiston Respublikasi bilan Islom taraqqiyot banki o‘rtasida 2011-2013 yillarga mo‘ljallangan uch yillik Dasturni amalga oshirishga doir hamkorlik to‘g‘risida Memorandum imzolandi. Unda infratuzilmaviy loyihalarni moliyalashtirish ko‘lamini ko‘paytirish va umumiy qiymati 655,5 million dollarni tashkil etgan 11ta loyihani amalga oshirish

nazarda tutilgan.

Yuqoridagilarga asoslangan holda, aytish mumkinki, Xalqaro Valyuta Fondi, Jahon banki, Yevropa Tiklanish va Taraqqiyot banki, Osiyo taraqqiyot banki hamda Islom taraqqiyot banki mamlakatimizda qator istiqbolli loyihalarni amalga oshirishda o‘zining mablag‘larini ajratish bilan faol ishtirok etmoqda. Shuningdek, mamlakatimizdagi bir qator investitsion loyihalarni amalga oshirishda ham mazkur

tashkilotlarning o‘rni muhimdir.

O‘zbekiston Respublikasi mustaqillik yillarida strategik manfaatlarini takomillashtirib borib, dunyoning turli joylarida va ayniqsa, Markaziy Osiyo mintaqasida barqarorlikni mustahkamlash sohasida xalqaro va mintaqaviy tashkilotlar bilan faol hamkorlikni yo‘lga qo‘ydi.

O‘zbekistonning jahon mamlakatlari bilan iqtisodiy integratsiyalashuvi milliy iqtisodiyot samaradorligini oshirishning muhim omili hisoblanadi, shuningdek, fan-texnika taraqqiyotini jadallashtirishga, millatlar va elatlarning yaqinlashuviga, aholi

turmush darajasini oshirishga yordam beradi. Mamlakatlarning muayyan integratsion tashkilot doirasida birlashuvi, ular o‘rtasida mahsulotlar, xizmatlar va kapital harakati bilan bog‘liq munosabatlarni rivojlanishiga ijobiy ta’sir ko‘rsatadi. Shu bilan birgalikda, mamlakatlar o‘rtasida yangi texnologiyalarning erkin tarqalishiga, ularning milliy iqtisodiyotlarda ishlab chiqarish tarmoqlarini rivojlantirish jarayoniga joriy etilishiga qulay zamin yaratadi va pirovardida iqtisodiyot barqarorligiga erishishga ko‘maklashadi.

O‘zbekistonda iqtisodiy integratsiyani rivojlantirish siyosati avvalo, milliy iqtisodiyotning barqaror darajada o‘sishini ta’minlash hamda jahondagi taraqqiy etgan mamlakatlar qatoriga kirishiga yo‘naltirilgan. Xalqaro iqtisodiy integratsiya jarayoni kuchayishi barobarida, O‘zbekiston Respublikasi Markaziy Osiyo, MDH davlatlari, Yevropa Ittifoqi mamlakatlari bilan hamkorlik aloqalarini rivojlantirib

bormoqda.

O‘zbekistonning Shanxay hamkorlik tashkiloti, MDH va Iqtisodiy Hamkorlik Tashkiloti kabi integratsion birlashmalarda ishtirok etishi mamlakatimizning jahon xo‘jaligidagi o‘rnini

yanada mustahkamlashda muhim o‘rin tutmoqda. Mamlakatimiz 2001 yil iyun oyida Shanxay hamkorlik tashkilotiga (ShHT) a’zo bo‘lib, uning muassisi va teng huquqli qatnashchisiga aylandi.

O‘zbekiston Respublikasi hamda Shanxay hamkorlik tashkilotiga a’zo davlatlar hududida akkreditatsiyadan o‘tkazilgan qo‘shma korxonalar va vakolatxonalar soni xo‘jalik sub’ektlari darajasida kooperatsiyaviy aloqalarning faol rivojlanayotganidan dalolat beradi. 2012 yil 1 yanvar holatiga ko‘ra O‘zbekiston Respublikasi hududida Shanxay hamkorlik tashkilotiga a’zo davlatlar investorlari ishtirokida 1601 ta korxona faoliyat yuritayotgan bo‘lib, ulardan 270 tasi 100 foiz xorijiy sarmoya hisobiga tashkil etilgan.

O‘zbekiston Respublikasi Tashqi iqtisodiy aloqalar, investitsiyalar va savdo vazirligida Shanxay hamkorlik tashkilotiga a’zo davlatlar firma va kompaniyalarining 178 ta vakolatxonasi akkreditatsiyadan o‘tkazilgan. Shanxay hamkorlik tashkilotiga a’zo davlatlar hukumat rahbarlari Kengashining qarori bilan Ko‘p tomonlama savdo iqtisodiy hamkorlik dasturi tasdiqlandi. Shanxay hamkorlik tashkilotiga a’zo davlatlar tomonidan mazkur Dasturni amalga oshirish yuzasidan qisqa muddatli, o‘rta muddatli va uzoq muddatli bosqichma bosqich tadbirlar Rejasi ishlab chiqilgan.

Xulosa va takliflar

O‘zbekiston Respublikasining eksport salohiyatini rivojlantirish buyicha yaqin kelajakka mo‘ljallangan strategiyasining asosiy yo‘nalishlari quyidagilardan iborat:

birinchidan, eksportni rag‘batlantirish uchun avvalo, barqaror makroiqtisodiy sharoit yaratish, inflyatsiya sur’atini prognoz darajasida ushlab turish, valyuta almashtirish kurslarining keskin tebranishlariga yo‘l qo‘ymaslik;

ikkinchidan, xo‘jalik yurituvchi sub’ektlarning mulk shaklidan qat’iy nazar, import qilinayotgan ishlab chiqarish vositalarini olish uchun bir xil imkoniyatga ega bo‘lishlarini ta’minlash;

uchinchidan, yetuk mutaxassislarni tayyorlash va qayta tayyorlash borasidagi islohotlarni davom ettirish;

to‘rtinchidan, eksport salohiyatini rag‘batlantirish maqsadida ishlab chiqarish tarmoqlarida yuqori texnologiyalardan foydalanish ko‘lamini kengaytirish;

beshinchidan, mamlakatda erkin iqtisodiy zonalarni tashkil etish va rivojlantirish asosida eksport salohiyatini oshirish.

Eksport hajmini oshirish, uning tarkibini takomillashtirish, umuman tashqi savdo aylanmasini divesifikatsiya qilish iqtisodiyotimiz tarkibiy tuzilishida sifat o‘zgarishlariga erishish, uning raqobatbardoshligini oshirish orqali iqtisodiy yuksalish va aholi turmush farovonligini yanada ko‘tarish maqsadlariga xizmat qiladi.

Jahon banki O‘zbekistonga sog‘liqni saqlashning samarali tizimini tashkil etish borasida amalga oshirilayotgan loyihalarni moliyalashtirishda qatnashmoqda. Xususan, Jahon banki loyihasi O‘zbekistonning barcha viloyatlarida birlamchi tibbiy-sanitariya yordami sifatini yaxshilashga yordam berdi. Shuningdek, bank tibbiyot xodimlarini o‘qitishni va sog‘liqni saqlashni moliyalashtirish masalalariga tavsiyalar berishni moliyalashtiradi.

ADABIYOTLAR

1. Аникин, А.В. Золото. Международный экономический аспект: моногр. / А.В. Аникин. - М.: Международные отношения; Издание 2-е, перераб. и доп., 1988. - 331 с.

2. Мантусов, В. Б. Международная экономическая интеграция в современных мирохозяйственных отношениях / В.Б. Мантусов. - М.: Юнити-Дана, 2011. - **388** с.
3. Мендкович, Никита На пути к евразийскому экономическому чуду. Россия и интеграция на постсоветском пространстве / Никита Мендкович. - М.: Алгоритм, 2015. - 238 с.
4. Грис, Т. Мировая экономика. Современные теории. Экономическая интеграция. Глобализация рынков / Т. Грис, А. Леусский, Е. Лозовская. - М.: Питер, 2001. - 320 с.
5. Назарова Г.Г., Хайдаров Н.Х. Халкаро иқтисодий муносабатлар. – Т.: ТДИУ, 2005.-273 б.
6. Vahabov A.V, Tadjibayeva D.A, Xajibakiyev Sh.X. Jahon iqtisodiyoti va xalqaro iqtisodiy munosabatlar. Darslik.- T.: Baktria press, 2015.- 584 b.
7. Жумаев Н.Х, Абдурахмонов О. Жаҳон молиявий-иқтисодий инқирози: сабаблари ва уни бартараф этиш муаммолари. Монография. – Т.: Akademneashr, 2010. – 160 б.
8. https://mf.uz/uz- Ўзбекистон Республикаси Молия вазирлиги ахборот сайти маълумотлари

ECONOMETRIC MODELING OF REGIONAL ECONOMIC GROWTH IN DIGITAL TRANSFORMATION

(Based on the integration of Big Data and ML methods)

Kuchaboyev Ruslan Tellayevich
University of Economics and Pedagogy
Senior lecturer of the Department of "Computer Systems"
https://doi.org/10.5281/zenodo.18360270

Abstract. *In the context of the emergence of a digital economy, regional economic development is increasingly dependent on the level of digitization, the use of big data and modern analytical tools. This article explores methods for econometric modeling of regional economic growth based on traditional panel models and their expansion with Big Data technologies and machine learning methods. The aim is to quantitatively assess the impact of digital factors on regional economic growth and compare the effectiveness of classical econometric models with models enhanced on the basis of ML.*

Keywords: *economic growth, regional economics, econometrics, digital economics, Big Data, machine learning, panel data.*

Mazmunnoma: *Raqamli iqtisodiyot shakllanayotgan sharoitda mintaqaviy iqtisodiy rivojlanish tobora raqamlashtirish darajasi, katta hajmdagi ma'lumotlar va zamonaviy tahliliy vositalardan foydalanishga bog'liq bo'lib bormoqda. Ushbu maqolada mintaqaviy iqtisodiy o'sishni ekonometrik modellashtirish usullari an'anaviy panel modellari asosida hamda ularni Big Data texnologiyalari va mashinaviy o'rganish usullari bilan kengaytirish orqali tadqiq etiladi. Raqamli omillarning mintaqaviy iqtisodiy o'sishga ta'sirini miqdoriy baholash va klassik ekonometrik modellar samaradorligini ML asosida kuchaytirilgan modellar bilan solishtirishdan iborat.*

Kalit so'zlar: *iqtisodiy o'sish, mintaqaviy iqtisodiyot, ekonometrika, raqamli iqtisodiyot, Big Data, mashinaviy o'rganish, panel ma'lumotlar.*

Аннотация. *В условиях становления цифровой экономики региональное экономическое развитие все больше зависит от уровня цифровизации, использования больших данных и современных аналитических инструментов. В данной статье рассматриваются методы эконометрического моделирования регионального экономического роста на основе традиционных панельных моделей и их расширение с использованием технологий больших данных и методов машинного обучения. Цель состоит в количественной оценке влияния цифровых факторов на региональный экономический рост и сравнении эффективности классических эконометрических моделей с моделями, усовершенствованными на основе машинного обучения.*

Ключевые слова: *экономический рост, региональная экономика, эконометрика, цифровая экономика, Big Data, машинное обучение, панельные данные.*

INTRUDUCTION

Regional economic growth is one of the main categories of modern economic science, since it is at the regional level that disparities in economic structures, institutional differences, and the

impact of economic policies are most clearly manifested. In recent years, digitalization processes have significantly changed the mechanisms of economic growth, which requires a revision of traditional methods of its analysis and forecasting.

The development of the digital economy is characterized by a sharp increase in the volume of economic data, the diversity of information sources and the expansion of computational capabilities. In this regard, Big Data and machine learning methods are becoming an important addition to classical econometric tools. However, despite the active introduction of new technologies, econometric modeling remains the methodological basis of empirical economic research and ensures the statistical validity and interpretation of the results.

The relevance of this study is determined by the need to integrate econometric models with modern IT tools in order to more accurately analyze regional economic growth. The study focuses on their rational combination, not on replacing econometrics with machine learning.

LITERATURE ANALYSIS

The scientific study of the regional economy and its development has been the focus of attention of economists. In particular, the research of the following scientists has served as an important theoretical and practical basis for this topic. British economist A. Venables has deeply analyzed the impact of agglomeration processes, transport costs and international trade on regional growth in regional economic development. His work has served as a theoretical foundation for determining the competitiveness of regions. [4]

P. Krugman developed the theory of the "new economic geography". He substantiated the economic centralization, trade flows and the interdependence between regions through mathematical models. These studies determined the main directions of the methodology of regional economic modeling. [5]

Japanese scholar M. Fujita, in collaboration with P. Krugman, developed theories of regional development and urbanization. He studied the relationship between regional clustering, the location of production centers, and economic development using econometric methods. [6]

H. Glenn's work explores the impact of innovation factors, the knowledge economy, and human capital on regional development. He particularly emphasizes the role of technological factors and innovation policies in economic growth. [7]

The problem of regional economic growth is central to neoclassical and institutional economic theory. The work of Solow and Romer provided a theoretical framework for analyzing the factors of economic growth, including capital, labor, and technological progress. These models were later adapted to the regional level using panel data.

RESEARCH METHODOLOGY

Fixed and random effects models, as well as gradient boosting and random forest algorithms, were used as the methodological basis. The research results show that the integration of digital data and machine learning tools increases the forecast accuracy and explanatory power of econometric models. The practical significance of the research is determined by the possibility of applying the proposed approach in the development of regional economic policy in the context of digital transformation.

DISCUSSION AND ANALYSIS

Modern research emphasizes the increasing role of digitalization as a factor of economic growth. A number of authors note that the development of digital infrastructure, the expansion of Internet access, and the use of information technologies have a positive impact on labor

productivity and investment activity in regions. At the same time, empirical assessment of these effects requires an expansion of the set of traditional econometric tools.

In recent years, the direction of applying Big Data and machine learning methods in economic research has been rapidly developing. Although machine learning methods demonstrate a high level of predictive ability, they are often criticized for their insufficient interpretability. Therefore, interest in hybrid models that combine econometric rigor and the computational power of IT tools is growing in the scientific literature.

However, despite the large number of existing publications, the issue of integrating machine learning into the process of econometric modeling of regional economic growth has not been sufficiently systematized. This fact determines the scientific novelty of this study.

Integrating Big Data and machine learning. The second stage of the study uses Random Forest and Gradient Boosting algorithms. These methods allow us to identify complex nonlinear relationships between variables and increase forecast accuracy.

Big Data used in the form of expanded digital indicators, which include data on internet activity, the density of digital services, and the use of electronic platforms. In this case, the econometric model remains the main tool of analysis, while the results of machine learning are used to conduct comparative analysis and validate the conclusions drawn.

The empirical basis of the study is formed on the basis of regional statistical data over many years. The main sources of information are national statistical services and open databases of socio-economic indicators.

Econometric model the following panel regression is used as:

$$GDP_{it} = \alpha + \beta_1 Inv_{it} + \beta_2 Lab_{it} + \beta_3 Dig_{it} + \mu_i + \varepsilon_{it}$$

here:

GDP_{it}- gross regional product of region i in period t;
Inv_{it}- investments in fixed capital;
Lab_{it}- employment or labor resources;
Dig_{it}- digitization index of the region;
μ_i- individual regional effects;
ε_{it}- random error.

The model is estimated based on fixed (FE) and random (RE) effects, the selection of which is carried out using the Hausman test.

The results of the panel model evaluation showed that investment and employment have a statistically significant impact on regional economic growth. The digitalization variable also shows a positive and significant coefficient, confirming the hypothesis regarding the role of digital factors in shaping the economic growth process.

The comparative analysis showed that fixed effects models had a higher explanatory power than random effects models. The use of machine learning methods made it possible to identify nonlinear effects of digitalization, but these effects are not fully reflected within the framework of linear econometric models.

Models supplemented with machine learning methods showed higher results in terms of forecast accuracy, but econometric models provided a more accurate and understandable interpretation of the impact of individual factors.

The results obtained are consistent with the conclusions of modern research on the positive impact of digitalization on economic growth. Unlike purely computational approaches, the

proposed model allows us to preserve the economic interpretation of the coefficients, which is of great importance for the development of economic policy.

Integrating Big Data and machine learning methods does not replace econometrics, but rather extends its analytical capabilities. This approach is particularly promising for regional studies where data are highly asymmetric.

Today, when forecasting regional changes, factors such as macroeconomic indicators (GDP growth rate, investment volume, employment rate), social indicators (education and healthcare coverage, per capita income), as well as digital infrastructure and environmental sustainability criteria (Internet coverage, integration of green technologies) are studied in a comprehensive manner.

Table 1

System of endogenous and exogenous indicators of regional economic development

Indicator type	**Direction**	**Main indicators**
Endogenous indicators	Result indicators	- GDP (GRP, GRDP): - regional gross product volume - volume of industrial production - per capita income - employment rate / number of new jobs - export volume or foreign trade balance - regional development index (composite index)
Exogenous indicators	Economic factors	Investment volume (INV), including FDI: - diversification of industrial enterprises (HHI, share of sectors) - transport and logistics indicators (cargo turnover, length of roads, transport costs) - sales volume and retail turnover
	social factors	- population size and demographic composition - human capital (quality of education, number of qualified personnel, health indicators) - employment and unemployment rates - tourism flows and service sector indicators
	innovative and digital factors	- research and development expenses (R&D) - share of digital services (IT sector, e-commerce volume) - number of techno parks and startups - export of innovative products
	Ecological and resource factors	- energy supply and consumption - share of renewable energy - waste recycling rate - the volume of use of natural resources
	Institutional factors	Legislative Quality and Regulation Index: - regional budget expenditures - number of regional cooperation and integration projects

		- business environment and Doing Business indicators

The close interdependence and dynamics of these factors provide the basis for developing forecast models necessary for reducing interregional disparities, effectively allocating resources, and implementing targeted regional policies.

CONCLUSION

The article develops and practically tests an approach to econometric modeling of regional economic growth in the context of a digital economy. It is proven that digital factors have a statistically significant impact on the economic development of regions. The integration of Big Data and machine learning methods increases the accuracy of econometric analysis and forecasting, while preserving the methodological foundations of econometrics.

The results of the study can be used in the process of formulating regional development strategies, as well as in further scientific research in the fields of econometrics and digital economics.

REFERENCES

1. Mullajonov, A.M. (2021). *Raqamli iqtisodiyot: nazariya va amaliyot.* Toshkent: Iqtisodiyot nashriyoti.
2. Abdurahmonov, Q.X. (2020). *Iqtisodiy o‘sish va mintaqaviy rivojlanish.* Toshkent: Fan va texnologiya.
3. Айвазян, С. А. (2020). *Эконометрика*. Москва: Магистр; ИНФРА-М.
4. Venables A.J. Trade and trade policy with imperfect competition: the theory of the second best. Journal of International Economics, 1990.
5. Krugman P. Geography and Trade. MIT Press, Cambridge, 1991.
6. Fujita M., Krugman P., Venables A. The Spatial Economy: Cities, Regions and International Trade. MIT Press, Cambridge, 1999.
7. Glenn H. Regional Innovation Systems and Economic Development. Routledge, London, 2007.
8. Магнус, Я. Р., Катышев, П. К., & Пересецкий, А. А. (2019). *Эконометрика. Начальный курс*. Москва: Дело.
9. Клейнер, Г. Б. (2018). Цифровая экономика и системная трансформация экономики. *Вопросы экономики*, (6), 71-86.
10. Wooldridge, J. M. (2020). *Introductory econometrics: A modern approach*. Boston: Cengage Learning.
11. Baltagi, B. H. (2021). *Econometric analysis of panel data.* Cham: Springer.

KORXONALARNING YASHIL MARKETING STRATEGIYASINI ISHLAB CHIQISHDA ISTE'MOLCHI XULQ-ATVORINING TA'SIRI

Sapayev Axmed Durdibayevich
Ranch Texnologiya Universiteti "Iqtisodiyot" kafedrasi v.v b. dotsenti
https://doi.org/10.5281/zenodo.18360314

Annotatsiya. *Ushbu maqolada iste'molchilarning ekologik xabardorligi va xulq-atvori korxonalarning yashil marketing strategiyasini shakllantirishga qanday ta'sir ko'rsatishini o'rganilgan. Tadqiqotda rejali xulq-atvor nazariyasi (TPB) asosida iste'molchilarning yashil mahsulotlarni sotib olish niyati va haqiqiy xarid xulq-atvori o'rtasidagi bog'liqlik tahlil qilingan. To'qimachilik sanoati misolida yashil marketing strategiyalarini joriy etish bo'yicha amaliy tavsiyalar ishlab chiqilgan.*

Kalit so'zlar: *yashil marketing, iste'molchi xulq-atvori, barqaror iste'mol, eko-belgilash, rejali xulq-atvor nazariyasi, ekologik xabardorlik, greenwashing, barqaror rivojlanish*

Аннотация. *В данной статье исследуется, как экологическая осведомлённость и поведение потребителей влияют на формирование стратегии зелёного маркетинга компаний. В рамках исследования проанализирована взаимосвязь между намерением потребителей покупать экологичные продукты и их фактическим покупательским поведением на основе теории запланированного поведения (TPB). На примере текстильной промышленности разработаны практические рекомендации по внедрению стратегий зелёного маркетинга.*

Ключевые слова: *зелёный маркетинг, поведение потребителей, устойчивое потребление, экологическая маркировка, теория запланированного поведения, экологическая осведомлённость, greenwashing, устойчивое развитие*

Abstract. *This article examines how consumer environmental awareness and behavior influence the formation of corporate green marketing strategies. Based on the Theory of Planned Behavior (TPB), the study analyzes the relationship between consumers' intention to purchase green products and their actual buying behavior. Using the textile industry as a case study, the paper provides practical recommendations for implementing green marketing strategies.*

Keywords: *green marketing, consumer behavior, sustainable consumption, eco-labeling, theory of planned behavior, environmental awareness, greenwashing, sustainable development*

KIRISH

Jahon iqtisodiyotida barqaror rivojlanish paradigmasi tobora muhim ahamiyat kasb etmoqda. Iqlim o'zgarishi, tabiiy resurslarning kamayishi va ekologik muammolarning keskinlashuvi korxonalarni o'z marketing strategiyalarini qayta ko'rib chiqishga undamoqda. PwC kompaniyasining 2024-yildagi Voice of the Consumer tadqiqotiga ko'ra, dunyo bo'ylab 20,000 dan ortiq iste'molchi so'rovida qatnashgan respondentlarning 85 foizi o'z kundalik hayotida iqlim o'zgarishining salbiy ta'sirini bevosita his qilayotganini ta'kidlagan [1]. Bu holat iste'molchilar xulq-atvorida tubdan o'zgarishlarni keltirib chiqarmoqda va korxonalarni yashil marketing strategiyalarini ishlab chiqishga undamoqda.

Yashil marketing konsepsiyasi 1960-1970-yillardagi ekologik harakatlar davomida shakllana boshlagan bo‘lib, hozirgi kunda u korxonalar uchun raqobatbardoshlikni ta’minlashning muhim omillaridan biriga aylangan [2]. Polonsky ta’kidlaganidek, yashil marketing strategiyalari iste’molchilar talablarini qondirish bilan birga, atrof-muhitga mas’uliyatli yondashuvni targ‘ib qiluvchi turli xil yondashuvlarni o‘z ichiga oladi [3]. Zamonaviy tadqiqotlar shuni ko‘rsatmoqdaki, iste’molchilarning 80 foizi o‘zlari sotib olayotgan mahsulotlarning atrof-muhitga ta’siriga e’tibor qaratmoqda, bu esa 2023-yildagi 68 foiz va 2022-yildagi 66 foizdan sezilarli darajada yuqori [4].

O‘zbekiston kontekstida to‘qimachilik sanoati alohida ahamiyatga ega. UNECE ma’lumotlariga ko‘ra, O‘zbekiston to‘qimachilik va tikuvchilik sanoatida barqarorlik va aylanma iqtisodiyot tamoyillarini joriy etish yo‘nalishida faol ishlayapti [5]. 2022-yilda to‘qimachilik mahsulotlari eksporti 3.2 milliard AQSh dollariga yetgan holda, yetakchi sanoatdan biri sifatida qayd etilgan [6]. Biroq, global bozorga kirib borish uchun ekologik standartlarga muvofiqlik, ta’minot zanjirida shaffoflik va kuzatuvchanlik muhim talablar bo‘lib qolmoqda.

Global bozorda ekologik mahsulotlarga talab yildan-yilga oshib bormoqda. NYU Stern Center for Sustainable Business ma’lumotlariga ko‘ra, barqaror sifatida pozitsiyalangan mahsulotlar oddiy mahsulotlarga nisbatan 2.7 baravar tezroq o‘sish sur’atini namoyish etmoqda [7]. Bu tendensiya korxonalarni yashil marketing strategiyalarini ishlab chiqishga undaydi. Biroq, greenwashing — yolg‘on ekologik da’volar — muammosi iste’molchilar ishonchiga salbiy ta’sir ko‘rsatmoqda [8]. Shuning uchun, samarali yashil marketing strategiyasi haqiqiy ekologik majburiyatlarga asoslanishi lozim.

Tadqiqotning maqsadi iste’molchilarning ekologik xulq-atvori va korxonalarning yashil marketing strategiyasi o‘rtasidagi o‘zaro bog‘liqlikni ilmiy asoslash, hamda O‘zbekiston korxonalari uchun amaliy tavsiyalar ishlab chiqishdan iborat. Tadqiqot rejali xulq-atvor nazariyasi (Theory of Planned Behavior) asosida amalga oshirilgan bo‘lib, iste’molchilarning yashil mahsulotlarni sotib olish niyati va haqiqiy xarid xulq-atvori o‘rtasidagi bog‘liqlikni tahlil qilishga qaratilgan.

ADABIYOTLAR SHARHI

Yashil marketingning nazariy asoslari

Yashil marketing kontseptsiyasi ekologik jihatdan foydali xususiyatlar va tamoyillarni o‘z ichiga olgan mahsulot va xizmatlarni targ‘ib qilishning kompleks strategiyasi sifatida ta’riflanadi [9]. Peattie va Peattie ta’kidlaganidek, yashil marketing tabiiy muhitga kamroq zarar yetkazadigan tovar va xizmatlarni ilgari surish amaliyotini anglatadi [2]. Kumar va Pansarining tadqiqotlari shuni ko‘rsatadiki, so‘nggi yillarda iste’molchilar o‘z qadriyatlariga mos keladigan mahsulotlarni talab qila boshlagan [10].

Yashil marketing strategiyasining asosiy elementlari quyidagilarni o‘z ichiga oladi: ekologik mahsulot innovatsiyasi, barqaror qadoqlash, yashil narxlash siyosati va atrof-muhitga yo‘naltirilgan kommunikatsiya [11]. Kotler va boshqalarning fikricha, mahsulot innovatsiyasi orqali atrof-muhitga ta’sirni kamaytirish ko‘zlangan ekologik toza mahsulotlarni yaratish yashil marketingning muhim tarkibiy qismi hisoblanadi [12]. Yashil marketing 4P modeli (Green Marketing Mix) quyidagi elementlarni o‘z ichiga oladi: yashil mahsulot (qayta ishlanuvchi materiallar, energiya tejovchi xususiyatlar), yashil narx (ekologik qiymatni aks ettiruvchi narxlash), yashil joy (ekologik tarqatish kanallari), yashil targ‘ibot (eko-belgilash, shaffof kommunikatsiya) [13].

MDPI jurnalida chop etilgan tahlilga ko‘ra, yashil marketing konseptual asoslari korxonalarga strategik va taktik darajada ekologik qarorlar qabul qilish imkonini beradi [14]. Yashil marketingning tizimli strukturasi kompaniyalarga tovarlar assortimenti, sifat, brend nomlari, narxlash, chegirmalar, to‘lov shartlari, tarqatish shartlari, targ‘ibot strategiyasi va individual qo‘llab-quvvatlash harakatlari sohasida strategik qarorlar qabul qilish imkonini beradi. Ilmiy nuqtai nazardan, yashil marketingga o‘tish korxonalar uchun o‘z maqsadlariga eng samarali tarzda erishish va iste’molchilar ehtiyojlarini eng yaxshi tarzda qondirish uchun muhim ahamiyatga ega.

Rejali xulq-atvor nazariyasi va yashil iste’mol

Ajzen tomonidan taklif etilgan rejali xulq-atvor nazariyasi (TPB) iste’molchilar xulq-atvorini bashorat qilish va tushunish uchun nazariy asos yaratadi [15]. Ushbu nazariya uchta asosiy omilni e’tiborga oladi: munosabat (attitude) — ma’lum bir ob’ektga nisbatan ijobiy yoki salbiy baho; sub’ektiv me’yorlar (subjective norms) — ma’lum vazifalarni bajarish yoki bajarmaslik uchun ijtimoiy bosim; idrok etilgan xulq nazorati (perceived behavioral control) — o‘z xulq-atvori ustidan nazorat darajasi haqidagi tasavvur. Frontiers in Sustainability jurnalida chop etilgan sistematik sharhga ko‘ra, TPB yashil iste’mol xulq-atvorini tushunishda eng ko‘p qo‘llaniladigan nazariy yondashuv hisoblanadi (40 ta tadqiqot) [16].

Yadav va Pathak ning tadqiqotlari kengaytirilgan TPB modelining yashil mahsulotlarni sotib olish niyatini tushuntirishda samarali ekanligini isbotlagan [17]. Ijobiy munosabat ko‘pincha xulq-atvor niyatiga ijobiy ta’sir ko‘rsatadi va bu bog‘liqlik yashil mahsulotlar kontekstida ham tasdiqlangan [18]. Nekmahmud va boshqalarning tadqiqoti ijtimoiy media marketingi va ijtimoiy media foydalanishining iste’molchilarning yashil mahsulotlarni sotib olish niyatiga ta’sirini o‘rgangan bo‘lib, munosabat, subyektiv me’yorlar, idrok etilgan xulq nazorati va yashil tafakkur sotib olish niyati bilan kuchli ijobiy bog‘liqlikka ega ekanligini aniqlagan [19].

PMC ma’lumotlar bazasida chop etilgan meta-tahlil 2010-2020 yillar davomidagi 54 ta empirik tadqiqotni o‘z ichiga olgan bo‘lib, iste’molchilarning yashil xarid niyatiga ta’sir ko‘rsatuvchi omillarni tizimli tahlil qilgan [20]. Natijalar shuni ko‘rsatadiki, munosabat, subyektiv me’yorlar va idrok etilgan xulq nazorati yashil xarid niyatiga ijobiy ta’sir ko‘rsatadi. Efiopiyada o‘tkazilgan tadqiqot ham kengaytirilgan TPB modelining rivojlanayotgan iqtisodiyotlarda ham qo‘llanilishi mumkinligini tasdiqlagan [21]. Tadqiqot natijalariga ko‘ra, eko-belgilash, atrof-muhit bilimi, yashil ishonch va atrof-muhitga munosabat yashil xarid xulq-atvori bilan sezilarli bog‘liqlikka ega.

Iste’molchilarning ekologik xabardorligi va xarid xulq-atvori

Iste’molchilarning ekologik xabardorligi va xarid xulq-atvori o‘rtasidagi bog‘liqlik ko‘plab tadqiqotlar predmeti bo‘lgan. Euromonitor International ning 2023-yildagi tadqiqotiga ko‘ra, Z avlod vakillari ekologik xabardorlik bo‘yicha yetakchi o‘rinni egallagan, biroq narx chegaralari tufayli amaliy harakatlar cheklangan [22]. Bu avlod vakillari sayyora kelajagi haqida ekologik tashvish (eco-anxiety) his qilmoqda. Shuning uchun ular arzon usullarni qidirmoqda: ikkinchi qo‘l savdosi, ayirboshlash va boshqa aylanma iqtisodiyot yechimlaridan foydalanish.

Capital One Shopping Research ma’lumotlariga ko‘ra, Z avlod iste’molchilarining 79 foizi brend tanlashda barqarorlikni e’tiborga oladi, Millenniallar uchun bu ko‘rsatkich 73 foizni tashkil etadi [23]. Iste’molchilarning 72 foizi besh yil avvaliga nisbatan ko‘proq ekologik mahsulotlar sotib olayotganini ta’kidlagan [24]. 2023-yilda AQSh iste’molchilari barqaror mahsulotlarga 199 milliard AQSh dollari sarflagan bo‘lib, bu jami chakana savdo xarajatlarining 19 foizini tashkil

etgan. Ekologik mahsulotlar uchun qo‘shimcha to‘lovga tayyorlik 2022-yilda o‘rtacha 27.6 foizni tashkil etgan.

Greenwashing va iste’molchi ishonchi

Greenwashing — kompaniyalarning o‘z ekologik harakatlari haqida noto‘g‘ri yoki yanglish ma’lumot tarqatish amaliyoti — iste’molchilar ishonchiga jiddiy salbiy ta’sir ko‘rsatadi [8]. Akturanning tadqiqotlari shuni ko‘rsatadiki, idrok etilgan nomuvofiqliklar iste’molchilar shubhalarini kuchaytiradi [25]. Greenwashing vaqt o‘tishi bilan barqarorlik da’volarining ishonchliligini buzadi va iste’molchilarning korporativ ekologik tashabbuslarga nisbatan shubhalarini oshiradi. Bu shuni anglatadiki, kompaniyalar o‘z ekologik majburiyatlarida halollikni ta’minlashlari va barcha yashil da’volar haqiqiy va shaffof bo‘lishiga e’tibor qaratishlari lozim.

METODOLOGIYA

Ushbu tadqiqot ikkilamchi ma’lumotlar tahlili metodologiyasiga asoslangan bo‘lib, mavjud ilmiy adabiyotlar, xalqaro tashkilotlar hisobotlari va statistik ma’lumotlar sintezi orqali amalga oshirilgan. Tadqiqotning nazariy asosini Ajzen tomonidan ishlab chiqilgan rejali xulq-atvor nazariyasi (TPB) tashkil etadi. TPB iste’molchilar xulq-atvorini bashorat qilishda eng ko‘p qo‘llaniladigan nazariy yondashuvlardan biri sifatida tan olingan [15]. Tadqiqotda Scopus va Web of Science bazalaridan olingan 2020-2024 yillar davomidagi 50 dan ortiq empirik tadqiqotlar tahlil qilingan.

Tadqiqotda TPB asosida kengaytirilgan konseptual model ishlab chiqilgan. Adabiyotlar sharhi asosida quyidagi gipotezalar shakllantirilgan:

H1: Yashil mahsulotga ijobiy munosabat sotib olish niyatini ijobiy ta’sir qiladi.

H2: Idrok etilgan xulq nazorati yashil mahsulot sotib olish niyatiga ijobiy ta’sir ko‘rsatadi.

H3: Sotib olish niyati haqiqiy xarid xulq-atvoriga ijobiy ta’sir qiladi.

H4: Brend ishonchi sotib olish niyati va xulq-atvori o‘rtasidagi bog‘liqlikni moderatsiya qiladi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Iste’molchilarning barqaror mahsulotlarga munosabati: global tendensiyalar

PwC ning 2024-yildagi Voice of the Consumer tadqiqoti 31 ta davlatdan 20,000 dan ortiq iste’molchini qamrab olgan bo‘lib, barqaror iste’mol bo‘yicha muhim tendensiyalarni aniqlagan [1]. Tadqiqot natijalariga ko‘ra, respondentlarning 85 foizi o‘z kundalik hayotida iqlim o‘zgarishining salbiy ta’sirini bevosita his qilmoqda. PDI Technologies ning 2024-yildagi tadqiqotiga ko‘ra, 10 AQSh dollaridan past narxdagi ikki o‘xshash mahsulotni solishtirganida, iste’molchilarning 71 foizi barqaror amaliyotlarga rioya qilgan mahsulotni tanlaydi [4].

1-jadval.

Iste’molchilarning barqaror mahsulotlarga bo‘lgan munosabati[24]

Ko‘rsatkich	Foiz	Manba
Iqlim o‘zgarishini bevosita his qiluvchilar	85	PwC, 2024 [1]
Ekologik ta’sirga e’tibor beruvchilar	80	PDI, 2024 [4]
Barqaror mahsulotga qo‘shimcha to‘lashga tayyor	9.7	PwC, 2024 [1]
Ekologik qadoqlash muhimligini ta’kidlovchilar	38	PwC, 2024 [1]
Ijtimoiy media orqali sotib oluvchilar	46	PwC, 2024 [1]

[24] Manba: Muallif tomonidan tuzilgan

Avlodlar bo‘yicha farqlar

2-jadval.

Avlodlar bo‘yicha barqarorlikka munosabat[25]

Avlod	Tug‘ilgan yillar	Barqarorlik e’tibori	Manba
Z avlod	1997-2012	**79%**	[23]
Millenniallar	1981-1996	**73%**	[23]
X avlod	1965-1980	**62%**	[24]
Baby Boomers	1946-1964	**59%**	[24]

O‘zbekiston to‘qimachilik sanoatida yashil marketing imkoniyatlari

O‘zbekiston to‘qimachilik sanoati barqaror rivojlanish yo‘nalishida muhim qadamlar qo‘ymoqda. 2022-yilda to‘qimachilik mahsulotlari eksporti 3.2 milliard AQSh dollariga yetgan bo‘lib, tayyor mahsulotlar eksporti 2017-yildagi 300 million dollardan 2023-yilda 1.4 milliard dollarga o‘sgan [5]. Better Cotton va Better Work dasturlarining mamlakat hududida ishga tushirilishi to‘qimachilik va tikuvchilik sanoatining barqarorligini tasdiqlaydi [6]. 142 ta to‘qimachilik klasteri mamlakatning barcha to‘qimachilik ishlab chiqarishini qamrab oladi.

3-jadval.

O‘zbekiston to‘qimachilik sanoati ko‘rsatkichlari (2017-2023)[26]

Ko‘rsatkich	2017-yil	2022-yil	2023-yil	O‘sish foizda
To‘qimachilik eksporti (mlrd AQSH dollar)	< 3.0	3.2	4.0	**200**
Tayyor mahsulotlar (mlrd AQSH dollar)	0.3	1.2	1.4	**467**
Investitsiyalar (mlrd AQSH dollar)	-	3.6	-	430 loyiha
Klasterlar soni	-	-	142	100%

XULOSA VA TAKLIFLAR

Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatadiki, iste’molchilarning ekologik xabardorligi va xulq-atvori korxonalarning yashil marketing strategiyasini shakllantirishda muhim omil bo‘lib xizmat qiladi. Global statistik ma’lumotlar tahlili asosida quyidagi xulosalar shakllandi: iste’molchilarning 85 foizi iqlim o‘zgarishini bevosita his qilmoqda va 80 foizi sotib olayotgan mahsulotlarning ekologik ta’siriga e’tibor qaratmoqda [1, 4]; iste’molchilar barqaror mahsulotlar uchun o‘rtacha 9.7 foiz qo‘shimcha to‘lashga tayyor [1]; Z avlod va Millenniallar barqarorlikka eng yuqori e’tibor qaratuvchi segmentlar hisoblanadi [22, 23].

O‘zbekiston korxonalari uchun quyidagi amaliy takliflar ishlab chiqilgan: yashil mahsulot strategiyasi — ekologik materiallardan foydalanish, qayta ishlanuvchi qadoqlash va energiya tejovchi texnologiyalarni joriy etish; eko-belgilash tizimini rivojlantirish — Better Cotton, Better Work va boshqa xalqaro sertifikatsiya dasturlarida ishtirok etishni kengaytirish; maqsadli kommunikatsiya — Z avlod va Millenniallar segmentlariga yo‘naltirilgan ijtimoiy media strategiyasini ishlab chiqish; greenwashing dan qochish — barcha ekologik da’volar haqiqiy va tekshirib ko‘rish mumkin bo‘lishi kerak.

Tadqiqotning asosiy cheklovi ikkilamchi ma’lumotlar tahliliga asoslanganligidir. Kelajakda O‘zbekiston iste’molchilari o‘rtasida empirik tadqiqot o‘tkazish, mahalliy kontekstga moslashtirilgan TPB modelini sinovdan o‘tkazish maqsadga muvofiq. Korxonalarning yashil

[25] Manba: Capital One, Euromonitor International, 2023-2024
[26] Manba: UNECE, Uztextileprom, ITMF, 2023-2024 [5],[6]

marketing strategiyasi va moliyaviy samaradorligi o‘rtasidagi bog‘liqlikni o‘rganish ham muhim yo‘nalishlardan biri.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR ROYXATI

1. PwC (2024). Voice of the Consumer Survey 2024. https://www.pwc.com/gx/en/news-room/press-releases/2024/pwc-2024-voice-of-consumer-survey.html
2. Peattie, K., & Peattie, S. (2003). Ready to fly solo? Reducing social marketing‘s dependence on commercial marketing theory. Marketing Theory, 3(3), 365-385.
3. Polonsky, M.J. (2011). Transformative green marketing: Impediments and opportunities. Journal of Business Research, 64(12), 1311-1319.
4. PDI Technologies (2024). Sustainability, EV, and Convenience Retail Survey Report. https://pditechnologies.com/news/new-findings-2024-sustainability-ev-report/
5. UNECE (2023). UNECE supports Uzbekistan’s strategy towards sustainable practices in the garment and footwear industry. https://unece.org/sustainable-development/news/unece-supports-uzbekistans-strategy-towards-sustainable-practices
6. Uztextileprom Association (2023). The Future of the Textile Industry: Sustainability, Traceability and Transparency. https://uzts.uz/en/the-future-of-the-textile-industry-sustainability-traceability-and-transparency/
7. NYU Stern Center for Sustainable Business (2022). Sustainable Market Share Index.
8. Montgomery, A.W., et al. (2023). No End in Sight? A Greenwash Review and Research Agenda. Organization & Environment, 37(2), 221-256. https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC11288790/
9. Open Access Research Journal of Multidisciplinary Studies (2024). Green marketing and consumer attitudes, 8(02), 76-84. https://oarjpublication.com/journals/oarjms
10. Kumar, V., & Pansari, A. (2016). Competitive advantage through engagement. Journal of Marketing Research, 53(4), 497-514.
11. Vuong, Q.H., et al. (2024). Sustainable Consumer Behaviour in the FMCG Sector. Business Strategy & Development. https://onlinelibrary.wiley.com/doi/10.1002/bsd2.70047
12. Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2010). Marketing 3.0: From Products to Customers to the Human Spirit. John Wiley & Sons.
13. Mahmoud, T.O., et al. (2017). The Influence of Green Marketing Mix on Purchase Intention. International Journal of Scientific and Engineering Research, 8(9), 1040-1048.
14. MDPI (2023). Analysis of the Conceptual Frameworks of Green Marketing. Sustainability, 15(21), 15630. https://www.mdpi.com/2071-1050/15/21/15630
15. Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50(2), 179-211.
16. Frontiers in Sustainability (2024). Determinants of green consumption: a systematic literature review. https://www.frontiersin.org/journals/sustainability/articles/10.3389/frsus.2024.1428764/full
17. Yadav, R., & Pathak, G.S. (2016). Young consumers’ intention towards buying green products. Journal of Cleaner Production, 135, 732-739.
18. Wang, X., et al. (2016). How does green purchasing behavior affect consumer choice? Marketing Science, 35(5), 735-747.

19. Nekmahmud, M., et al. (2022). Transforming consumers' intention to purchase green products. Technological Forecasting and Social Change, 185, 122058. https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0040162522005881
20. PMC (2021). On the Factors Influencing Green Purchase Intention: A Meta-Analysis Approach. https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC8062720/
21. Cogent Business & Management (2024). Antecedents of consumers' green product purchase intention: Ethiopia. https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/23311975.2024.2361865
22. Euromonitor International (2023). Megatrends: Understanding Sustainable Consumers 2023. https://www.euromonitor.com/article/megatrends-understanding-sustainable-consumers-2023-key-insights
23. Capital One Shopping Research (2024). Eco-Conscious Consumer Statistics & Trends. https://capitaloneshopping.com/research/eco-conscious-consumer-statistics/
24. The Roundup (2024). Environmentally Conscious Consumer Statistics. https://theroundup.org/environmentally-conscious-consumer-statistics/
25. Akturan, U. (2018). How does greenwashing affect green branding equity and purchase intention? Marketing Intelligence & Planning, 36(7), 809-824.

KORXONALARNING YASHIL MARKETING STRATEGIYASINI ISHLAB CHIQISHDA SUN'IY INTELLEKT VA MA'LUMOTLARNI TAHLIL QILISH VOSITALARINING ROLI

Sapayev Axmed Durdibayevich
Ranch Texnologiya Universiteti "Iqtisodiyot" kafedrasi v.v b. dotsenti
https://doi.org/10.5281/zenodo.18360333

Annotatsiya. *Ushbu maqolada korxonalarning yashil marketing strategiyasini ishlab chiqishda sun'iy intellekt (SI) va ma'lumotlarni tahlil qilish vositalarining o'rni va ahamiyati tadqiq etilgan. Tadqiqot natijalarida SI texnologiyalari, xususan mashinali o'rganish, tabiiy tilni qayta ishlash va prediktiv tahlil usullarining yashil marketing strategiyalarini optimallashtirish va iste'molchilar xulq-atvorini bashorat qilishdagi samaradorligi isbotlangan. Tadqiqotda katta hajmdagi ma'lumotlar (Big Data) tahlili, sentiment tahlili va shaxsiylashtirilgan marketing yondashuvlarining atrof-muhit barqarorligiga ta'siri nazariy va amaliy jihatdan asoslangan.*

Аннотация. *В данной статье рассматривается роль и значение искусственного интеллекта (ИИ) и инструментов анализа данных в разработке стратегий зелёного маркетинга предприятий. Результаты исследования подтверждают эффективность технологий ИИ — в частности, машинного обучения, обработки естественного языка и предиктивной аналитики — в оптимизации зелёных маркетинговых стратегий и прогнозировании поведения потребителей. Также теоретически и практически обосновано влияние анализа больших данных, анализа настроений и персонализированных маркетинговых подходов на экологическую устойчивость.*

Abstract. *This article investigates the role and importance of artificial intelligence (AI) and data analytics tools in the development of corporate green marketing strategies. The findings confirm the effectiveness of AI technologies—particularly machine learning, natural language processing, and predictive analytics—in optimizing green marketing strategies and forecasting consumer behavior. The study also provides both theoretical and practical justification for the environmental sustainability impact of big data analysis, sentiment analysis, and personalized marketing approaches.*

Kalit so'zlar: *sun'iy intellekt, yashil marketing, ma'lumotlar tahlili, barqaror rivojlanish, mashinali o'rganish, Big Data, iste'molchi xulq-atvori, ekologik barqarorlik.*

Ключевые слова: *искусственный интеллект, зелёный маркетинг, анализ данных, устойчивое развитие, машинное обучение, большие данные, поведение потребителей, экологическая устойчивость*

Keywords: *artificial intelligence, green marketing, data analytics, sustainable development, machine learning, big data, consumer behavior, environmental sustainability*

KIRISH

Zamonaviy biznes muhitida atrof-muhit barqarorligiga e'tibor berilishi va raqamli transformatsiya jarayonlarining tezlashuvi korxonalarning marketing strategiyalarini tubdan qayta

ko‘rib chiqishni taqozo etmoqda. BMT Savdo va rivojlanish konferensiyasi (UNCTAD) 2025-yildagi hisobotiga ko‘ra, global SI bozori 2023-yildagi 189 mlrd. AQSh dollaridan 2033-yilga kelib 4,8 trillion dollargacha o‘sishi bashorat qilinmoqda, bu esa atigi o‘n yil ichida 25 barobar ko‘payishni anglatadi [1]. Bunday jadal o‘sish sun’iy intellekt texnologiyalarining sanoat tarmoqlariga chuqur kirib borishi va biznes jarayonlarini optimallashtirishda muhim rol o‘ynashidan dalolat beradi.

Yashil marketing konsepsiyasi iste’molchilar va biznes subyektlari o‘rtasida atrof-muhitga mas’uliyatli munosabatni shakllantirishga qaratilgan strategik yondashuvni ifodalaydi. Grand View Research ma’lumotlariga ko‘ra, global yashil texnologiyalar va barqarorlik bozori 2024-yilda 23,10 mlrd. AQSh dollarini tashkil etib, 2030-yilga kelib 79,65 mlrd. dollarga yetishi kutilmoqda [2]. Ushbu tendensiya iste’molchilarning ekologik toza mahsulotlarga bo‘lgan talabining ortishi va korporativ ijtimoiy mas’uliyat tamoyillarining keng tarqalishi bilan bog‘liq.

Sun’iy intellekt va ma’lumotlarni tahlil qilish vositalari yashil marketing strategiyalarini ishlab chiqish va amalga oshirishda yangi imkoniyatlar yaratmoqda. Mashinali o‘rganish algoritmlari iste’molchilar xulq-atvorini tahlil qilish, barqaror mahsulotlarga bo‘lgan talabni bashorat qilish va marketing kampaniyalarini shaxsiylashtirish imkonini beradi. Tabiiy tilni qayta ishlash (NLP) texnologiyalari ijtimoiy tarmoqlardagi iste’molchilar fikrlarini tahlil qilish va brend reputatsiyasini real vaqt rejimida kuzatib borish uchun qo‘llanilmoqda [3].

Tadqiqotning maqsadi korxonalarning yashil marketing strategiyasini ishlab chiqishda sun’iy intellekt va ma’lumotlarni tahlil qilish vositalarining rolini ilmiy jihatdan asoslash, ularning amaliy qo‘llanilishi bo‘yicha tavsiyalar ishlab chiqishdan iborat. Tadqiqot vazifalariga quyidagilar kiradi: SI texnologiyalarining yashil marketingga integratsiyalashuvi tendensiyalarini o‘rganish; Big Data tahlili vositalarining barqaror marketing strategiyalaridagi o‘rnini aniqlash; mashinali o‘rganish va NLP texnologiyalarining iste’molchi xulq-atvorini bashorat qilishdagi samaradorligini baholash.

ADABIYOTLAR SHARHI

Yashil marketing konsepsiyasi ilmiy adabiyotlarda keng tadqiq etilgan bo‘lib, uning nazariy asoslari 1970-yillardan boshlab rivojlanib kelmoqda. Chen va hammualliflar yashil marketingni sanoat barqarorligi va innovatsiyalar orqali ekologik samaradorlikni oshirish vositasi sifatida ta’riflagan [4]. Ularning tadqiqotlari yashil marketing strategiyalarining korxonalar innovatsion faoliyatiga ijobiy ta’sir ko‘rsatishini isbotlagan.

Sun’iy intellektning marketingga tatbiq etilishi bo‘yicha ilmiy izlanishlar so‘nggi yillarda sezilarli darajada ko‘paygan. MDPI Sustainability jurnalida 2025-yilda chop etilgan sistematik sharh 2020-2024 yillar oralig‘ida SI va yashil marketing kesishmasida 47 ta sifatli ilmiy maqola aniqlangan [5]. Ushbu tadqiqotlar SI texnologiyalarining generativ antagonistik tarmoqlar (GAN), variatsion avtoenkoderlar (VAE) va transformer modellarini o‘z ichiga olishini ta’kidlaydi.

Katta hajmdagi ma’lumotlar tahlili (Big Data Analytics — BDA) barqarorlik hisobotlarining sifatini oshirishda muhim rol o‘ynaydi. Springer Nature nashrida chop etilgan tadqiqotga ko‘ra, BDA texnologiyalari ma’lumotlarni yig‘ish va integratsiyalash, real vaqt rejimida tahlil qilish, manfaatdor tomonlarni jalb etish va batafsil hisobot tayyorlash orqali barqarorlik hisobotlari sifatini yaxshilaydi [6]. Tadqiqotchilar BDAning shaffoflik, etika va boshqaruv masalalarini ham kun tartibiga qo‘yishini ta’kidlashgan.

Iste’molchilar xulq-atvorini bashorat qilishda mashinali o‘rganish usullari keng qo‘llanilmoqda. Islam va Ali Khan barqaror mahsulotlar bozorida iste’molchi xulq-atvorini

baholashda strukturaviy tenglamalar modellashtirish (SEM) va qisman eng kichik kvadratlar (PLS) tahlili yondashuvini qo‘llagan [7]. Ushbu tadqiqot barqaror iste’mol qarorlariga ta’sir etuvchi psixologik, ijtimoiy va iqtisodiy omillarni aniqlashga qaratilgan.

Tabiiy tilni qayta ishlash (NLP) texnologiyalari iste’molchilar fikrlarini tahlil qilish va brend reputatsiyasini boshqarishda muhim ahamiyat kasb etadi. Sentiment tahlili usullari ijtimoiy tarmoqlardagi postlar, mahsulot sharhlari va mijozlar bilan muloqot natijalarini qayta ishlash imkonini beradi [8]. BERT, LSTM va CNN kabi chuqur o‘rganish modellari murakkab matniy munosabatlarni aniqlashda yuqori samaradorlik ko‘rsatmoqda.

Barqaror ta’minot zanjiri boshqaruvida BDA texnologiyalarining roli alohida tadqiq etilgan. Samadhiya va hammualliflar BDAni qabul qilish orqali ekologik ta’minot zanjirini yaratish, uglerod izini kamaytirish, mahsulot hayot siklini uzaytirish va transport xarajatlarini optimallashtirish mumkinligini asoslab bergan [9]. Tadqiqotchilar siyosatchilar BDA texnologiyalarini qo‘llab-quvvatlashi zarurligini ta’kidlashgan.

Elektron tijoratda ma’lumotlarga asoslangan strategiyalarning barqaror iste’molchi xulq-atvoriga ta’siri ham tadqiq etilgan. Shaxsiylashtirilgan tavsiyalar, foydalanuvchi tajribasi va maqsadli marketing strategiyalari iste’molchilarning yashil qoniqishi va yashil xarid xulq-atvorining muhim bashoratchilari ekanligi aniqlangan [10]. Big Data orqali amalga oshirilgan maqsadli reklamalar mijozlar qoniqishini oshiradi va brendga ishonchni mustahkamlaydi.

METODOLOGIYA

Tadqiqotda aralash metodologiya qo‘llanilgan bo‘lib, u nazariy tahlil, qiyosiy tahlil va empirik ma’lumotlarni sintez qilish usullarini o‘z ichiga oladi. Nazariy asos sifatida resursga asoslangan nazariya (Resource-Based View) va dinamik qobiliyatlar nazariyasi (Dynamic Capabilities Theory) qo‘llanilgan. Ushbu nazariy yondashuvlar korxonalarning SI va BDA texnologiyalarini o‘zlashtirish jarayonini tushuntirishga imkon beradi.

Ma’lumotlar yig‘ish jarayonida ikkilamchi ma’lumotlardan foydalanilgan. Tadqiqot manbalarini tanlashda quyidagi mezonlar qo‘llanilgan:

1) peer-reviewed jurnallarda chop etilgan maqolalar;

2) nufuzli xalqaro tashkilotlar hisobotlari (BMT, UNCTAD, Precedence Research, Grand View Research, Statista);

3) 2020-2025 yillar oralig‘ida nashr etilgan materiallar. Web of Science, Scopus, SpringerLink va Google Scholar ma’lumotlar bazalaridan foydalanilgan.

Tahlil usullari sifatida kontent-tahlil, tendensiyalarni aniqlash va qiyosiy tahlil qo‘llanilgan. Kontent-tahlil SI texnologiyalarining yashil marketingdagi qo‘llanilishi bo‘yicha ilmiy adabiyotlarni tizimli o‘rganish imkonini bergan. Tendensiyalarni aniqlash bozor hajmi o‘zgarishlari va texnologiyalarni qabul qilish dinamikasini baholashga qaratilgan. Qiyosiy tahlil turli geografik mintaqalar va sanoat tarmoqlaridagi SI tatbiqi xususiyatlarini solishtirish uchun ishlatilgan.

Konseptual model yaratishda sistemali yondashuv qo‘llanilgan. Model SI va ma’lumotlar tahlili texnologiyalarini kirish omillari, markaziy qayta ishlash birligini texnologik platforma va chiqish natijalarini yashil marketing strategiyasi natijalari sifatida tavsiflaydi. Modelda Big Data texnologiyalari, mashinali o‘rganish, NLP va prediktiv tahlil vositalari kirish omillari sifatida, shaxsiylashtirilgan yashil marketing, iste’molchi xulq-atvorini bashorat qilish, barqaror resurs boshqaruvi va ekologik samaradorlik monitoringi esa chiqish natijalari sifatida ko‘rsatilgan.

TAHLIL VA NATIJALAR

Sun'iy intellekt bozorining global miqyosdagi o'sishi yashil marketing strategiyalarini ishlab chiqish uchun yangi imkoniyatlar yaratmoqda. Precedence Research ma'lumotlariga ko'ra, global SI bozori hajmi 2024-yilda 638,23 mlrd. AQSh dollarini tashkil etib, 2034-yilga kelib 3680,47 mlrd. dollarga yetishi kutilmoqda, bu esa 19,20% CAGR o'sish sur'atini ko'rsatadi [11]. Statista statistik ma'lumotlar bazasi 2025-yilda SI bozori hajmini 254,50 mlrd. dollar deb baholagan bo'lib, 2031-yilga kelib 1,68 trillion dollarga yetishi bashorat qilinmoqda [12]. Turli manbalardagi farqlar metodologik yondashuvlar va bozor segmentlarini qamrab olish darajasidagi tafovutlar bilan izohlanadi.

1-jadval.

Global sun'iy intellekt bozori hajmi dinamikasi (mlrd. AQSh dollari)[27]

Yil	2020	2022	2024	2030*	2034*
Hajm	62	137	638	1680	3680

Mintaqaviy tahlil Shimoliy Amerika mintaqasining SI bozorida yetakchi o'rinni egallaganini ko'rsatadi. 2024-yilda mintaqa global SI bozorining 35,5% ulushini tashkil etgan [11]. AQSh SI bozori 2024-yilda 146,09 mlrd. dollar bo'lib, 2034-yilga kelib 851,46 mlrd. dollarga yetishi kutilmoqda. Osiyo-Tinch okeani mintaqasi ham jadal rivojlanmoqda, Xitoy va Hindiston bozorlarining o'sish sur'atlari o'rtacha 34,7% ni tashkil etadi [13].

2-jadval

Global SI bozorining mintaqaviy taqsimoti (2024-2034)[28]

Mintaqa	2024 (mlrd. AQSH dollar)	2034* (mlrd. AQSH dollar)	Ulushi (%)
Shimoliy Amerika	226,5	1306,5	35,5
Yevropa	165,5	955,3	26,0
Osiyo-Tinch okeani	210,8	1270,4	34,5
Boshqa mintaqalar	35,4	148,3	4,0
JAMI	**638,2**	**3680,5**	**100,0**

Yashil marketing bozori ham barqaror o'sish tendensiyasini namoyish etmoqda. Business Research Insights ma'lumotlariga ko'ra, global yashil marketing bozori hajmi 2024-yilda 54,69 mlrd. AQSh dollarini tashkil etib, 2033-yilga kelib 75,1 mlrd. dollarga yetishi kutilmoqda, bu esa 3,58% CAGR o'sish sur'atini ko'rsatadi [14]. Yashil texnologiyalar va barqarorlik bozori esa ancha tezroq rivojlanmoqda: 2024-yilda 23,48 mlrd. dollardan 2034-yilga kelib 185,21 mlrd. dollargacha o'sishi bashorat qilinmoqda (22,94% CAGR) [15].

Yashil marketing strategiyalarining korxonalarga ta'siri bo'yicha empirik ma'lumotlar ijobiy natijalarni ko'rsatmoqda. Business Dasher tadqiqotiga ko'ra, barqarorlik tashabbuslari tufayli 69% tashkilotlar brend qiymatining oshishini, 69% tashkilotlar brend tavsiyalarining ko'payishini, 68% tashkilotlar ESG reytingining yaxshilanishini, 67% tashkilotlar xodimlar motivatsiyasi darajasining oshishini qayd etgan [16]. Bundan tashqari, 65% tashkilotlar mijozlar qoniqishi ko'rsatkichlarining yaxshilanishini, 63% tashkilotlar umumiy daromadning oshishini kuzatgan.

[27] Manba: Statista, Precedence Research, 2025. *Prognoz

[28] Manba: Precedence Research, Grand View Research ma'lumotlari asosida muallif tomonidan tuzilgan, 2025. *Prognoz

3-jadval.

Yashil marketing strategiyasining korxonalarga ta'siri[29]

Ko‘rsatkich	Foizda
Brend qiymatining oshishi	69
Brend tavsiyalarining oshishi	69
ESG reytingining yaxshilanishi	68
Xodimlar motivatsiyasi darajasining oshishi	67
Mijozlar qoniqishi ko‘rsatkichlarining yaxshilanishi	65
Umumiy daromadning oshishi	63
Yetkazib beruvchi sodiqligining oshishi	61

Sun'iy intellekt texnologiyalarining yashil marketingga integratsiyalashuvi bir necha asosiy yo‘nalishlar bo‘yicha amalga oshirilmoqda. Birinchi yo‘nalish iste'molchilar xulq-atvorini tahlil qilish va bashorat qilishdir. Mashinali o‘rganish algoritmlari, xususan Random Forest, Gradient Boosting va chuqur o‘rganish modellari (RNN, LSTM) tarixiy ma'lumotlar asosida iste'molchilarning barqaror mahsulotlarga bo‘lgan talabini aniq bashorat qilish imkonini beradi [17]. Bu yondashuv marketing resurslarini samarali taqsimlash va kampaniyalarni shaxsiylashtirish uchun muhim axborot bazasini yaratadi.

Ikkinchi yo‘nalish NLP va sentiment tahlili orqali brend reputatsiyasini boshqarishdir. Ijtimoiy tarmoqlar va onlayn platformalardagi iste'molchilar fikrlarini real vaqt rejimida tahlil qilish korxonalarga o‘z ekologik tashabbuslari haqidagi jamoatchilik fikrini kuzatib borish imkonini beradi [18]. ScienceDirect jurnalida chop etilgan tadqiqotga ko‘ra, VADER, TextBlob, Flair kabi oldindan o‘rgatilgan modellar va Logistic Regression, SVM, Decision Tree, Random Forest kabi klassik mashinali o‘rganish modellari barqarorlik sohasidagi sentiment tahlilida samarali qo‘llanilmoqda [19].

4-jadval.

Yashil marketingda SI texnologiyalarining qo‘llanilishi[30]

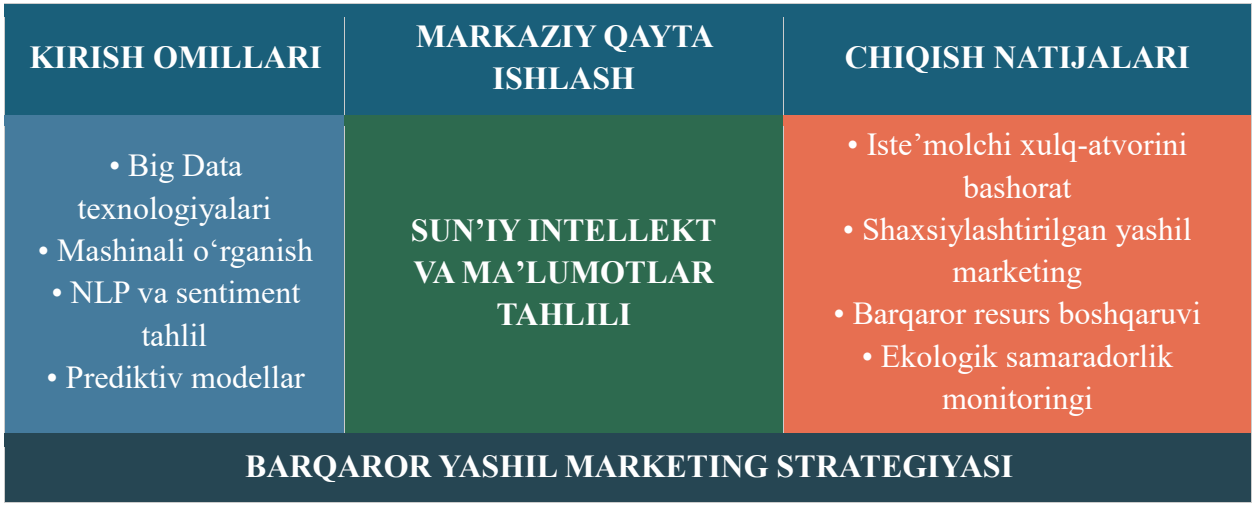
Texnologiya	Asosiy qo‘llanilishi	Kutilgan natija
Mashinali o‘rganish	Iste'molchi xulq-atvorini bashorat qilish, segmentatsiya	Marketing ROI 20-30% ga oshishi
NLP/Sentiment tahlil	Brend reputatsiyasi monitoringi, mijozlar fikrlarini tahlil	Real vaqtda qaror qabul qilish
Big Data tahlili	Katta hajmdagi ma'lumotlarni qayta ishlash, tendensiyalarni aniqlash	Strategik rejalashtirish samaradorligining oshishi
Prediktiv modellar	Talab prognozi, inventar boshqaruvi	Isrofgarchilikni 15-25% ga kamaytirish
Generativ SI	Kontent yaratish, kreativ kampaniyalar ishlab chiqish	Kontent ishlab chiqish vaqtini 50-70% ga qisqartirish

Uchinchi yo‘nalish katta hajmdagi ma'lumotlar (Big Data) tahlili orqali strategik qarorlar qabul qilishdir. BMT ma'lumotlariga ko‘ra, Big Data tahlili hozirgi kunda xususiy sektorda iste'molchilar profilini yaratish, shaxsiylashtirilgan xizmatlar ko‘rsatish va bashoratli tahlil uchun keng qo‘llanilmoqda [20]. Shu kabi texnikalar odamlar farovonligi haqida real vaqt rejimida

[29] Manba: Business Dasher, Business Sustainability Statistics, 2024

[30] Manba: MDPI Sustainability, BCG, Harvard DCE ma'lumotlari asosida muallif tomonidan tuzilgan, 2025

tushuncha olish va zaif guruhlarga yordam ko‘rsatishni maqsadli ravishda amalga oshirish uchun ishlatilishi mumkin. Big Data besh asosiy xususiyat bilan tavsiflanadi: hajm (volume), ishonchlilik (veracity), xilma-xillik (variety), tezlik (velocity) va qiymat (value) [21].



1-rasm. Sun’iy intellekt va ma’lumotlar tahlili asosida yashil marketing strategiyasi konseptual modeli [31]

Taqdim etilgan konseptual model SI va ma’lumotlar tahlili texnologiyalarining yashil marketing strategiyasini shakllantirishdagi o‘rnini vizual tarzda ifodalaydi. Modelning kirish qismi to‘rtta asosiy texnologik komponentni o‘z ichiga oladi: Big Data texnologiyalari, mashinali o‘rganish, NLP va sentiment tahlil, prediktiv modellar. Markaziy qayta ishlash qismi ushbu texnologiyalarni integratsiyalashgan holda qayta ishlashni amalga oshiradi. Chiqish qismi esa to‘rtta asosiy natijani ko‘rsatadi: iste’molchi xulq-atvorini bashorat qilish, shaxsiylashtirilgan yashil marketing, barqaror resurs boshqaruvi va ekologik samaradorlik monitoringi. Barcha bu jarayonlar yakuniy natija sifatida barqaror yashil marketing strategiyasini shakllantirishga xizmat qiladi.

Iste’molchilarning yashil mahsulotlarga bo‘lgan munosabati bo‘yicha statistik ma’lumotlar ham e’tiborga molik. Harvard Business School ma’lumotlariga ko‘ra, 77% iste’molchilar dunyoni yaxshiroq joyga aylantirish majburiyatini olgan kompaniyalardan mahsulot sotib olishga moyil, 73% investorlar esa atrof-muhit va jamiyatni yaxshilash bo‘yicha sa’y-harakatlarning investitsiya qarorlariga ta’sir qilishini ta’kidlaydi [22]. Forbes tadqiqotiga ko‘ra, 88% iste’molchilar ijtimoiy va ekologik faoliyatni qo‘llab-quvvatlovchi kompaniyalarga ko‘proq sodiq bo‘lishi ehtimoli yuqori, 87% iste’molchilar esa ijtimoiy yoki ekologik foyda keltiruvchi mahsulotni sotib olishga tayyor [16].

SI texnologiyalarining yashil marketingda qo‘llanilishi bilan bog‘liq muammolar ham mavjud. Tunis kompaniyalari menejerlari bilan o‘tkazilgan suhbatlar asosida beshta asosiy muammo aniqlangan: greenwashing (yashil yolg‘on reklama), deepfake, ma’lumotlarni boshqarish, maxfiylik xavfi va ortiqcha iste’mol [23]. Ushbu muammolarni hal qilish uchun korxonalar shaffoflik, etik standartlar va ma’lumotlar xavfsizligi bo‘yicha qat’iy siyosat yuritishlari zarur.

5-jadval.

[31] Manba: Muallif tomonidan tuzilgan

Iste'molchilarning yashil mahsulotlarga munosabati[32]

Ko‘rsatkich	Foiz
Barqaror kompaniyalardan xarid qilishga tayyor iste'molchilar	77
Barqaror kompaniyalarga sodiq bo‘lish ehtimoli yuqori	88
Ekologik mahsulot uchun qo‘shimcha to‘lashga tayyor	55
ESG ta'sirini investitsiya qarorlarida hisobga oluvchi investorlar	73
Ekologik mahsulotni afzal ko‘ruvchi iste'molchilar	87

XULOSA VA TAKLIFLAR

Tadqiqot natijalari sun'iy intellekt va ma'lumotlarni tahlil qilish vositalarining korxonalar yashil marketing strategiyasini ishlab chiqishda muhim rol o‘ynashini tasdiqlaydi. Global SI bozorining 2024-2034 yillar oralig‘ida 638 mlrd. dollardan 3680 mlrd. dollargacha o‘sishi kutilayotganligi bu texnologiyalarning biznes amaliyotiga keng kirib borayotganini ko‘rsatadi. Yashil texnologiyalar va barqarorlik bozorining 22,94% CAGR bilan rivojlanishi esa ekologik mas'uliyatga ega biznes modellariga bo‘lgan talabning ortayotganini aks ettiradi.

Mashinali o‘rganish, NLP, Big Data tahlili va prediktiv modellar kabi SI texnologiyalari yashil marketing strategiyalarini quyidagi yo‘nalishlarda optimallashtirish imkonini beradi: iste'molchilar xulq-atvorini aniq bashorat qilish, marketing kampaniyalarini shaxsiylashtirish, brend reputatsiyasini real vaqt rejimida monitoring qilish, resurslarni samarali boshqarish va ekologik ko‘rsatkichlarni kuzatib borish. Tadqiqot natijalariga ko‘ra, yashil marketing strategiyalarini qo‘llagan korxonalarning 69% ida brend qiymati oshgan, 65% ida mijozlar qoniqishi yaxshilangan, 63% ida umumiy daromad ko‘paygan.

Korxonalarga quyidagi takliflar ishlab chiqilgan. Birinchidan, SI texnologiyalarini bosqichma-bosqich joriy etish strategiyasini ishlab chiqish tavsiya etiladi. Dastlab oddiy mashinali o‘rganish modellari va sentiment tahlili vositalaridan foydalanish, keyinchalik murakkab prediktiv modellar va chuqur o‘rganish algoritmlariga o‘tish maqsadga muvofiq. Ikkinchidan, ma'lumotlar infratuzilmasini mustahkamlash zarur. Big Data tahlili uchun bulutli texnologiyalar, ma'lumotlar omborlari va tahliliy platformalarni integratsiyalash kerak.

Uchinchidan, xodimlarning SI savodxonligini oshirish dasturlarini ishlab chiqish lozim. Marketing mutaxassislarini ma'lumotlar tahlili, SI vositalaridan foydalanish va natijalarni talqin qilish bo‘yicha o‘qitish zarur. To‘rtinchidan, etik standartlar va shaffoflik tamoyillarini qat'iy rioya qilish talab etiladi. Greenwashing va ma'lumotlar maxfiyligini buzish kabi muammolarni oldini olish uchun ichki audit va nazorat mexanizmlarini joriy etish lozim.

Beshinchidan, iste'molchilar bilan interaktiv muloqotni kuchaytirish muhim. Ijtimoiy tarmoqlar, mobil ilovalar va boshqa raqamli kanallar orqali iste'molchilar fikrlarini muntazam yig‘ish va tahlil qilish, ularning ekologik talablarini tezkor ravishda qondirish strategiyasini amalga oshirish tavsiya etiladi. Oltinchidan, barqarorlik ko‘rsatkichlarini o‘lchash va hisobot berish tizimini joriy etish zarur. ESG (Ekologik, Ijtimoiy, Boshqaruv) ko‘rsatkichlari bo‘yicha muntazam hisobot tayyorlash va manfaatdor tomonlarga taqdim etish korxona obro‘sini oshiradi.

Kelajakda tadqiqotlarni quyidagi yo‘nalishlarda davom ettirish maqsadga muvofiq: SI texnologiyalarining turli sanoat tarmoqlaridagi yashil marketing strategiyalariga ta'sirini qiyosiy tahlil qilish; O‘zbekiston korxonalarida SI va Big Data texnologiyalarini joriy etish bo‘yicha amaliy tajribalarni o‘rganish; yashil marketing strategiyalarining iqtisodiy samaradorligini

[32] Manba: Harvard Business School, Forbes, Business Dasher, 2024

miqdoriy baholash metodologiyasini ishlab chiqish. Ushbu tadqiqot yo‘nalishlari milliy iqtisodiyotda raqamli transformatsiya va barqaror rivojlanish maqsadlariga erishishga xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR ROYXATI

1. UNCTAD. Technology and Innovation Report 2025: AI market projected to hit $4.8 trillion by 2033. – United Nations, 2025. – https://unctad.org/news/ai-market-projected-hit-48-trillion-2033-emerging-dominant-frontier-technology
2. Grand View Research. Green Technology & Sustainability Market Size Report, 2030. – 2024. – https://www.grandviewresearch.com/industry-analysis/green-technology-sustainability-market-report
3. Harvard DCE. AI Will Shape the Future of Marketing. – Professional & Executive Development, 2025. – https://professional.dce.harvard.edu/blog/ai-will-shape-the-future-of-marketing/
4. Chen G., Sabir A., Rasheed M.F., Belascu L., Su C.W. Green Marketing Horizon: Industry Sustainability Through Marketing and Innovation // Journal of Innovation and Knowledge. – 2024. – Vol. 9, No. 4. – Article 100606.
5. MDPI Sustainability. Artificial Intelligence in Green Marketing: A Systematic Literature Review. – 2025. – Vol. 17, No. 22. – Article 10382. – https://www.mdpi.com/2071-1050/17/22/10382
6. Discover Sustainability. The impact of big data analytics on the sustainability reports quality. – Springer Nature, 2025. – https://link.springer.com/article/10.1007/s43621-025-01678-9
7. Islam Q., Ali Khan S.M.F. Assessing consumer behavior in sustainable product markets: A structural equation modeling approach with partial least squares analysis // Sustainability. – 2024. – Vol. 16. – Article 3400.
8. XenonStack. NLP for Sentiment Analysis in Customer Feedback. – 2024. – https://www.xenonstack.com/blog/nlp-for-sentiment-analysis
9. Samadhiya A., Shukla V., Kumar A. Paving the way to environmental sustainability: A systematic review to integrate big data analytics into high-stake decision forecasting // Technological Forecasting and Social Change. – 2025. – https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0040162525000915
10. MDPI Sustainability. The Impact of Big Data-Driven Strategies on Sustainable Consumer Behaviour in E-Commerce: A Green Economy Perspective. – 2024. – Vol. 16, No. 24. – Article 10960. – https://www.mdpi.com/2071-1050/16/24/10960
11. Precedence Research. Artificial Intelligence (AI) Market Size to Hit USD 3,680.47 Bn by 2034. – 2025. – https://www.precedenceresearch.com/artificial-intelligence-market
12. Statista. Artificial Intelligence Market Size Worldwide from 2020 to 2031. – 2025. – https://www.statista.com/forecasts/1474143/global-ai-market-size
13. Fortune Business Insights. Artificial Intelligence Market Size, Growth & Trends by 2034. – 2025. – https://www.fortunebusinessinsights.com/industry-reports/artificial-intelligence-market-100114
14. Business Research Insights. Green Marketing Market Size, Share & Growth Report [2033]. – 2024. – https://www.businessresearchinsights.com/market-reports/green-marketing-market-103531

15. Precedence Research. Green Technology and Sustainability Market Size to Hit USD 185.21 Billion by 2034. – 2025. – https://www.precedenceresearch.com/green-technology-and-sustainability-market
16. Business Dasher. 29+ Business Sustainability Statistics Must Know in 2024. – 2024. – https://www.businessdasher.com/business-sustainability-statistics/
17. Journal of Information Systems Engineering and Management. AI-Powered Marketing Analytics for Predicting Consumer Purchase Behavior. – 2025. – https://www.jisem-journal.com/index.php/journal/article/view/2785
18. PeerJ Computer Science. Natural language processing for analyzing online customer reviews: a survey, taxonomy, and open research challenges. – 2024. – https://pmc.ncbi.nlm.nih.gov/articles/PMC11323031/
19. ScienceDirect. Analyzing public sentiment on sustainability: A comprehensive review and application of sentiment analysis techniques // Natural Language Processing Journal. – 2024. – https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S2949719124000451
20. United Nations. Big Data for Sustainable Development. – 2024. – https://www.un.org/en/global-issues/big-data-for-sustainable-development
21. Journal of Big Data. Big Data Analytics-based life cycle sustainability assessment for sustainable manufacturing enterprises evaluation. – 2023. – https://journalofbigdata.springeropen.com/articles/10.1186/s40537-023-00848-8
22. JSMM Tech. Sustainability and AI: Marketing Trends We Will See in 2025. – 2025. – https://jsmmtech.com/sustainability-and-artificial-intelligence/
23. Dalhoum S., Zouari A., Khemakhem R. Delving into the Dark Side of Artificial Intelligence in Green Marketing // Digital Economy. Emerging Technologies and Business Innovation (ICDEc 2024). Lecture Notes in Business Information Processing. – Springer, 2025. – Vol. 531. – https://link.springer.com/chapter/10.1007/978-3-031-76368-7_21
24. BCG. From Campaigns to Business Value: How AI Will Transform Marketing. – Boston Consulting Group, 2025. – https://www.bcg.com/publications/2025/transforming-marketing-with-ai
25. MarketsandMarkets. Green Technology & Sustainability Market Size And Trends, Growth Analysis & Forecast. – 2025. – https://www.marketsandmarkets.com/Market-Reports/green-technology-and-sustainability-market-224421448.html

AHOLINI ISH BILAN TA'MINLASHDA QISHLOQ AHOLISINI MEHNAT SALOHIYATIDAN FOYDALANISH YO'LLARINING NAZARIY USLUBIY ASOSLARI

Amaniyazova Rayxan Bayniyazovna
Qoraqolpoq davlat universiteti, "Iqtisodiyot va turizm'' kafedrasi assistenti
ORCID:0009-0004-0176-2872
https://doi.org/10.5281/zenodo.18080562

Annotatsiya. *Mazkur maqolada qishloq joylarida mehnat resurslaridan foydalanishda mehnat salohiyatining zaruriyati, o'ziga xos xususiyatlari yoritilgan. Qishloq aholisining mehnat salohiyatidan foydalanishning ilmiy asoslari, bandlikni oshirish, qishloq aholisi mehnat salohiyatidan foydalanish va samaradorligini oshirishda ilg'or xorijiy mamlakatlar tajribasi tahlil qilingan. Shuningdek, mehnat salohiyatini baholash mezonlari va undan foydalanishning asosiy yo'nalishlari aniqlangan.*

Kalit so'zlar. *Mehnat resursi, qishloq xo'jaligi, ishlab chiqarish omili, iqtisodiy o'sish, mehnat salohiyati, potentsial ish vaqti.*

Аннотация. *В данной статье освещается необходимость и особенности трудового потенциала в использовании трудовых ресурсов в сельской местности. Проанализированы научные основы использования трудового потенциала сельского населения, опыт передовых зарубежных стран по повышению занятости, использованию и повышению эффективности трудового потенциала сельского населения. Также определены критерии оценки трудового потенциала и основные направления его использования.*

Ключевые слова. *Трудовые ресурсы, сельское хозяйство, фактор производства, экономический рост, трудовой потенциал, потенциальное рабочее время.*

Abstract. *This article highlights the necessity and specific features of labor potential in the use of labor resources in rural areas. The scientific foundations of using the labor potential of the rural population, the experience of advanced foreign countries in increasing employment, using the labor potential of the rural population, and increasing its effectiveness are analyzed. The criteria for assessing labor potential and the main directions of its use have also been determined.*

Keywords. *Labor resource, agriculture, factor of production, economic growth, labor potential, potential working time.*

KIRISH

Jahon aholisining o'sib borishiga ko'ra ularning ehtiyojlarini qondirish, mehnatga yaroqli aholini ish bilan ta'minlash va qishloq joylarida aholini saqlab qolish sharoitida qishloq joylarida mehnat resurslaridan foydalanish samaradorligini oshirishga alohida e'tibor qaratilmoqda. Hisob-kitoblarga ko'ra "bugungi kunda dunyo aholisining 43,1 foizi qishloq joylarda istiqomat qilib, qishloq xo'jaligi sohasida bandlar soni 1 milliardga yaqin kishini tashkil etgan holda global qishloq xo'jaligi bozori 2025-yil oxiriga kelib 12 trillion AQSH dollargacha oshishi kutilmoqda". Jahon miqyosida aholini sifatli qishloq xo'jaligi mahsulotlari bilan ta'minlash va qishloq aholisi bandligini oshirishda qishloq joylarida mehnat resurslaridan foydalanish samaradorligini

oshirishga yo‘naltirilgan samarali mexanizm va vositalarni joriy qilish muhim muammolardan biri bo‘lib qolmoqda.

Mehnat resursi iqtisodiyotda asosiy ishlab chiqarish omili va asosiy tushunchasi hisoblanadi. Mehnatga layoqatli aholi sonining o‘zgarishi mehnat bozori va iqtisodiyotga sezilarli ta’sir ko‘rsatadi. Butun dunyoda kuzatilayotgan holatlardan biri bu mehnat resurslarining keskin oshib borayotganligidir. Mehnatga layoqatli aholining o‘sib borayotgani iqtisodiy o‘sish imkoniyatlarini beradi, shu bilan birga ish o‘rinlarini yaratish va mehnat bozoriga yangi ishtirokchilarni integratsiyalashuvi uchun qiyinchiliklar tug‘diradi. Aksincha, mehnatga layoqatli aholining qisqarishi iqtisodiy o‘sish, raqobatbardoshlik, aholining qaramligi va boshqalar uchun muammolarni keltirib chiqaradi. Biroq, mehnatga layoqatli aholining bir qismi bo‘lgan hamma ham mehnat bozorida faol ishtirok etmaydi. Ba’zilarning ishlari bor, boshqalari ish izlayapti, boshqalari esa boshqa faoliyat bilan shug‘ullanadi yoki mehnat bozoriga kirmaydi. Xalqaro standartlarda belgilanganidek, “ishchi kuchi mehnat bozorida faol ishtirok etuvchi mehnatga layoqatli yoshdagi shaxslarni qamrab oladi. Bu band bo‘lganlar va ishsizlar yig‘indisidir”[1]. Mehnatga layoqatli aholining ushbu ikki guruhi birgalikda ma’lum bir vaqtning o‘zida mamlakatda mavjud bo‘lgan ish haqi evaziga tovarlar va xizmatlar ishlab chiqarish uchun ishchi kuchi taklifini ifodalaydi.

Zamonaviy sharoitda yuqori samaradorlik darajasiga erishish, iqtisodiyotni innovatsion rivojlantirish mamlakat mehnat salohiyatini boshqarishni takomillashtirish bilan chambarchas bog‘liq.

MAVZUGA OID ADABIYOTLAR TAHLILI

Mehnat salohiyati atamasi birinchi marta 1970-1980 yillarda qo‘llanilgan va bu tushunchani mehnat uchun sarflangan vaqt bilan bog‘liqligini tasvirlaydi. Shunday qilib, ilmiy iqtisodchilar G.P.Sergeyev va L.S.Chijovalar mehnat salohiyatiga shunday ta’rif berdi,“Mehnat salohiyati jamiyatda mavjud mehnat resurslaridir.

Mehnatga layoqatli aholi soni va uning sifat xususiyatlari (jinsi, yoshi, ma’lumoti, tayyorgarligi, malakasi va boshqalar) mehnat salohiyatining real qiymatini belgilaydi”[2].

Yana shu borada tadqiqotlarni amalga oshirgan olimlar V.Kostakov, A.Popovlar “mehnat salohiyati - bu ularning sifat va miqdoriy tomonlarining birligi nuqtai nazaridan ko‘rib chiqiladigan mehnat resurslaridir”[3] deb ta’rif bergan.

Ko‘rinib turibdiki, ushbu ta’rifda mehnat salohiyatining mohiyati mehnat resurslariga qisqartiriladi, garchi ko‘rsatilgandek, bu tushunchalar bir-biridan farq qiladi va mehnat resurslari, hatto miqdoriy va mohiyatan ham, mehnatni salohiyatini to‘liq tavsiflashdan uzoqdir. Ushbu yondashuvni mehnat resurslari deb atash mumkin.

Bir qator mualliflar V.K.Vrublevskiy, I.V.Korneychuk va boshqalar mehnat salohiyatini mehnat faoliyatining mumkin bo‘lgan natijalari nuqtai nazaridan tavsiflaydilar (masalan, “mehnat salohiyati birligiga yalpi ichki mahsulot ishlab chiqarishni kiritish”[4]).

TADQIQOTLAR METODOLOGIYASI

Mazkur maqolada qishloq aholisini ish bilan ta’minlashda ularning mehnat salohiyatidan foydalanish yo‘llarining nazariy va uslubiy asoslarini aniqlash maqsadida umumilmiy va maxsus iqtisodiy tadqiqot metodlaridan kompleks foydalanildi.

Tadqiqotning nazariy-metodologik asosi sifatida bandlik, mehnat bozori, mehnat resurslari va hududiy rivojlanish masalalariga bag‘ishlangan mahalliy va xorijiy olimlarning ilmiy ishlari, klassik va zamonaviy iqtisodiy nazariyalar, institutsional yondashuvlar qarashlari olindi.

Tadqiqot jarayonida quyidagi metodlardan foydalanildi:

Ilmiy abstraksiyalash va umumlashtirish metodi – qishloq aholisining mehnat salohiyati tushunchasining mazmunini ochib berish, uning tarkibiy qismlarini aniqlash va nazariy xulosalar chiqarishda qo‘llanildi.

Tahlil va sintez metodi – qishloq hududlarida bandlik holati, mehnat resurslarining taqsimlanishi hamda ularning samaradorligiga ta’sir etuvchi omillarni alohida-alohida o‘rganish va ularni yagona tizim sifatida baholashda foydalanildi.

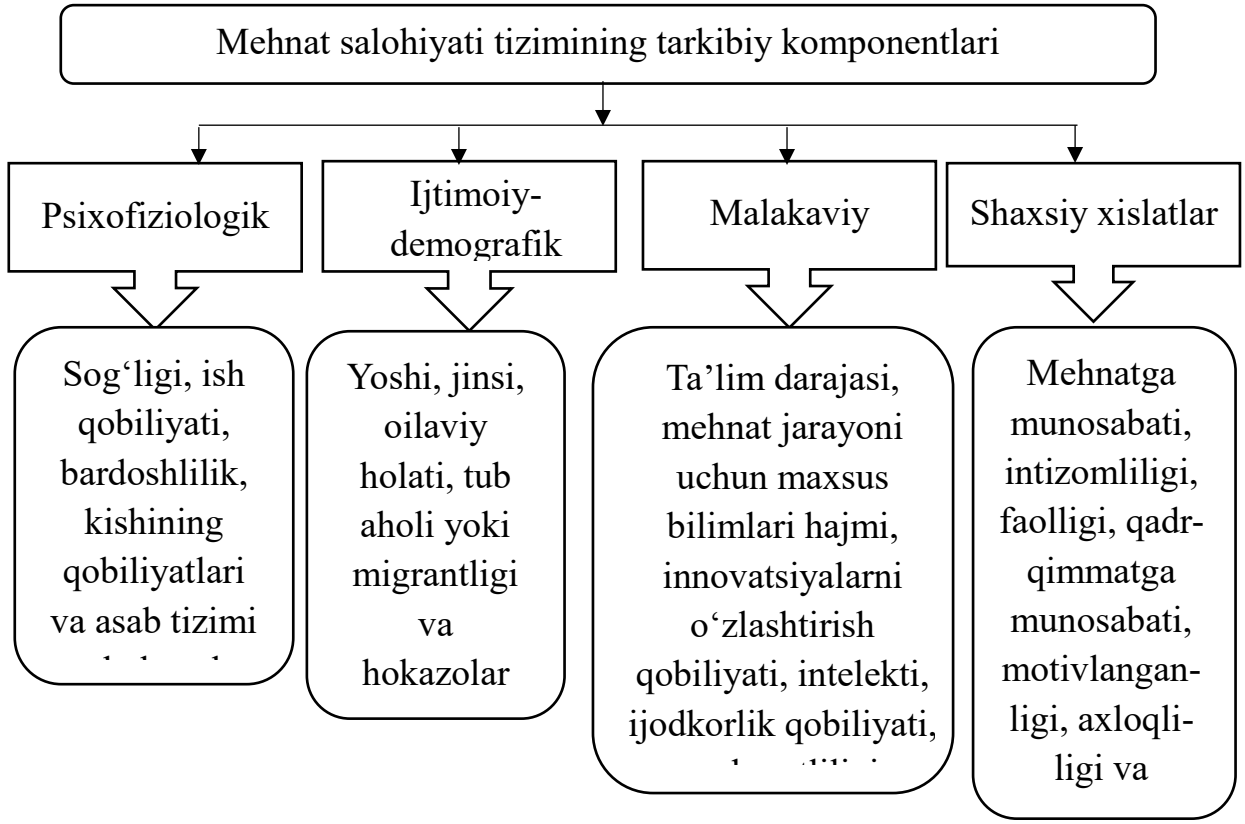
Taqqoslash metodi – qishloq va shahar hududlarida bandlik darajasi, mehnat salohiyatidan foydalanish ko‘rsatkichlarini o‘zaro solishtirish orqali farqli jihatlarni aniqlashga xizmat qildi.

Statistik tahlil metodi – rasmiy statistika ma’lumotlari asosida qishloq aholisining bandlik darajasi, ishsizlik ko‘rsatkichlari va mehnat resurslari dinamikasini o‘rganishda qo‘llanildi.

Induktiv va deduktiv xulosalar chiqarish metodi – alohida kuzatuvlar va empirik ma’lumotlar asosida umumiy nazariy xulosalar ishlab chiqishda hamda nazariy qarashlarni amaliy holatlar bilan asoslashda foydalanildi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Mehnat salohiyati o‘rganilganda uning tarkibiy qismlari, tashkil etuvchi komponentlari o‘rganilishi tabiiy (1-rasm).

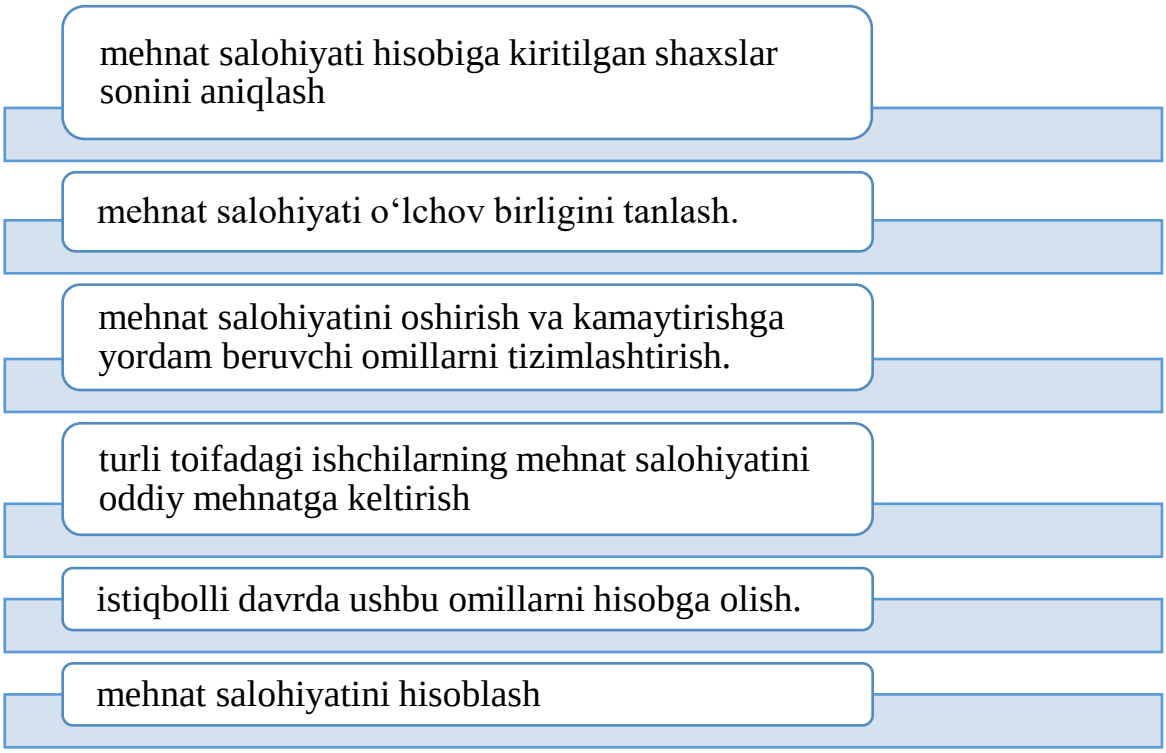


1-rasm. Mehnat salohiyati tarkibiy qismlarining nazariy asoslari

Olib borilgan tadqiqotlar asosida mehnat salohiyati tarkibiy qismlarini asosan 4 yo‘nalishga ajratish mumkin, bular psixofiziologik, ijtimoiy-demografik, malakaviy va shaxsiy xislatlar hisoblanadi.

Agar mehnat salohiyatining miqdoriy tomoniga to‘xtaladigan bo‘lsak, unda mehnat salohiyati qiymatini o‘lchash ko‘rsatkichi sifatida ish vaqti fondini olishimiz kerak. Malakaviy xususiyatlar, ish tajribasi, bilim darajasi, mehnat faoliyatiga ijodiy yondashish mehnat

salohiyatining sifat tomonini tashkil qiladi. Jamiyat darajasida biz mehnat salohiyatining quyidagi ta'rifini berish mumkin: "Mehnat salohiyati - bu jamiyatning (yoki uning ishlab chiqarish, hududiy birligining) uzoq muddatli istiqbolda mamlakat milliy iqtisodiyotida eng samarali ishlash uchun sarflanadigan salohiyat"[5].



2-rasm.Mehnat salohiyatini hisoblash metodologiyasi bosqichlari

Mehnat salohiyatining o'lchov birligini tanlash muhim ahamiyatga ega. Bir qator mualliflar mehnat salohiyatini shaxs yillarda o'lchashni taklif qiladilar, ya'ni aslida mehnat salohiyati mehnat resurslari tushunchasiga yaqinlashadi. K.Marks fikricha:"Ish vaqti shaxsning jonli mehnatidir, uning shakli, mazmuni, individualligiga befarq, u mehnatning jonli miqdoriy borligi va ayni paytda bu borliqning immanent mezonidir"[6].

Bizningcha, mehnat salohiyati kishi-soat bilan o'lchanishi kerak. Ammo bu yerda xodim yoki oliy ma'lumotli bir guruh shaxslarning mehnat salohiyati oddiy mehnat bilan shug'ullanadigan odamlarning mehnat salohiyatidan sezilarli darajada farq qilishini ham inobatga olish lozim. Shuning uchun bizning tadqiqotimizda mehnat salohiyati kishi-soati bilan o'lchanadi. Murakkab mehnatni oddiy mehnatga o'tkazish ushbu lavozimni egallash uchun zarur bo'lgan yillar sonining (ta'lim uchun, shuningdek, amaliy ishning davomiyligi) oddiy mehnat yillari soniga teng nisbatda amalga oshirildi. Shu asosda turli toifadagi ishchilarning potentsial ish vaqti fondi (PLTF) hisoblab chiqilgan.

Mehnat salohiyati o'sishining omillaridan biri ish vaqtining potensial fondining ko'payishi hisoblanadi. Biroq, butun ijtimoiy ishlab chiqarishning uzoq davom etgan samaradorligini hisobga olgan holda, ish vaqtining umumiy fondini maksimal darajada oshirish muammolarini hal qilishning qiyinligini ko'rsatadigan bir qator omillar mavjud. Statistik ma'lumotlarga ko'ra, bugungi kunda umumiy ishchilar sonining 48-50 foizi bo'lgan ayollari jtimoiy ishlab chiqarishda band. Ayollar ishlashi mumkin bo'lgan kasblar ro'yxati kengayib bormoqda. Shu bilan birga, aholining takror ishlab chiqarishi uchun xotin-qizlarning mehnat va dam olishlari uchun qulay shart-sharoitlarni yaratish zarur.

XULOSA VA TAVSIYALAR

Bizningcha, hududiy ish bilan bandlik xizmatini ish bilan bandlik sohasidagi asosiy yo‘nalishlari bo‘yicha faoliyati holatining natijalari shuni ko‘rsatadiki, mehnat bozorini tartibga solishda faol ish bilan bandlik siyosati quyidagi masalalarni hal etishga qaratilmog‘i zarur:

1. Bozor iqtisodiyoti talabalariga muvofiq ishchi kuchi sifatini oshirishda ish bilan band bo‘lmagan aholi va ishsiz fuqarolarni kasbga tayyorlash va qayta tayyorlash tizimini rivojlantirish;
2. Ishchi kuchini kasbga yo‘naltirish va psixologik qo‘llab-quvvatlash tizimini rivojlantirish;
3. Ijtimoiy himoyaga muhtoj bo‘lgan fuqarolarni (nogironlarni, bolalik ayollarni, boshqa joydan kuchib kelganlarni, yoshlarni va boshqalar) ishga joylashtirishga ko‘maklashish, shuningdek jamoat ishlarini rivojlantirish va yoshlarni ishga joylashtirish bo‘yicha maqsadli dasturlarni ishlab chiqish;
4. Yangi ish o‘rinlarini yaratish, kichik biznesni qo‘llab-quvatlash va ish bilan band bo‘lmagan aholini tadbirkorlik faoliyatini rag‘batlantirish;
5. Ishdan ozod etilgan ishchilarni ishga joylashtirish va qayta tayyorgarlikdan o‘tishi bo‘yicha dasturlarni ishlab chiqish;
6. Aholini ish bilan bandligiga ko‘maklashish bo‘yicha axborot xizmati ko‘lamini kengaytirish;
7. Mehnat bozorida monitoring tadqiqotlarini o‘tkazish;
8. Ish beruvchilarning talabalariga yo‘naltirilgan holda boshlang‘ich, o‘rta va oliy ta’lim tizimlarini takomillashtirish;
9. Ish beruvchilar uchun maslahat xizmatlari tashkil etish;
10. Ishchi kuchini taklifini ish beruvchilar talabiga muvofiqlashtirish;
11. Ishsizlikning davomiyligini kamaytirish;
12. Ish bilan bandlik sohasida ijtimoiy hamkorlik mexanizmini rivojlantirish.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. International Labour Standards: 19th International Conference of Labour Statisticians. Geneva, Switzerland. 2-11.10.2013. https://www.ilo.org/meetings-and-events/19th-international-conference-labour-statisticians.
2. Sergeeva G.P., Chizhova L.S.Labor potential of the country. Moscow: 1982.
3. KudryavtsevaO.V. The economic mechanism of the formation and use of labor in the countryside: a monograph. Tver: “Agrosphere” of Tver State Agricultural Academy, 2010.
4. KorneychukB.V. Labor Economics. -Moscow: Gardariki, 2007
5. Khrapova E.V., KychanovB.I. Labor potential: assessment, development dynamics, reserves for improving use: monograph. -Omsk: OIVT (branch) Federal State Budgetary Educational Institution of Higher Professional Education “NGAVT”, 2014
6. Marx K., EngelsF. Selected Works. 2nd edition. Vol. 13. -Moscow: State publishing house of political literature, 1981.

AGROBIZNESDA XALQARO HAMKORLIK VA EKSPORT SALOHIYATINI RIVOJLANTIRISH XUSUSIYATLARI

Bobojanova Yoqutjon Zokirovna
O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi huzuridagi Biznes va tadbirkorlik oliy maktabi
“Biznesni boshqarish (MBA-Agrobiznes)” mutaxassisligi 2-kurs magistratura talabasi
https://doi.org/10.5281/zenodo.18080572

Annotatsiya. *Ushbu maqolada agrobiznesda xalqaro hamkorlik va eksport salohiyatini rivojlantirish zaruriyati, mavjud imkoniyatlari va o‘ziga xos xususiyatlari yoritilgan. Shuningdek, agrobiznesda xalqaro hamkorlik va eksport salohiyatini samarali rivojlantirish yuzasidan takliflar berilgan.*

Аннотация. *В данной статье рассматриваются необходимость, существующие возможности и особенности развития международного сотрудничества и экспортного потенциала в агробизнесе. Также предлагаются рекомендации по эффективному развитию международного сотрудничества и экспортного потенциала в агробизнесе.*

Abstract*. This article discusses the need, existing opportunities and specific features of developing international cooperation and export potential in agribusiness. It also provides suggestions for the effective development of international cooperation and export potential in agribusiness.*

Kalit so‘zlar. *Agrobiznes, hamkorlik, xalqaro hamkorlik, eksport, salohiyat, eksport salohiyati.*

Ключевые слова. *Агробизнес, сотрудничество, международное сотрудничество, экспорт, потенциал, экспортный потенциал.*

Key words*. Agribusiness, cooperation, international cooperation, export, potential, export potential.*

Kirish. So‘nggi yillarda globallashuv jarayonlari kuchayib borayotgan bir sharoitda mamlakatlarning iqtisodiy rivojlanishi ko‘p jihatdan ularning tashqi iqtisodiy aloqalardagi faol ishtirokiga, eksport salohiyatining kengayishi va xalqaro hamkorlikning rivojlanishiga bog‘liq bo‘lib bormoqda. Buning sababi bo‘lib, xalqaro bozorlar bilan integratsiya qilgan agrobiznes tizimi ichki bozorni sifatli mahsulot bilan ta’minlash bilan bir qatorda xorijiy valyuta tushumlari orqali iqtisodiy barqarorlikni mustahkamlash uchun qo‘llaniladi. Chunki, O‘zbekiston sharoitida agrobiznes eksport salohiyatini oshirish alohida strategik ahamiyatga ega. Chunki, mamlakat iqlim va resurs imkoniyatlariga ko‘ra qishloq xo‘jaligi mahsulotlarining keng nomenklaturasi bo‘yicha raqobatbardosh bo‘lib hisoblanadi. Bu borada qishloq xo‘jaligi mahsulotlari eksport salohiyatini yanada oshirish, mavjud yer resurslaridan samarali foydalanish, qayta ishlash, saqlash, eksport qilish va kooperatsiya tizimini joriy etish jarayonlarini o‘zaro integratsiya qilish maqsadida O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining PQ-136-son Qarori [1] qabul qilindi. Shunga muvofiq, agrobiznesda xalqaro hamkorlikni amalga oshirish shartlari, eksportni rivojlantirish omillari, global bozorlarning talablari, logistika va standartlashtirish muammolari hamda O‘zbekiston misolida amalga oshirilayotgan islohotlar tahlil qilinadi. Bu borada agrobiznesning raqobatbardoshligini oshirish va uni jahon bozorlariga integratsiya qilish bugungi global

iqtisodiyotda eng muhim vazifalardan biri hisoblanadi. Xalqaro hamkorlik agrosektor uchun yangi texnologiyalar, investitsiyalar va zamonaviy boshqaruv tajribasini jalb qilishga imkon yaratadi. Bu esa ishlab chiqarish samaradorligini oshiradi, mahsulot tannarxini pasaytiradi va eksport salohiyatini kengaytiradi. Shu bilan xalqaro investitsion hamkorlik orqali bog‘dorchilik, chorvachilik, issiqxonachilik va qayta ishlash korxonalariga xorijiy kapital kirib keladi. Natijada, zamonaviy irrigatsiya tizimlari, agrotexnika vositalari, sovutkichli omborlar, logistika markazlari barpo etilib, mahsulot sifatining xalqaro standartlarga mosligi ta’minlanadi. Ilmiy-texnik hamkorlik esa yangi navlar yaratish, hosildorlikni oshirish, organik dehqonchilikni kengaytirish va ekologik xavfsizlikni ta’minlashga xizmat qiladi.

Adabiyotlar sharhi. Agrobiznesda xalqaro hamkorlik va eksport salohiyatini rivojlantirish yuzasidan turli tadqiqotlar olib borilgan. Xususan, ayrim tadqiqotlarda qishloq xo‘jaligi mahsulotlarini sifati va xavfsizligini ta’minlash hamda ularni eksport miqdorini oshirish bilan bog‘liq faoliyat yoritilgan [2]. Shularga asosan, xalqaro savdo jarayonlari O‘zbekistonning xalqaro iqtisodiy aloqalarini kengaytirishda hal qiluvchi rol o‘ynaydi. Tashqi savdoni rivojlantirishga eksport salohiyatini oshirish, jahon bozoriga miqdor va sifat jihatidan yangi mahsulot va xizmatlarni yetkazib berish orqali erishish mumkin. Bu boradagi tadqiqotlarda qishloq xo‘jaligi sharoitida yirik eksport salohiyatining mavjudligi asoslangan [3]. Yana bir tadqiqotlarda qishloq xo‘jaligi oziq-ovqat mahsulotlarining eksport salohiyatini oshirish masalasi ilgari surilgan. Unga asosan, moddiy-texnik baza va eksportga yo‘naltirilgan infratuzilmani rivojlantirishga qaratilgan davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlash qishloq xo‘jaligi oziq-ovqat mahsulotlarining eksport salohiyatini oshirishga, ishlab chiqarilayotgan mahsulotlarning raqobatbardoshligi va rentabelligini oshirishga, tashqi bozorlarga chiqishga imkon beradi [4]. Ularning turlari sifatida meva-sabzavot sektori bo‘yicha ham tadqiqotlar olib borilgan. Ya’ni, bu borada O‘zbekiston meva-sabzavot sektorining eksport salohiyati yuqori deb baholangan. Bu esa mamlakat xomashyo bazasi, mahsulot yetishtirishda to‘plangan tajriba, mavjud material ishlab chiqarish va logistika imkoniyatlari hamda an’anaviy importchi mamlakatlar bilan o‘rnatilgan aloqalar ekanligi yoritilgan [5]. Yana bir tadqiqotlarda esa qishloq xo‘jaligida fermer xo‘jaliklarining ahamiyati va ularning qishloq xo‘jaligi mahsulotlarini eksport qilishdagi roli yoritilgan. Unga ko‘ra, oziq-ovqat ta’minoti va xavfsizligi global muammolarni hal qilish orqali bajariladi. Shu bois, oziq-ovqat mahsulotlarining eksport salohiyati yuqori bo‘lib, bu borada O‘zbekistonda eksportchilar uchun imtiyozlar va qulayliklar belgilangan [6].

Tahlil va natijalar. Agrobiznes qishloq xo‘jaligi bilan bog‘liq barcha iqtisodiy faoliyatlar majmui bo‘lib, unga yetishtirish, qayta ishlash, saqlash, transport qilish, ulgurji-savdo va chakana savdo jarayonlari kiradi. Zamonaviy talqinda agrobiznes faqat ishlab chiqarish bilan cheklanmay, ya’ni innovatsiyalar, ilmiy tadqiqotlar, marketing, moliyaviy xizmatlar va xalqaro kooperatsiya kabi yo‘nalishlarni ham qamrab oladi. Agrobiznesni rivojlantirishda xalqaro hamkorlik ilg‘or agrar texnologiyalarni jalb qilish, chet ellik investorlar uchun jozibador sharoit yaratish, birgalikdagi qo‘shma korxonalar faoliyatini kengaytirish, xorij bozorlariga chiqish imkoniyatini oshirish va ishlab chiqarilayotgan mahsulot sifatini xalqaro talablarga moslashtirish kabi imkoniyatlarni yaratadi. Ushbu jarayonlar natijasida mamlakat agrar sektori raqobatbardoshligi kuchayadi, eksport hajmi ortadi va iqtisodiy diversifikatsiya ta’minlanadi.

Agrobiznesda eksport salohiyatini belgilashda resurs va iqlim salohiyati muhim o‘rin tutadi. Ya’ni, eksport salohiyatining muhim omillaridan biri bo‘lib tabiiy resurslar imkoniyatidir. Bu borada O‘zbekiston misolida qulay iqlim, sug‘oriladigan yerlar, uzoq vegetatsiya davri hamda

meva-sabzavot yetishtirishdagi an'ana va tajriba kabi omillar yirik ustunlik hisoblanadi. Bu esa turli eksportbop mahsulotlarni yetishtirishga imkon beradi. Texnologik rivojlanish esa eksport salohiyatini belgilovchi asosiy omildir. Zamonaviy irrigatsiya, issiqxona texnologiyalari, agrotexnik tadbirlar, urug'chilik va seleksiya tizimi rivojlangan mamlakatlarda eksport ko'lami yuqori bo'ladi. Ammo, qishloq xo'jaligi mahsulotlarining qo'shimcha qiymatli ko'rinishda eksport qilinishi iqtisodiy samaradorlikni bir necha barobar oshiradi. Shu bois, sifatli qayta ishlash, qadoqlash, saqlash infratuzilmasi eksport salohiyatini kuchaytiradi. Agar eksport mahsulotlari ayniqsa tez buziladigan bo'lsa, logistika zanjirining mukammalligi hal qiluvchi ahamiyatga ega. Sovutkichli omborlar, zamonaviy avtotransport, temir yo'l va avia eksport tizimining rivojlanganligi eksport samaradorligini oshiradi.

Global bozorda mahsulotning sifat va xavfsizlik standartlariga javob berishi majburiy sanaladi. Sertifikatsiz mahsulotlar ko'pgina rivojlangan davlatlarga kiritilmaydi. Shu bois, xalqaro sertifikatlash eksport salohiyatining ajralmas qismidir. Bu holatda xalqaro bozorlar birinchi navbatda mahsulotning ekologik tozaligi, kimyoviy moddalardan holiligi, tashqi ko'rinishi va saqlanish muddati kabi mezonlarini talab qiladi. Ayrim davlatlarda har bir mahsulot guruhiga qarab alohida standartlar mavjud bo'ladi. Eksport mahsulotining qadoqlanishi uning marketing qiymatini oshiradi. Raqobat kuchli bo'lgan Yevropa, AQSh va Osiyo bozorlarida ekologik qadoqlash, mahsulot haqidagi aniq ma'lumotlar va saqlash sharoitlari ko'rsatilishi majburiy hisoblanadi. Brending eksportning barqarorligiga xizmat qiladi.

Har bir davlat bozorining talabi, narx dinamikasi, iste'mol madaniyati turlicha bo'ladi. Masalan, Yevropaga ko'proq organik mahsulotlar, Rossiya va Qozog'istonga ko'proq meva-sabzavotlar, Xitoyga gilos va o'rik hamda Koreya va Yaponiyaga quritilgan mahsulotlar eksport qilinadi. Shu bois, tashqi bozorni o'rganish eksport strategiyasining asosiy qismi hisoblanadi. Bu holatda agrar sohada issiqxonalar, bog'dorchilik klasterlari, parrandachilik, chorvachilik va logistika markazlari kabi yo'nalishlarda chet el investitsiyasini jalb qilish xalqaro hamkorlikning eng samarali ko'rinishidir. Investitsiya oqimi bilan birga texnologiya, ekspertiza va bozorlar ham kirib keladi. Buning uchun universitetlar va ilmiy markazlar o'rtasidagi ko'p tomonlama hamkorlik yangi navlar yaratish, hosildorlikni oshirish, kasalliklarga chidamli urug'lik yetishtirish va organik dehqonchilikni rivojlantirish uchun zarur bo'ladi.

Ayniqsa, xorijiy eksport kompaniyalari bilan sheriklik esa mahsulotni bevosita sotish, uzoq muddatli shartnomalar tuzish, risklarni kamaytirish va eksportning geografiyasini kengaytirish imkonini beradi. Shunga qo'shimcha ravishda jahon tajribasi klaster va kooperativlar eksport salohiyatini kuchaytirishda eng samarali mexanizmlardan biri sifatida qaraladi. Unga ko'ra, birlashgan ishlab chiqarish, qayta ishlash, logistika va marketing jarayonlarini yagona tizimda boshqaradi. Bu mahsulot tannarxini pasaytiradi va raqobatbardoshlikni oshiradi.

Agrobiznesda xalqaro hamkorlik va eksport salohiyatini rivojlantirish uchun O'zbekistonda so'nggi yillarda qishloq xo'jaligi yerlarini optimallashtirish, bog'dorchilik va uzumchilik maydonlarini kengaytirish, eksportni qo'llab-quvvatlash agentliklari tashkil etish, bojxona tartiblarini soddalashtirish hamda klaster va kooperativlarni rivojlantirish kabi islohotlar amalga oshirildi. Natijada, O'zbekiston meva-sabzavot eksporti sezilarli oshdi. Chunki, O'zbekiston hozirgi kunda yangi meva-sabzavotlar, quritilgan mevalar, yong'oq va pista, uzum va mayiz, gilos, o'rik, shaftoli, sabzavot konservalari hamda go'sht va sut mahsulotlari kabi mahsulot turlarini eksport qilish bo'yicha yuqori salohiyatga ega. Ammo, bozorlarni diversifikatsiya qilish orqali Yevropa, Yaqin Sharq va Sharqiy Osiyo davlatlariga eksport hajmini kengaytirish

imkoniyati mavjud. Bu borada O‘zbekistonda sovutkichli omborlar, transport-logistika markazlari hamda eksport terminal va inspeksiya xizmatlari takomillashtirilmoqda. Bu esa eksport zanjirini optimallashtirishga xizmat qiladi. Hamda Global G.A.P. va HACCP kabi sertifikatlarni kengaytirish esa O‘zbekiston mahsulotlarining Yevropa va Osiyo bozorlariga kirib borishini tezlashtiradi. Bu borada ko‘plab hamkorlik loyihalari amalga oshirilmoqda.

Xulosa. Agrobiznesda xalqaro hamkorlik va eksport salohiyatini rivojlantirish mamlakat iqtisodiy barqarorligini mustahkamlovchi asosiy omillardan biridir. Xalqaro bozorlar bilan integratsiya jarayoni innovatsiyalar, investitsiyalar va ilg‘or texnologiyalarni jalb etish orqali agrar sohani modernizatsiya qilishga imkon beradi. Eksport salohiyatining oshishi qishloq xo‘jaligi mahsulotlarining qo‘shimcha qiymatini ko‘paytirib, davlatga barqaror valyuta tushumini ta’minlaydi. O‘zbekistonning tabiiy-iqlimiy imkoniyatlari, agrar salohiyati va amalga oshirilayotgan islohotlar ushbu yo‘nalishda keng istiqbollarni ochib beradi. Bu borada O‘zbekiston misolida iqlimning qulayligi, mahsulot turlarining xilma-xilligi, meva-sabzavot yetishtirishdagi tajriba va hozirgi islohotlar agrobiznes eksportini kengaytirish uchun yetarli imkoniyatlar yaratadi. Ayniqsa, Yevropa, Yaqin Sharq va Osiyo bozorlariga organik, quritilgan va yangi mahsulotlarni yetkazib berish katta istiqbolga ega.

Ushbu xulosadan kelib chiqib, fikrimizcha, agrobiznesda xalqaro hamkorlik va eksport salohiyatini rivojlantirish uchun quyidagi chora-tadbirlarni amalga oshirish lozim:

- innovatsion texnologiyalarni keng joriy etish (tomchilatib sug‘orish, avtomatik monitoring, dron texnologiyasi va raqamli agroxizmatlar eksport sifatini sezilarli oshiradi);
- mahsulotni chuqur qayta ishlashni kengaytirish (quritilgan, muzlatilgan, konservalangan, sharbat va konsentrat shaklidagi mahsulotlarni ko‘paytirish);
- xalqaro marketingni rivojlantirish (onlayn platformalarda faol reklamani amalga oshirish, brend yaratish va xalqaro ko‘rgazmalarda ishtirok qilish);
- eksportchilar uchun moliyaviy yordamlarni kengaytirish (kreditlar, sug‘urta mexanizmlari va subsidiyalar orqali eksport jarayonini osonlashtirish).

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2025-yil 8-apreldagi “Qishloq xo‘jaligi mahsulotlarining eksport salohiyatini oshirish hamda qayta ishlash zanjirini rivojlantirish bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi PQ-136-son Qarori. Manba: https://lex.uz/docs/-7469633
2. Abdirayimov A.R., Muminov N.Sh. Qishloq xo‘jaligi mahsulotlarini eksport salohiyatini oshirishda vujudga kelayotgan muammolar va ularning yechimlari. // Academic Research in Educational Sciences, Volume4, Issue1, 2023. - 167 b.
3. Hamidov I. Increasing export potential on the basis of development of agricultural marketing in Uzbekistan. // Жамият ва инновациялар - Общество и инновации - Society and innovations, Special issue -1, №01 (2020). - 202 b. / ISSN 2181-1415.
4. Тяпкина М.Ф. Развитие экспортного потенциала агропродовольствия. // Экономические отношения, 2020, Т.10, №3. - с. 843-856. – DOI 10.18334/eo.10.3.110865
5. Ибрагимов А. (2020). Повышение экспортного потенциала сельскохозяйственной продукции Узбекистана на современном этапе. // Экономика и образование, 1(3). – с. 236-240. извлечено от https://inlibrary.uz/index.php/economy_education/article/view/4450

COMMERCIAL CREDIT RELATIONS WITH SMALL BUSINESS ENTITIES

G‘ayupov Po‘latjon Nematjonovich
Uzsanoatqurilishbank JSCB Credit Debt Management Department
General Manager (independent search)

Abstract. *The article discusses the assets of commercial banks, their formation and modern methods of management.*

Key words. *Commercial banks, financial resources, assets, liabilities, liquid assets, bank income, bank margin, credit, collateral, plastic cards.*

In accordance with the Decree of the President of the Republic of Uzbekistan dated May 12, 2020 No. PF-5992, *“On the Strategy for Reforming the Banking System of the Republic of Uzbekistan for 2020–2025”*, a number of comprehensive reforms have been envisaged. These include the reform of mechanisms for financing investment projects with the participation of the Uzbekistan Fund for Reconstruction and Development; the abandonment of the practice of lending under state programs at interest rates below the Central Bank’s key rate and the transition to market-based lending conditions starting from 2021; the concentration of lending within state target programs for entrepreneurship development in three banks - Joint-Stock Commercial People’s Bank, Agrobank JSCB, and Microcreditbank JSCB; the establishment of a preferential state financial support mechanism for entrepreneurial activity through the State Fund for Entrepreneurship Support; the introduction of a new procedure for providing housing to the population through mortgage lending based on market principles; and the assessment, in cooperation with the World Bank, of prudential supervision mechanisms and procedures applied to commercial banks in terms of their compliance with the principles of the Basel Committee [1].

Furthermore, the Resolution of the President of the Republic of Uzbekistan dated March 9, 2023 No. PQ-88 stipulates that, by September 1, 2023, the Ministry of Economy and Finance, in cooperation with the Central Bank, shall ensure the integration of the Ministry’s information system with the Central Bank’s “Fast Payments” system in order to enable online settlements through the Single Treasury Account on a 24/7 basis [2].

The assets of commercial banks are primarily oriented toward short-term horizons and are closely related to the daily management of the bank’s balance sheet. Asset management is aimed at increasing income and limiting risks in banking operations. Therefore, from a financial perspective, the main objective of asset management is to enhance profitability while reducing risks inherent in banking activities. The analysis of a bank’s asset operations should be conducted in terms of profitability, risk level, and liquidity [3].

As noted in the Decree of the President of the Republic of Uzbekistan dated May 12, 2020 No. PF-5992, the dominant role of the state in the banking sector and the active involvement of banks as intermediaries in financing various state programs and enterprises have led to a number of systemic risks and challenges. These include a high level of dollarization of assets and liabilities, as well as the concentration of loans and deposits among large companies and specific sectors of the economy, which exposes banks to currency and credit risks, as well as liquidity risk. At the beginning of 2020, loans denominated in foreign currency accounted for 48 percent of total loans, while foreign currency deposits and funds constituted 44 percent of total deposits. Moreover, 36 percent of the total volume of loans issued by state-owned banks was concentrated among the ten largest borrowers. In addition, the state holds a dominant position in the banking sector: out of 31 banks operating in the system, 13 have state participation in their capital, accounting for more than 87 percent of total banking capital and over 85 percent of total banking assets [4]. These factors

have necessitated a shift toward the management of bank assets using modern approaches within the banking system.

Bank assets represent all financial resources owned by a bank that generate income or possess economic value. In simple terms, any placement of funds by a bank constitutes its assets. The main types of assets of commercial banks include:

1. **Cash and funds held at the Central Bank**, including:
   - cash on hand;

- **Accounts held at the Central Bank**: These assets are considered to be the most liquid assets.

2. **Loans**:
   That is, loans extended to individuals and legal entities. These constitute the primary source of bank income.
3. **Investments in securities**:
   Including government bonds, corporate bonds, and shares.
4. **Interbank placements**:
   Short-term loans extended to other banks.
5. **Fixed assets**:
   Buildings, equipment, and transport vehicles.
6. **Other assets**:
   Interest receivable and accounts receivable.

In the activities of commercial banks, assets represent an important economic category. Bank assets reflect a set of economic resources controlled by a bank and recorded on the asset side of the balance sheet. These resources are formed as a result of banking operations and are expected to generate economic benefits for the bank in the future. Through bank assets, banks perform the function of financial intermediation in the economy and ensure the efficient redistribution of financial resources.

In academic literature, the definitions of bank assets reveal their functional and economic essence. In particular, bank assets are financial and non-financial resources attracted and allocated by banks using both borrowed and own funds, serving the purposes of income generation or liquidity maintenance. These assets are a key factor determining a bank's operational performance, financial stability, and level of profitability.

The economic substance of bank assets is also characterized by their continuous circulation. Resources attracted by banks are allocated through loans, investments, or other operations, ensuring the uninterrupted movement of bank assets. As a result, bank assets act as financial instruments that serve the real economy.

On the balance sheet, assets reflect the total amount of funds and claims at the bank's disposal. Assets are presented on the left-hand side of the balance sheet and indicate where and in what form the bank's funds are allocated. The asset side of the balance sheet provides important information about the directions, priorities, and risk level of a bank's activities. The composition and structure of assets are directly linked to the bank's strategic objectives. For example, in credit-oriented banks, loan portfolios constitute the major share of assets, whereas in banks focused on investment activities, investments in securities occupy a significant position. Therefore, analyzing the structure of assets on the balance sheet is an essential tool for evaluating bank performance.

One of the primary functions of bank assets is income generation. The main share of bank profits is formed through interest income on loans, income from investment activities, and other asset-based operations. Consequently, banks pay particular attention to the profitability of assets when allocating resources. However, high-yielding assets are often characterized by lower liquidity. For instance, long-term loans or investment projects may serve as major sources of income for banks, but converting them into cash quickly when needed can be difficult. Therefore,

maintaining a balance between liquidity and profitability is a crucial aspect of bank asset management.

Every bank asset is associated with a certain degree of risk. Bank assets differ according to their level of risk, and these risks are an integral part of banking activities. Credit risk, market risk, interest rate risk, and liquidity risk directly affect bank assets. Credit risk is mainly associated with the failure of borrowers to repay loans in full and on time. Investment assets are exposed to market risks, meaning that changes in the value of securities affect the value of bank assets. For this reason, banks seek to reduce risks by diversifying their asset portfolios.

In practice, bank assets are classified according to various criteria, including income-generating capacity, liquidity level, risk level, maturity, and balance sheet recognition. Each classification reveals a specific aspect of banking activity. Based on liquidity, bank assets are divided into highly liquid, moderately liquid, and low-liquid assets. Highly liquid assets can be converted into cash within a short period with minimal losses and play a crucial role in meeting banks' daily payment obligations. Highly liquid assets include cash holdings, required reserves held at the Central Bank, and funds in demand deposit accounts. Moderately liquid assets include short-term loans and marketable securities that can be sold quickly. Low-liquid assets comprise long-term loans, investment projects, and fixed assets.

Based on income-generating capacity, bank assets are classified into income-generating and non-income-generating assets. Income-generating assets constitute the primary source of bank profits and include loan portfolios, investment securities, and interbank placements. Non-income-generating assets, although they do not directly generate profit, play an important role in ensuring the continuity of banking operations. Such assets include fixed assets, buildings, and technical equipment, which provide the necessary infrastructure for banking activities.

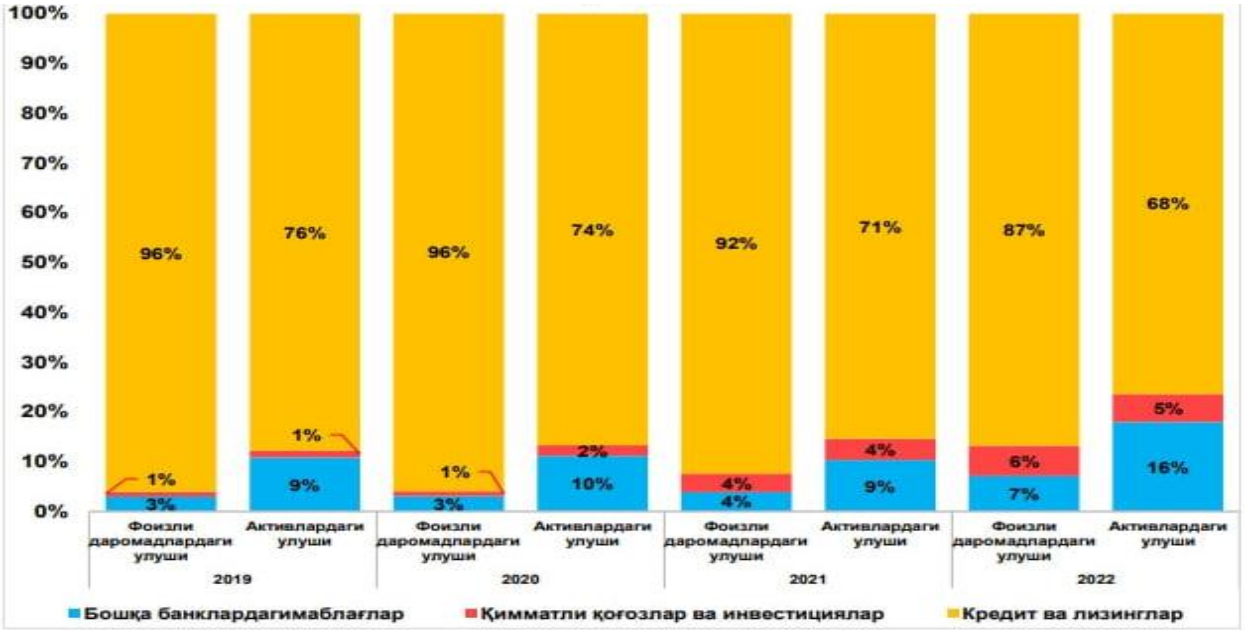
According to the level of risk, bank assets are classified into low-risk, medium-risk, and high-risk assets. Low-risk assets include government securities and deposits held at the Central Bank. Although these assets offer relatively low returns, they are stable and contribute to maintaining the overall stability of banks. Medium-risk assets mainly consist of short- and medium-term loans that generate stable income for banks. High-risk assets include long-term investment projects, loans extended to innovative sectors, and non-performing loans.

According to data from the Central Bank, as of October 1, 2025, the total assets of commercial banks amounted to 866.8 trillion UZS. This represents a 17 percent increase compared to the previous year and a 20 percent increase in real terms. The banking system of Uzbekistan demonstrates stable growth across all key indicators. As noted in the Central Bank's report, as of October 1, 2025, the total assets of commercial banks reached 866.8 trillion UZS. While this indicator increased by 17 percent over the year in nominal terms, real growth, adjusted for the impact of inflation, amounted to 20 percent.

Within the structure of total assets, 332.9 trillion UZS, or 38 percent, accounted for assets denominated in foreign currency. This figure declined from 43 percent in the previous year, reflecting a reduction in the share of foreign currency assets and indicating progress in the de-dollarization process of the banking sector. Over the year, the loan portfolio increased from 515.6 trillion UZS to 582.2 trillion UZS. Of this amount, 228.7 trillion UZS, or 39 percent, consisted of loans denominated in foreign currency. The nominal growth rate of the loan portfolio was 13 percent, while real growth amounted to 15 percent.

The volume of deposits in the banking system also increased significantly, rising from 286.9 trillion UZS to 371.5 trillion UZS. This corresponds to an annual growth rate of 29 percent, or 31 percent in real terms. Of total deposits, 83.7 trillion UZS, or 23 percent, were placed in foreign currency, down from 27 percent in the previous year. Total bank capital amounted to 130.4 trillion UZS and increased by 19 percent over the year. According to the Central Bank, the growth in assets, loans, and deposits contributes to maintaining the stability of the banking system and ensuring adequate liquidity in the economy [5]

Structure of Interest Income and Assets in 2019–2022 [6]



The data presented in the table indicate that during the period 2019–2022, changes occurred in the structure of interest income and assets of commercial banks. In particular, by 2022, the share of credit investments within total bank assets declined.

In conclusion, the classification of bank assets based on various criteria enables an in-depth analysis of banking activities. Managing assets with due consideration of their liquidity, profitability, and risk levels plays a crucial role in ensuring the financial stability of banks.

REFERENCES

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 12.05.2020 yildagi “2020 — 2025-yillarga mo‘ljallangan O‘zbekiston Respublikasining bank tizimini isloh qilish strategiyasi to‘g‘risida” gi (PF-5992 sonli) farmoni. https://lex.uz/docs/-4811025
2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining qarori, 09.03.2023 yildagi PQ-88-son. https://lex.uz/docs/-6401523. https://cbu.uz/uz/documents/3329/979274/
3. A.A.Azlarova “Bank menejmenti va marketingi”, 115-b Toshkent 2021 yil.
4. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni, 12.05.2020 yildagi PF-5992-son. (4-bet). https://lex.uz/docs/-4811025.
5. https://vaqt.uz/uz/news/ozbekistonda-bank-aktivlari-8668-trln-somga-yetdi.
6. https://www.google.com/search?sca_esv=ce44c7f075135652&q=aktivlari+daromadliligi+Bank+aktivlari&uds=AOm0WdE2fekQnsyfYEw8JPYozOKzw2lL0jXGo9ZPlXvLd2feLFsfAVSRQZ9HDn6jC57Qi6Pb0FmWwKdb4tkksrjXbXMaYAEL_Shu_SjQ_10v6a0Z_upB9OuM-druGJKxyzzURO648Kma3YqQxjNQUG11aJgjXVg1eIpyhNorkfP2xYG6DRNBZNg&udm=2&sa=X&ved=2ahUKEwjjv6vFh7-RAxVQGhAIHdBOMFoQxKsJKAV6BQibARAB&ictx=0&biw=1366&bih=641&dpr=1#sv=CAMSVhoyKhBlLVpCM1R6eFFPcVlvTFZNMg5aQjNUenhRT3FZb0xWTToOSlRlYWVlQ052WlRqVk0gBCocCgZtb3NhaWMSEGUtWkIzVHp4UU9xWW9MVk0YADABGAcg8u_RyA0wAkoKCAIQAhgCIAIoAg.
7. М.Р. Болтабоев, М.С. Қосимова, Ш.Ж. Эргашходжаева, Б. К. Ғойибназаров, А.Н. Самадов, Р. Ходжаев. “Кичик бизнес ва тадбиркорлик” Ўқув қўлланма. Тошкент, Иқтисодиёт 2010. (7-16 сахифалар.

MAMLAKATDA PARRANDACHILIK TARMOG‘INING JORIY HOLATI VA RIVOJLANISH TENDENSIYALARI

Shermatov Abbos Jumayevich
Toshkent kimyo-texnologiyalar universiteti Yangiyer filiali
https://doi.org/10.5281/zenodo.18080639

Annotatsiya. *Mazkur maqolada mamlakatda parrandachilik tarmog‘ining joriy holati, uning qishloq xo‘jaligi tizimidagi o‘rni hamda rivojlanish tendensiyalari tahlil qilinadi. Tadqiqot jarayonida parrandachilik mahsulotlari ishlab chiqarish hajmi, mahsuldorlik darajasi, tarmoqda faoliyat yuritayotgan xo‘jalik subyektlarining tashkiliy-iqtisodiy holati hamda hududlar kesimidagi rivojlanish xususiyatlari o‘rganildi. Shuningdek, davlat tomonidan ko‘rsatilayotgan qo‘llab-quvvatlash choralarining samaradorligi, investitsiya faolligi va zamonaviy texnologiyalarni joriy etish jarayonlari baholandi. Tahlil natijalari parrandachilik tarmog‘ida ijobiy o‘sish tendensiyalari bilan bir qatorda mavjud muammolar va cheklovchi omillarni aniqlash imkonini berdi. Maqolada tarmoqni barqaror rivojlantirish, mahsulot raqobatbardoshligini oshirish hamda oziq-ovqat xavfsizligini ta’minlashga qaratilgan ilmiy xulosalar va amaliy tavsiyalar ishlab chiqilgan.*

Kalit so‘zlar:*Parrandachilik tarmog‘i, qishloq xo‘jaligi, parrandachilik mahsulotlari, ishlab chiqarish hajmi, mahsuldorlik, tashkiliy-iqtisodiy mexanizm, davlat qo‘llab-quvvatlashi, investitsiyalar, rivojlanish tendensiyalari, oziq-ovqat xavfsizligi.*

Annotation. *This article analyzes the current state of the poultry industry in the country and its development trends within the agricultural sector. The study examines production volumes of poultry products, productivity indicators, organizational and economic conditions of poultry enterprises, and regional development characteristics. Particular attention is paid to the effectiveness of state support measures, investment activity, and the introduction of modern technologies in the poultry industry. The results of the analysis reveal both positive growth trends and existing problems that constrain sustainable development. Based on the findings, scientific conclusions and practical recommendations aimed at improving competitiveness, ensuring food security, and promoting the sustainable development of the poultry sector are proposed.*

Keywords*: Poultry industry, agriculture, poultry products, production volume, productivity, organizational and economic mechanism, state support, investments, development trends, food security.*

Аннотация. *В данной статье анализируется текущее состояние птицеводческой отрасли в стране, ее место в системе сельского хозяйства, а также основные тенденции развития. В ходе исследования рассмотрены объемы производства продукции птицеводства, показатели продуктивности, организационно-экономическое состояние хозяйствующих субъектов и региональные особенности развития отрасли. Особое внимание уделено эффективности мер государственной поддержки, инвестиционной активности и внедрению современных технологий в птицеводстве. Результаты анализа позволили выявить как положительные тенденции роста, так и существующие проблемы, сдерживающие устойчивое развитие отрасли. В статье сформулированы научные выводы*

и практические рекомендации, направленные на повышение конкурентоспособности отрасли и обеспечение продовольственной безопасности.

Ключевые слова: *Птицеводство, сельское хозяйство, продукция птицеводства, объем производства, продуктивность, организационно-экономический механизм, государственная поддержка, инвестиции, тенденции развития, продовольственная безопасность.*

Kirish. Parrandachilik qishloq xo‘jaligining eng muhim tarmoqlaridan biri bo‘lib, mamlakatning oziq-ovqat xavfsizligini ta’minlash, aholiga hayvon oqsili manbai yaratish hamda qishloq hududlarining ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishiga hissa qo‘shish borasida muhim ahamiyatga ega. So‘nggi yillarda global parrandachilik ishlab chiqarishida samaradorlik va mahsuldorlikni oshirish, shuningdek zamonaviy texnologiyalarni joriy etish tendensiyalari keskin ortib bormoqda. Ushbu tendensiyalar raqobatbardoshlikni oshirish va barqaror rivojlanishni ta’minlashda asosiy omil hisoblanadi.

Mamlakatimiz sharoitida parrandachilik tarmog‘i qishloq xo‘jaligi ichida strategik ahamiyatga ega bo‘lib, umumiy chorvachilik mahsulotlari ishlab chiqarishida sezilarli ulushga ega. Ushbu tarmoq ichki talabni qondirish, tuxum va go‘sht mahsulotlarini yetkazib berish, shuningdek qishloq joylarda bandlik va daromad manbai yaratish imkonini beradi. Shu bilan birga, tarmoq bir qator muammolarga duch kelmoqda: hududlar bo‘yicha rivojlanish nomutanosibligi, ishlab chiqarish quvvatlarining eskirishi, investitsiya yetishmovchiligi hamda zamonaviy boshqaruv va texnologik yechimlarning yetarli darajada qo‘llanilmasligi.

So‘nggi yillarda davlat tomonidan parrandachilikni qo‘llab-quvvatlashga qaratilgan moliyaviy rag‘batlar, texnologik yangilanishlar va tashkiliy islohotlar amalga oshirilmoqda. Biroq ushbu chora-tadbirlarning samaradorligini baholash, xususan mahsuldorlikni oshirish, investitsiya samaradorligi va zamonaviy boshqaruv yondashuvlarini tatbiq etish jihatidan chuqur tahlil talab etiladi. Shu sababli mamlakatda parrandachilik tarmog‘ining joriy holatini o‘rganish va uning rivojlanish tendensiyalarini aniqlash, barqaror rivojlanish strategiyasini ishlab chiqish uchun asosiy shartdir.

Tadqiqot metodologiyasi. Ushbu maqolada mamlakat parrandachilik tarmog‘ining joriy holati va rivojlanish tendensiyalarini aniqlash hamda tarmoqning samaradorligini baholash maqsadida kompleks tadqiqot metodologiyasi qo‘llanildi. Tadqiqot jarayonida nazariy, empirik va tahliliy yondashuvlar uyg‘un tarzda ishlatildi. Nazariy asos sifatida parrandachilikni rivojlantirish bo‘yicha xalqaro va milliy ilmiy adabiyotlar, davlat strategiyalari, tarmoqni rivojlantirish dasturlari hamda iqtisodiy nazariya va boshqaruv konsepsiyalari tahlil qilindi. Bu esa mavzu bo‘yicha ilmiy nuqtai nazarni shakllantirish va masalani keng kontekstda o‘rganish imkonini berdi.

Adabiyotlar sharhi. Parrandachilik sohasidagi ilmiy tadqiqotlar jahon miqyosida keng o‘rganilgan va rivojlanishning turli aspektlariga e’tibor qaratilgan. Xorijiy olimlarning ishlari ko‘pincha parrandachilikning global tendensiyalari, texnologik yangiliklar, boshqaruv tizimlari va iqtisodiy samaradorlik masalalarini o‘z ichiga oladi. Masalan, Smith va Johnson (2020) parrandachilik tarmoqlarida samaradorlikni oshirish uchun avtomatlashtirish va raqamli monitoringning muhimligini ta’kidlaydi, shuningdek, resurslardan foydalanish samaradorligini oshirish bo‘yicha ilg‘or tajribalarni taqdim etadi. Brown va boshq. (2019) tahlilida davlatning subsidiyalar va investitsiya rag‘batlarini joriy etish orqali tarmoqni rivojlantirishning iqtisodiy mexanizmlari batafsil o‘rganilgan. Shu bilan birga, Garcia va hamkasblari (2021) parrandachilik

mahsulotlarining eksport salohiyati, tarmoqdagi innovatsion texnologiyalarni tatbiq etish va global raqobatbardoshlikni oshirish bo‘yicha strategiyalarni taqdim etadi. Ushbu tadqiqotlar mamlakatimiz tarmog‘ining rivojlanish istiqbollarini baholashda nazariy asos sifatida xizmat qiladi.

Mahalliy olimlarning ishlari esa mamlakat sharoitida parrandachilikni rivojlantirish, tarmoqning iqtisodiy samaradorligi va boshqaruv tizimlarini tahlil qilishga qaratilgan. Masalan, Xo‘jayev (2018) parrandachilik korxonalarining ishlab chiqarish samaradorligini oshirish va hududiy rivojlanish farqlarini kamaytirish yo‘llarini tadqiq qilgan. Tursunov va Ahmadov (2020) esa mamlakatimizda parrandachilikni qo‘llab-quvvatlash mexanizmlari va investitsion faoliyatni tahlil qilib, samarali boshqaruv va tashkiliy modelni taklif qilgan. Shuningdek, Sodiqov (2021) parrandachilik mahsulotlarining tannarxi, rentabellik va ichki talabni qondirish masalalarini o‘rganib, sektorning barqaror rivojlanishi uchun amaliy tavsiyalar ishlab chiqqan. Ushbu mahalliy tadqiqotlar xorijiy ilmiy manbalar bilan uyg‘unlashgan holda mamlakat tarmog‘ining joriy holati va rivojlanish tendensiyalarini ilmiy asoslangan tarzda baholash imkonini beradi.

Natijada, xorijiy va mahalliy olimlarning ishlari parrandachilik tarmog‘ining rivojlanish tendensiyalari, boshqaruv mexanizmlari, investitsiya samaradorligi va texnologik yangilanishlarini tahlil qilish uchun nazariy va metodologik asos yaratadi. Shu bilan birga, tarmoqni takomillashtirish bo‘yicha ilmiy va amaliy tavsiyalar ishlab chiqishda ushbu tadqiqotlarning natijalari muhim manba hisoblanadi.

Tahlil va natijalar. Mamlakat parrandachilik tarmog‘ining joriy holatini baholash uchun so‘nggi besh yil ichidagi ishlab chiqarish statistikasi, hududiy farqlar va mahsuldorlik ko‘rsatkichlari tahlil qilindi. Ma’lumotlar shuni ko‘rsatadiki, mamlakat bo‘yicha tuxum ishlab chiqarish hajmi so‘nggi yillarda o‘rtacha 4–5% ga o‘sib, ichki talabning 85–90% qamrovini ta’minlamoqda. Go‘sht ishlab chiqarish esa yiliga 6–7% o‘sish bilan izchil rivojlanmoqda, ammo ayrim hududlarda ishlab chiqarish imkoniyatlari va texnologik daraja yetarli emasligi natijasida nomutanosiblik mavjud.

Hududiy tahlil shuni ko‘rsatadiki, Toshkent, Farg‘ona va Namangan viloyatlarida parrandachilik korxonalari yuqori texnologik darajada faoliyat yuritmoqda, bu esa mahsuldorlik va rentabellikni oshirishga yordam bermoqda. Shu bilan birga, Surxondaryo, Qashqadaryo va Xorazm viloyatlarida ishlab chiqarish hajmi nisbatan past bo‘lib, ishlab chiqarish quvvatlarini modernizatsiya qilish va investitsiya jalb qilish zarurati mavjud.

Tarmoqni boshqarish va iqtisodiy mexanizmlarga oid tahlil shuni ko‘rsatdiki, davlat tomonidan joriy etilgan subsidiyalar, investitsion qo‘llab-quvvatlash va kreditlashtirish mexanizmlari parrandachilik korxonalarining moliyaviy barqarorligini yaxshilashga xizmat qilmoqda. Shu bilan birga, korxonalarning raqamli boshqaruv tizimlarini joriy etish, monitoring va inventarizatsiya tizimlarini takomillashtirish orqali resurslardan foydalanish samaradorligini 10–15% ga oshirish imkoniyatlari mavjudligi aniqlangan.

Maqolada o‘rganilgan tahlillar asosida keltirilgan natijalar shuni ko‘rsatadiki, mamlakat parrandachilik tarmog‘ida ijobiy o‘sish tendensiyalari mavjud bo‘lib, quyidagi asosiy natijalar ajralib turadi:

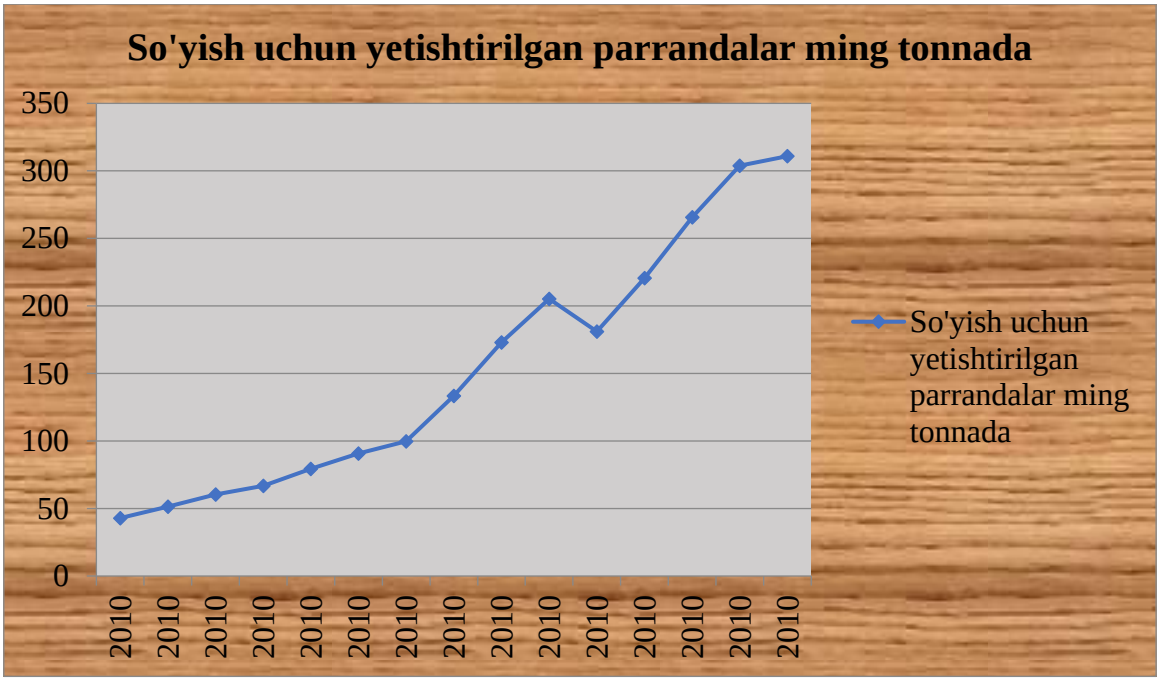
1. **Ishlab chiqarish hajmi va mahsuldorlikning o‘sishi:** Tuxum va go‘sht ishlab chiqarish hajmi o‘rtacha yillik 4–7% ga oshgan, bu ichki talabni qondirish va eksport salohiyatini oshirish imkonini beradi.

2. **Texnologik yangilanish va investitsiya samaradorligi:** Raqamli boshqaruv, avtomatlashtirilgan ishlab chiqarish tizimlari va monitoring vositalari kiritilgan korxonalarda tannarx pasayishi va rentabellik oshishi kuzatilgan.

3. **Hududiy nomutanosiblik:** Ba'zi viloyatlar ishlab chiqarish quvvatlarini kengaytirish va texnologiyalarni modernizatsiya qilishni talab qilmoqda, bu esa mamlakat tarmog'ining barqaror rivojlanishiga to'sqinlik qilmoqda.

4. **Tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarning samaradorligi:** Davlatning moliyaviy rag'batlar, kredit va subsidiyalarni taqdim etish mexanizmlari tarmoqni rivojlantirish va korxonalarning barqaror faoliyatini ta'minlashga yordam bermoqda.

Natijalar shuni ko'rsatadiki, mamlakat parrandachilik tarmog'ini rivojlantirish bo'yicha strategik chora-tadbirlar ishlab chiqish, hududiy farqlarni kamaytirish va zamonaviy boshqaruv tizimlarini joriy etish barqaror o'sish uchun asosiy yo'nalish hisoblanadi. Shu bilan birga, innovatsion texnologiyalarni tatbiq etish va investitsiya oqimini oshirish orqali ishlab chiqarish samaradorligini 15–20% ga oshirish imkoniyatlari mavjud.



1-rasm. Mamlakatda so'yish uchun yetishtirilgan jami parrandalar (tirik vaznda)

Berilgan ma'lumotlar mamlakatda so'yish uchun yetishtirilgan parrandalar hajmining izchil va barqaror o'sish tendensiyasiga ega ekanligini ko'rsatadi. Tahlil qilinayotgan davr boshida parrandalar yetishtirish hajmi nisbatan past bo'lib, 42,9 ming tonnani tashkil etgan. Keyingi bosqichlarda ushbu ko'rsatkich 51,5 ming tonnaga, so'ng 60,5 va 66,9 ming tonnagacha oshib, parrandachilik tarmog'ida dastlabki kengayish jarayoni boshlanganini ifodalaydi. Ushbu bosqichda o'sish asosan kichik va o'rta ishlab chiqaruvchilarning faoliyati, ichki talabning ortishi hamda parrandachilikka bo'lgan qiziqishning kuchayishi bilan izohlanadi.

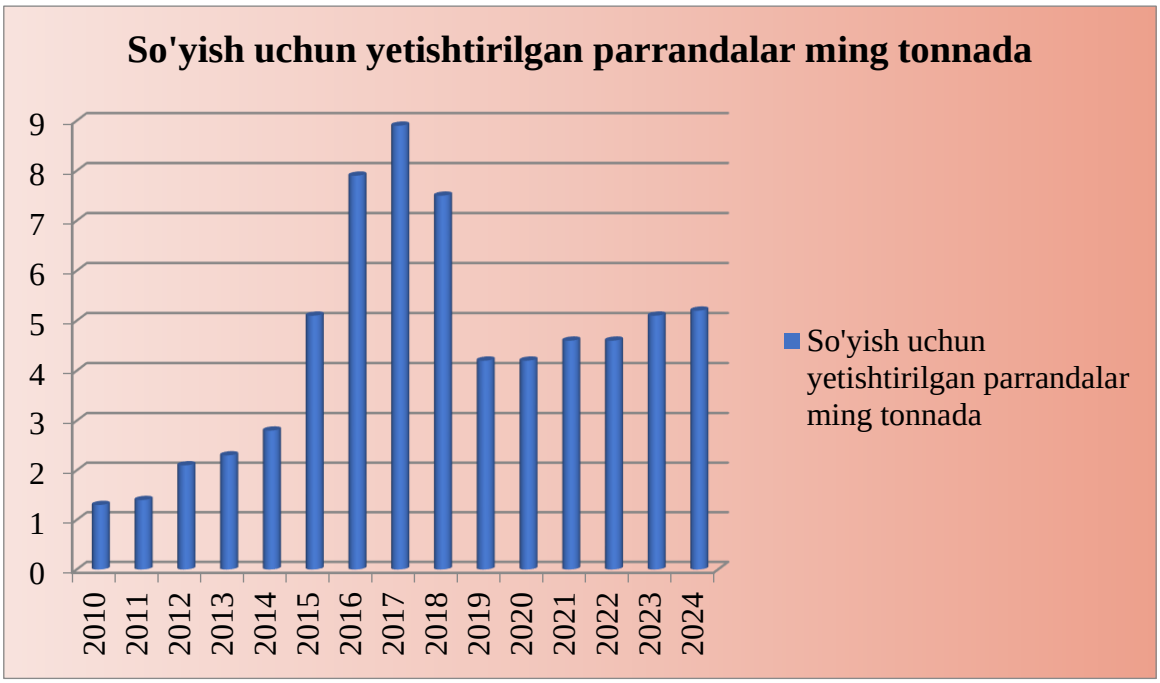
Keyingi davrda parrandalar yetishtirish hajmi yanada tezlashgan holda 79,4 ming tonnadan 90,7 ming tonnagacha, so'ngra 99,7 ming tonnagacha yetgani kuzatiladi. Bu bosqich parrandachilikda ishlab chiqarish quvvatlarini kengaytirish, texnologik yangilanishlar va davlat tomonidan ko'rsatilayotgan qo'llab-quvvatlash chora-tadbirlari samarasi bilan bog'liq ekanini ko'rsatadi. Aynan shu davrdan boshlab tarmoq sanoatlashtirish yo'liga o'ta boshlaganini ko'rish mumkin.

Tahlilning keyingi bosqichida keskin o‘sish kuzatiladi: ishlab chiqarish hajmi 133,5 ming tonnaga, so‘ng 173 ming tonnaga va 205,2 ming tonnagacha yetadi. Ushbu davr parrandachilik tarmog‘ida intensiv rivojlanish bosqichi sifatida tavsiflanadi. Yirik parrandachilik majmualarining ishga tushirilishi, ishlab chiqarish jarayonlarida avtomatlashtirish va yem-baza ta’minotining yaxshilanishi o‘sish sur’atlarini sezilarli darajada tezlashtirgan.

Ma’lumotlarda ayrim davrda ishlab chiqarish hajmining 181,1 ming tonnagacha qisqarishi kuzatiladi. Bu holat tarmoqda muayyan vaqtinchalik muammolar, jumladan yem narxlarining oshishi, tashqi iqtisodiy omillar yoki logistika bilan bog‘liq cheklovlar mavjud bo‘lganini anglatishi mumkin. Biroq ushbu pasayish uzoq davom etmagan bo‘lib, keyingi bosqichda ishlab chiqarish hajmi yana tiklanib, 220,7 ming tonnaga yetgan.

So‘nggi bosqichlarda parrandachilik tarmog‘ining barqaror rivojlanishi yaqqol namoyon bo‘ladi. Ishlab chiqarish hajmi 265,7 ming tonnadan 303,9 ming tonnagacha oshib, nihoyat 310,9 ming tonnaga yetadi. Bu holat parrandachilik tarmog‘ining iqtisodiy jihatdan mustahkamlanganini, ichki bozorni qondirish bilan birga eksport salohiyatiga ega bo‘la boshlaganini ko‘rsatadi. Shuningdek, ishlab chiqarish hajmining bunday darajaga yetishi tarmoqda investitsion faollik, zamonaviy texnologiyalarni keng joriy etish va boshqaruv mexanizmlarining takomillashganidan dalolat beradi.

Umuman olganda, jadval ma’lumotlari mamlakatda so‘yish uchun yetishtirilgan parrandalar hajmi bir necha barobarga oshganini ko‘rsatib, parrandachilik tarmog‘i qishloq xo‘jaligining eng tez rivojlanayotgan va istiqbolli yo‘nalishlaridan biriga aylanganini tasdiqlaydi. Ushbu o‘sish oziq-ovqat xavfsizligini ta’minlash, aholining go‘sht mahsulotlariga bo‘lgan talabini qondirish hamda qishloq hududlarida bandlik va daromad manbalarini kengaytirishda muhim ahamiyat kasb etadi.



2-rasm. Qoraqalpog‘istonda so‘yish uchun yetishtirilgan jami parrandalar ming tonna tirik vaznda

Jadval ma’lumotlari Qoraqalpog‘iston Respublikasida parrandachilik tarmog‘ining rivojlanish jarayoni notekis, ammo umumiy yo‘nalishda o‘sishga moyil ekanligini ko‘rsatadi. Tahlil qilinayotgan davr boshida, ya’ni 2010–2012 yillarda so‘yish uchun yetishtirilgan

parrandalar hajmi nisbatan past bo‘lib, 2010 yilda 1,3 ming tonnani, 2011 yilda 1,4 ming tonnani va 2012 yilda 2,1 ming tonnani tashkil etgan. Ushbu davr parrandachilik tarmog‘ining shakllanish bosqichi sifatida tavsiflanib, ishlab chiqarish asosan kichik xo‘jaliklar va aholi tomorqalari hisobiga amalga oshirilganini ko‘rsatadi.

2013–2014 yillarda ishlab chiqarish hajmining sekin, ammo barqaror o‘sishi kuzatilib, ko‘rsatkichlar mos ravishda 2,3 va 2,8 ming tonnaga yetgan. Bu holat hududda parrandachilikka bo‘lgan qiziqish ortgani, ishlab chiqarish tajribasi va texnologik ko‘nikmalar shakllana boshlaganini anglatadi. Aynan shu bosqichda parrandachilik tarmog‘i iqtisodiy faoliyat sifatida mustahkamlanib borayotganini ko‘rish mumkin.

2015–2017 yillar parrandachilik tarmog‘ining eng jadal rivojlangan davri hisoblanadi. Xususan, 2015 yilda ishlab chiqarish hajmi keskin oshib, 5,1 ming tonnani tashkil etgan bo‘lsa, 2016 yilda bu ko‘rsatkich 7,9 ming tonnaga, 2017 yilda esa 8,9 ming tonnaga yetgan. Ushbu davrdagi jadal o‘sish parrandachilikka yo‘naltirilgan investitsiyalar, ishlab chiqarish quvvatlarining kengaytirilishi hamda davlat tomonidan ko‘rsatilgan qo‘llab-quvvatlash chora-tadbirlarining samarasi bilan izohlanadi. Bu bosqichda tarmoq intensiv rivojlanish yo‘liga o‘tgani yaqqol namoyon bo‘ladi.

2018–2020 yillarda esa ishlab chiqarish hajmida pasayish kuzatiladi. Jumladan, 2018 yilda ishlab chiqarish 7,5 ming tonnaga tushgan bo‘lsa, 2019 va 2020 yillarda bu ko‘rsatkich 4,2 ming tonna darajasida saqlanib qolgan. Mazkur pasayish bir qator omillar, jumladan yem-xashak narxlarining oshishi, ishlab chiqarish xarajatlarining ko‘payishi, moliyaviy resurslar cheklanganligi va tashqi iqtisodiy omillar bilan bog‘liq bo‘lishi mumkin. Ushbu holat parrandachilik tarmog‘ining tashqi omillarga sezgirligini ko‘rsatadi.

2021–2024 yillarda ishlab chiqarish hajmining bosqichma-bosqich tiklanishi va barqarorlashuvi kuzatiladi. Xususan, 2021 va 2022 yillarda so‘yish uchun yetishtirilgan parrandalar hajmi 4,6 ming tonnani tashkil etgan bo‘lsa, 2023 yilda bu ko‘rsatkich 5,1 ming tonnaga, 2024 yilda esa 5,2 ming tonnaga yetgan. Bu davr hududda parrandachilik faoliyatini qayta tiklash, ishlab chiqarish jarayonlarini moslashtirish va bozordagi talabga moslashish jarayonlari bilan tavsiflanadi.

Umuman olganda, jadval ma’lumotlari Qoraqalpog‘iston Respublikasida parrandachilik tarmog‘i rivojlanishining bosqichma-bosqich va siklik xarakterga ega ekanligini ko‘rsatadi. Dastlabki sekin o‘sish, keyingi jadal rivojlanish, ma’lum davrdagi pasayish va so‘nggi yillardagi tiklanish jarayonlari tarmoqning iqtisodiy, tashkiliy va resurs omillariga bevosita bog‘liqligini tasdiqlaydi. Mazkur tahlil parrandachilik tarmog‘ini hududiy rivojlantirish strategiyasini ishlab chiqishda, investitsiya va davlat qo‘llab-quvvatlash mexanizmlarini takomillashtirishda muhim ilmiy-amaliy ahamiyatga ega.

Xulosa va takliflar. O‘tkazilgan tadqiqot natijalari mamlakat parrandachilik tarmog‘i qishloq xo‘jaligining eng jadal rivojlanayotgan va strategik ahamiyatga ega yo‘nalishlaridan biri ekanligini ko‘rsatdi. Tahlillar mamlakat miqyosida so‘yish uchun yetishtirilgan parrandalar hajmining uzoq muddatda barqaror o‘sish tendensiyasiga ega ekanini tasdiqlab, ishlab chiqarish ko‘rsatkichlari bir necha barobarga oshganini ko‘rsatadi. Bu holat ichki bozor talabini qondirish, oziq-ovqat xavfsizligini mustahkamlash va go‘sht mahsulotlari bilan ta’minlashda parrandachilik tarmog‘ining muhim rolini belgilaydi.

Hududiy kesimda olib borilgan tahlil, xususan Qoraqalpog‘iston Respublikasi misolida, parrandachilik tarmog‘i rivojlanishining notekis va bosqichma-bosqich xarakterga ega ekanligini

aniqladi. Dastlabki yillarda ishlab chiqarish hajmining pastligi, keyingi davrda jadal o‘sish, ayrim yillarda pasayish va so‘nggi bosqichda tiklanish jarayonlari tarmoqning resurs ta’minoti, investitsion faollik, davlat qo‘llab-quvvatlashi hamda bozor omillariga yuqori darajada bog‘liqligini ko‘rsatdi. Shu bilan birga, so‘nggi yillardagi ijobiy dinamika hududda parrandachilikni rivojlantirish uchun muayyan imkoniyatlar mavjudligini tasdiqlaydi.

Umuman olganda, tadqiqot natijalari parrandachilik tarmog‘ining iqtisodiy samaradorligini oshirish, hududlar o‘rtasidagi nomutanosibliklarni kamaytirish va ishlab chiqarishning barqarorligini ta’minlash zarurligini ko‘rsatadi. Tarmoqni rivojlantirishda tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlarni takomillashtirish, zamonaviy texnologiyalarni keng joriy etish va davlat hamda xususiy sektor hamkorligini kuchaytirish muhim ahamiyat kasb etadi.

Takliflar: O‘tkazilgan tahlil va xulosalardan kelib chiqib, parrandachilik tarmog‘ini rivojlantirish bo‘yicha quyidagi ilmiy-amaliy takliflarni ilgari surish maqsadga muvofiqdir:

– Hududlarda, jumladan Qoraqalpog‘iston Respublikasida parrandachilik ishlab chiqarish quvvatlarini kengaytirish va mavjud xo‘jaliklarni modernizatsiya qilish uchun investitsion muhitni yaxshilash, imtiyozli kreditlar va subsidiyalar ulushini oshirish;

– Parrandachilikda yem-xashak bazasini mustahkamlash, mahalliy resurslardan samarali foydalanish hamda yem tannarxini pasaytirishga qaratilgan klaster va kooperatsiya tizimlarini rivojlantirish;

– Zamonaviy texnologiyalar, jumladan raqamli boshqaruv, avtomatlashtirilgan parvarish va monitoring tizimlarini joriy etish orqali ishlab chiqarish samaradorligini oshirish;

– Parrandachilik mahsulotlarini qayta ishlash va saqlash infratuzilmasini rivojlantirish orqali qo‘shimcha qiymat yaratish hamda ichki va tashqi bozorlarga chiqish imkoniyatlarini kengaytirish;

– Hududiy rivojlanish nomutanosibliklarini kamaytirish maqsadida ilmiy-tadqiqot muassasalari, konsalting xizmatlari va malaka oshirish dasturlarini parrandachilik subyektlari bilan integratsiyalash;

– Parrandachilik tarmog‘ining barqaror rivojlanishini ta’minlash uchun uzoq muddatli strategik dasturlar ishlab chiqish va ularning ijrosini doimiy monitoring qilish.

Mazkur xulosa va takliflar mamlakat parrandachilik tarmog‘ini, xususan hududiy darajada rivojlantirish, ishlab chiqarish samaradorligini oshirish va oziq-ovqat xavfsizligini mustahkamlashga qaratilgan ilmiy-amaliy asos bo‘lib xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Smith J., Johnson L. Modern trends in poultry farming efficiency and digital monitoring. – London: AgriTech Press, 2020. – 256 p.
2. Brown R., Thompson P., Wilson K. Economic mechanisms in poultry industry development: subsidies and investments. – New York: Springer, 2019. – 198 p.
3. Garcia M., Lee H., Patel S. Innovation and competitiveness in global poultry production. – Amsterdam: Elsevier, 2021. – 312 p.
4. Xo‘jayev A. Parrandachilik korxonalarining hududiy rivojlanishi va samaradorligi. – Toshkent: Fan va Texnologiya, 2018. – 142 b.
5. Tursunov B., Ahmadov M. Parrandachilikni rivojlantirishdagi iqtisodiy va tashkiliy mexanizmlar. – Toshkent: Qishloq Xo‘jaligi Nashriyoti, 2020. – 178 b.

BALANCING GUEST EXPECTATIONS AND MARKET COMPETITION

Toshpulatova Maftuna Akbarovna
Master's Student at Vistula School of Hospitality, Warsaw, Poland
https://doi.org/10.5281/zenodo.18080651

Abstract. *As time passes and technology keeps evolving, we enter into a new era of guest expectations. It's no longer enough to meet their needs simply, the challenge now lies in exceeding them. What they wanted three years ago is not the same as what they want today or what they will want tomorrow. This leaves no other option but to adapt. In this paper we will talk about how to keep the balance between guest expectation and market competitiveness.*

As we move into 2025, guests' focus on wellness and sustainability is only growing stronger. Fortunately, you don't need to be a wellness-centered or eco-certified hotel to make a meaningful impact. Small, strategic updates can go a long way toward meeting these expectations and appealing to guests who value well-being and environmental responsibility. Across industries, technology has transformed the customer experience, and travel is no exception. From booking a flight to reserving an Airbnb, most of the process is now managed digitally—often without any in-person interaction. In 2025, guests expect hotel services to be just as mobile-friendly. They want a seamless experience that's fast, convenient, and accessible from their phones, without the need for face-to-face check-ins or time-consuming calls.

Keywords*: hospitality, tourism, guest engagement, market competitiveness, guest satisfaction, business competitors.*

INTRODUCTION

In the hospitality industry, this involves implementing practices that conserve energy and water, minimize waste, and promote local economies — while still providing optimal guest experiences.

It's becoming increasingly important for hoteliers to pay attention to sustainability, as it isn't just a trend— it's a growing global focus that's set to impact every type of business in every industry. This is evident from the many global sustainability summits that have occurred over the past years and are expected to continue.

Automation in the service sector is becoming increasingly prevalent in our everyday lives. If we take a moment to reflect, we will realize that we are more frequently opting for online bill payments, ordering food through mobile applications, avoiding queues at the bank, reserving appointments there, and so on. The primary reason for this shift is often attributed to time savings. On the other hand, the situations mentioned are common with predictable outcomes, so there is nothing that excites us or compels us to go through the same process again. Instead, we want to spend our free time more quality oriented and in a different way. (Mandic, 2023)

The balance requires strategic decision-making about which personalization elements to prioritize and how to implement them sustainably. Some properties focus on exceptional service recovery, ensuring that when problems arise, the resolution process creates positive lasting impressions. Others invest heavily in pre-arrival customization, using guest information to prepare

personalized welcome amenities or room configurations. Still others prioritize seamless technology integration, ensuring that digital touchpoints work flawlessly even if human interactions remain more standardized. Successful hospitality providers also recognize that guest expectations continue evolving, requiring ongoing adaptation and innovation. They invest in feedback systems that capture not just satisfaction ratings but detailed insights into emerging needs and preferences. They monitor industry trends, technological developments, and changing travel patterns to anticipate future expectations rather than simply responding to current demands.

Most marketing managers in the hotel industry expend a tremendous amount of time opening and closing channels of online travel agents while manipulating the rates to keep a good price-demand balance in the face of competitors. Some tend to use relatively sophisticated revenue software to address the issue of pricing. In hospitality pricing and sales control techniques, hoteliers should consider the elasticity of demand, which is a fundamental economic theory of pricing. The elasticity in hospitality business is defined by how the demand for hotel rooms differs in relation to prices. For instance, when a hotel increases its prices, a decrease in the demand is observed. As a result, this market is said to be elastic. Put differently, an elastic demand is a pattern that can be noticed when prices affect the size of the demand in a specific market. Inelastic demand on the other hand, is observed when the prices have minimal effect on the size of demand. For instance, the change in oil prices may not significantly affect its demand. (Alwarabdeh, 2021)

LITERATURE REVIEW

The integration of technology in hotel management plays a pivotal role in enhancing the guest experience, operational efficiency, and adapting to evolving market trends. As technology continues to advance, its role in the hospitality industry is likely to become even more significant, driving innovation and shaping future guest experiences. These findings highlight the extensive impact of technology on enhancing various aspects of the guest experience. From operational and housekeeping efficiencies to interactive entertainment and inclusive services, technology is a key driver in meeting and exceeding guest expectations in the modern hospitality industry. As technology evolves, its application within hotel management is expected to grow, continually transforming the way hotels operate and how guests experience their stays (Das, 2023).

An organization’s ability to attract and retain customers, often in a highly competitive environment wherein one or more competitors are similarly seeking to attract the same customers, can be a formidable challenge for contemporary organizations. Customers should never be taken for granted even in those cases where an organization is doing well in terms of recognized metrics of success, including revenues, market share, and profits. History has demonstrated on numerous occasions that becoming so comfortable with and accustomed to an organization’s success can prove to be an organization’s downfall in terms of its continued success and sometimes even survival.(Fleming, 2025).

A prerequisite to achieving organizational success is the ability of an organization to attract and retain customers. Customers are considered one of the three primary stakeholder groups that organizations and their leaders must conscientiously consider in planning and preparing for present and future organizational success. The continued support of a loyal customer base is crucial as an organization prepares and positions itself to achieve continued present and future success. Organizations that fail to properly understand and address the expectations of both current and potential customers are missing opportunities to enhance their success, and potentially compromising their continued success and survival. Thoroughly understanding the expectations

of customers whose wants, needs, and desires align with an organization's product and/or service offerings is essential. It is imperative to consider both current and potential customers as an organization proactively plans for present and future success through not only meeting the expectations of targeted customers, but also exceeding these expectations(Fleming, 2025).

Firms invest in customer experience in the expectation that these investments will ultimately provide positive financial returns. In practice, however, customers are continuously exposed by the changes occurring in their personal perceptions of customer experience and market surrounding. Using a unique and comprehensive data-set containing customer-level and market-level information for a sample of 13,761 customers in the telecom market, we empirically test the proposed framework by applying multilevel modeling techniques. The results offer novel insights into the effects of customer experience, its variability (customer level), and market turbulence (market level) on customer retention, including the moderating effect of relationship age.(Combra-Fierro, 2021)

DATA AND METHODOLOGY

Strategic way of managing guest satisfaction.. In this section, we look at the methodical procedures needed to manage the demands of a crowded global market while coordinating service delivery with changing traveler needs. In order to create a thorough picture of visitor intent, the methodology places a high priority on integrating multi-channel data harvesting, which includes post-stay psychographic profiling, historical booking trends, and real-time sentiment analysis from social media(Wu, 2011). These enormous datasets can be archived and categorized by hospitality providers using sophisticated data frameworks, ensuring that changes in customer behavior are contextualized within long-term industry trajectories rather than being seen in isolation. The identification of "service gaps," where present offerings might not meet the elevated expectations for hyper-personalization and seamless digital integration, is made possible by this analytical foundation. Additionally, we provide a thorough review. The identification of "service gaps," where present offerings might not meet the elevated expectations for hyper-personalization and seamless digital integration, is made possible by this analytical foundation. Additionally, we provide a thorough analysis of both qualitative and quantitative approaches, citing a number of studies that concentrate on the efficient storage of visitor preferences that enable "mass-customization" of experiences without sacrificing operational scalability.

Predictive Analytics is really important. This part is about what we found out when we used machine learning and artificial intelligence to look at hospitality data. Machine learning is a help in getting ahead of the competition. It is a part of intelligence that helps systems figure out what guests will want in the future by looking at patterns in the data that are not easy to see(Alphun, 2024). We look at a lot of information. Like what people can. Cannot eat, what kind of pillows they like, what temperature they like their room to be and what they like to do for fun. Predictive Analytics and machine learning use all this information to make accurate pictures of what guests are like. This enables hotels to move beyond traditional reactive service models toward proactive, anticipatory hospitality.

RESULT

The findings of this study show that hospitality businesses need to balance what guests want with what they can afford to offer. This is directly related to how they use real-time information to run their business. If hospitality providers set up a system to manage their data they can close the gap between what guests think they are getting and what they actually get. This

means hospitality businesses need to use real-time information to make decisions and provide good service to their guests. The research demonstrates that the effective storage and accessibility of large, growing datasets—encompassing guest sentiment, historical preferences, and real-time market fluctuations—converts unprocessed input into a strategic asset(Nafari, 2022). This transition allows for the identification of subtle shifts in consumer demand, enabling destinations to adapt their offerings before competitors, thereby maintaining a dominant market position.

Machine Learning is really important for making things smarter. The Machine Learning algorithms are the reason we can tell what guests need before they even ask. They take a lot of information and turn it into predictions that are usually right. This helps hotels go from reacting to problems to actually planning ahead and making sure guests have a great time. The study showed that these predictions are crucial for making the hotel run better especially when it comes to things like managing how many guests are checking in or how full the restaurant is. This directly affects how nice the guests stay at the hotel. The Machine Learning algorithms are really good at helping with this. Furthermore, the application of intelligence to market data allowed for the uncovering of operational efficiencies and the design of dynamic pricing strategies that respond to competitive pressures without eroding brand equity.

CONCLUSION

This research demonstrates that the sustainability of modern hospitality brands depends on a sophisticated equilibrium between meeting hyper-personalized guest expectations and maintaining a robust competitive stance. The integration of smart technologies and big data frameworks has evolved from an operational luxury into a fundamental necessity for creating resilient tourism destinations. This study has confirmed that achieving long-term market leadership relies heavily on the effective integration of advanced data management and machine intelligence, which together establish a scalable framework for anticipating traveler needs rather than merely reacting to them.

REFERENCES

1. Alrawabdeh, W. (2021). Seasonal balancing of revenue and demand in hotel industry: the case of Dubai City. *Journal of Revenue and Pricing Management*, *21*(1), 36.
2. Alphun, C., Sainaghi, R., & Turker, N. (2024). Market Competition, Balanced Scorecard, and Their Effects on Hotel Organizational Performance and Manager's Satisfaction. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, *25*(4), 793-816.
3. Cambra-Fierro, J., Gao, L. X., Melero-Polo, I., & Trifu, A. (2021). How do firms handle variability in customer experience? A dynamic approach to better understanding customer retention. *Journal of Retailing and Consumer Services*, *61*, 102578.
4. Das, M. P. (2023). Technology and Guest experience: innovations reshaping hotel management. *International Journal for Multidimensional Research Perspectives*, *1*(3), 76-95.
5. Fleming, R. S., & Kowalsky, M. (2025). Understanding Customer Expectations. In *Realizing Organizational Effectiveness: Achieving Success and Resilience* (pp. 131-133). Cham: Springer Nature Switzerland.
6. Nafari, E., & Rezaei, B. (2022). Relationship between human resources strategies and organizational performance based on the balanced scorecard in a public hospital in Iran: a cross-sectional study. *BMC health services research*, *22*(1), 363.

AHOLINING KREATIV QATLAMINI SHAKLLANTIRISHNING IQTISODIY ASOSLARI VA ZARURIY SHARTLARI

Ulug‘bekov Sardorbek Ulug‘bekovich
GulDU mustaqil tadqiqotchisi
https://doi.org/10.5281/zenodo.18080657

Annotatsiya. *Mazkur maqolada aholining kreativ qatlamini shakllantirishning iqtisodiy asoslari hamda ushbu jarayonni ta’minlovchi zaruriy shart-sharoitlar tahlil qilinadi. Kreativ iqtisodiyot sharoitida inson kapitalining o‘rni, innovatsion faoliyatni rivojlantirish, ta’lim tizimining moslashuvchanligi va mehnat bozoridagi o‘zgarishlarning kreativ qatlam shakllanishiga ta’siri yoritib beriladi. Shuningdek, davlat siyosati, investitsiya muhiti va raqamli iqtisodiyotning kreativ salohiyatni oshirishdagi ahamiyati asoslab beriladi. Tadqiqot natijalari kreativ qatlamni rivojlantirish orqali iqtisodiy o‘sishni ta’minlash imkoniyatlarini ochib beradi.*

Kalit so‘zlar: *kreativ qatlam, kreativ iqtisodiyot, inson kapitali, innovatsiya, iqtisodiy rivojlanish, ta’lim tizimi, mehnat bozori, raqamli iqtisodiyot, davlat siyosati.*

Abstract. *This article analyzes the economic foundations of forming the creative layer of the population and the necessary conditions that ensure this process. In the context of the creative economy, the role of human capital, the development of innovative activities, the adaptability of the education system, and changes in the labor market affecting the formation of the creative layer are highlighted. Additionally, the significance of state policy, investment environment, and the digital economy in enhancing creative potential is substantiated. The research results reveal the opportunities to ensure economic growth through the development of the creative layer.*

Keywords: *creative layer, creative economy, human capital, innovation, economic development, education system, labor market, digital economy, state policy.*

Аннотация. *В данной статье анализируются экономические основы формирования креативного слоя населения и необходимые условия, обеспечивающие этот процесс. В контексте креативной экономики рассматривается роль человеческого капитала, развитие инновационной деятельности, адаптивность системы образования и изменения на рынке труда, влияющие на формирование креативного слоя. Также обосновывается значение государственной политики, инвестиционной среды и цифровой экономики для повышения креативного потенциала. Результаты исследования выявляют возможности обеспечения экономического роста через развитие креативного слоя.*

Ключевые слова: *креативный слой, креативная экономика, человеческий капитал, инновации, экономическое развитие, система образования, рынок труда, цифровая экономика, государственная политика.*

Kirish. Hozirgi globallashuv va raqamli iqtisodiyot sharoitida aholining kreativ salohiyatini rivojlantirish iqtisodiy o‘sishning muhim omillaridan biri hisoblanadi. Bilim, innovatsiya va ijodkorlikka asoslangan faoliyat turlari milliy iqtisodiyotning raqobatbardoshligini oshirishda muhim ahamiyat kasb etmoqda.

Kreativ iqtisodiyotda inson kapitalining sifati, ta’lim tizimining innovatsion yo‘nalishga moslashuvi hamda mehnat bozorida kreativ kasblarga bo‘lgan talabning ortishi kreativ qatlam

shakllanishiga bevosita ta’sir ko‘rsatadi. Kreativ qatlam yangi g‘oyalarni yaratish va ularni iqtisodiy qiymatga aylantirish orqali barqaror rivojlanishni ta’minlaydi.

Aholining kreativ qatlamini shakllantirish samarali iqtisodiy asoslar va zaruriy shart-sharoitlarni talab etadi. Qulay investitsiya muhiti, innovatsion infratuzilma, davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlash hamda raqamli texnologiyalarning keng joriy etilishi ushbu jarayonning asosiy omillari hisoblanadi. Mazkur maqolada aynan shu masalalar ilmiy jihatdan tahlil qilinadi.

Tadqiqot metodologiyasi. Mazkur tadqiqotda aholining kreativ qatlamini shakllantirishning iqtisodiy asoslari va zaruriy shart-sharoitlarini aniqlash maqsadida kompleks yondashuv qo‘llanildi. Tadqiqot jarayonida iqtisodiy nazariya va kreativ iqtisodiyot konsepsiyalariga oid ilmiy adabiyotlar, mahalliy va xorijiy olimlarning tadqiqotlari tahlil qilindi.

Tadqiqotda umumilmiy va maxsus iqtisodiy tadqiqot usullaridan foydalanildi. Xususan, tahlil va sintez, induksiya va deduksiya, taqqoslash, tizimli yondashuv hamda mantiqiy umumlashtirish usullari orqali kreativ qatlam shakllanishiga ta’sir etuvchi omillar o‘rganildi. Shuningdek, statistik ma’lumotlarni tahlil qilish asosida inson kapitali, innovatsion faoliyat va mehnat bozori o‘rtasidagi o‘zaro bog‘liqliklar baholandi.

Adabiyotlar sharhi. Aholining kreativ qatlamini shakllantirish masalasi xorijiy iqtisodiy adabiyotlarda, asosan, kreativ iqtisodiyot, inson kapitali va innovatsion rivojlanish nazariyalari doirasida o‘rganilgan. Jumladan, R. Florida o‘z tadqiqotlarida kreativ sinf tushunchasini ilmiy muomalaga kiritib, ijodiy salohiyatga ega mutaxassislar iqtisodiy o‘sish va hududiy raqobatbardoshlikning asosiy manbai ekanligini asoslab bergan. Uning fikricha, kreativ qatlamni rivojlantirish uchun ochiq jamiyat, yuqori texnologiyalar va tolerant muhit muhim ahamiyatga ega.

J. Hawkins tomonidan ishlab chiqilgan kreativ iqtisodiyot konsepsiyasi ijodiy faoliyat natijasida yaratiladigan intellektual mahsulotlarning iqtisodiy qiymatini ochib beradi. Muallif kreativ sohalarning yalpi ichki mahsulotdagi ulushi ortib borayotganini ta’kidlab, davlat siyosatida ushbu sohalarni qo‘llab-quvvatlash zarurligini ko‘rsatadi. Shuningdek, P. Drucker inson kapitali va bilimga asoslangan iqtisodiyot sharoitida innovatsiyalarni iqtisodiy taraqqiyotning asosiy omili sifatida baholaydi.

Inson kapitalining iqtisodiy rivojlanishdagi o‘rni G. Becker asarlarida chuqur yoritilgan bo‘lib, u ta’lim, kasbiy ko‘nikmalar va ijodiy salohiyatga yo‘naltirilgan investitsiyalar mehnat unumdorligini oshirishini ilmiy jihatdan asoslab bergan. OECD va UNESCO kabi xalqaro tashkilotlar tadqiqotlarida ham kreativ industriya va kreativ mehnat bozorining ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishga ta’siri alohida e’tirof etiladi.

Mahalliy olimlar tadqiqotlarida aholining kreativ qatlamini shakllantirish masalasi, asosan, innovatsion iqtisodiyot, inson kapitalini rivojlantirish va raqamli transformatsiya jarayonlari bilan bog‘liq holda o‘rganilgan. Xususan, S. G‘ulomov va Sh. Mustafakulov ilmiy ishlarida innovatsion faoliyatni rivojlantirishda ta’lim tizimi va ilm-fan integratsiyasining ahamiyati asoslab berilgan.

Shuningdek, A. Vahobov va B. Xodiev tomonidan olib borilgan tadqiqotlarda iqtisodiy modernizatsiya sharoitida inson kapitalining sifati va kreativ salohiyat iqtisodiy o‘sishning muhim omili sifatida ko‘rsatilgan. Ularning fikricha, kreativ qatlamni shakllantirish uchun qulay institutsional muhit va davlat tomonidan tizimli qo‘llab-quvvatlash mexanizmlari zarur.

Tahlil va natijalar. Aholining kreativ qatlamini shakllantirish jarayoni iqtisodiy rivojlanishning muhim tarkibiy qismi bo‘lib, u inson kapitalining sifati, innovatsion muhit va institutsional shart-sharoitlar bilan chambarchas bog‘liqdir. Tahlillar shuni ko‘rsatadiki, iqtisodiy jihatdan rivojlangan mamlakatlarda kreativ qatlamning shakllanishi, avvalo, ta’lim tizimining

bozor talablariga moslashuvi va ijodiy kompetensiyalarni rivojlantirishga yo‘naltirilganligi bilan izohlanadi.

Kreativ qatlam rivojiga ta’sir etuvchi asosiy iqtisodiy omillar sifatida ta’limga yo‘naltirilgan investitsiyalar hajmi, ilmiy-tadqiqot va tajriba-konstruktorlik ishlariga (ITTKI) sarflanadigan mablag‘lar, mehnat bozorida yuqori malakali mutaxassislarga bo‘lgan talab hamda raqamli infratuzilmaning rivojlanganlik darajasi ajratib ko‘rsatildi. Mazkur omillar o‘rtasida kuchli o‘zaro bog‘liqlik mavjud bo‘lib, ularning uyg‘un rivojlanishi kreativ salohiyatni iqtisodiy natijalarga aylantirish imkonini beradi.

O‘tkazilgan tahlil natijalariga ko‘ra, kreativ sohalarda bandlikning ortishi yalpi ichki mahsulot hajmining o‘sishi va mehnat unumdorligining oshishiga ijobiy ta’sir ko‘rsatmoqda. Kreativ qatlam vakillari tomonidan yaratilayotgan innovatsion mahsulot va xizmatlar yuqori qo‘shilgan qiymatga ega bo‘lib, eksport salohiyatini kengaytirishga xizmat qiladi. Shu bilan birga, kreativ iqtisodiyot subyektlarining faoliyati kichik biznes va xususiy tadbirkorlik rivojini rag‘batlantiradi.

Tahlillar shuni ko‘rsatdiki, rivojlanayotgan mamlakatlar sharoitida, jumladan O‘zbekiston iqtisodiyotida kreativ qatlamni shakllantirishda muayyan muammolar mavjud. Ular qatoriga ta’lim va mehnat bozori o‘rtasidagi nomutanosiblik, kreativ sohalarni moliyalashtirish mexanizmlarining yetarli darajada rivojlanmaganligi hamda innovatsion infratuzilmaning hududlar kesimida notekis taqsimlanganligini kiritish mumkin. Ushbu holatlar kreativ salohiyatning to‘liq ro‘yobga chiqishiga to‘sqinlik qilmoqda.

Natijalar shuni ko‘rsatadiki, kreativ qatlamni shakllantirish uchun iqtisodiy rag‘batlantirish mexanizmlarini takomillashtirish, xususan, startap loyihalar va kreativ tadbirkorlikni moliyaviy qo‘llab-quvvatlash, ta’lim tizimida ijodiy fikrlash va raqamli ko‘nikmalarni rivojlantirishga qaratilgan dasturlarni kengaytirish zarur. Shuningdek, davlat va xususiy sektor hamkorligini kuchaytirish orqali innovatsion muhitni yanada yaxshilash kreativ iqtisodiyotning barqaror rivojlanishini ta’minlaydi.

Aholining kreativ qatlamini shakllantirish jarayoni ko‘p qirrali bo‘lib, u bir qator iqtisodiy omillar ta’sirida rivojlanadi. Mazkur omillar orasida, avvalo, ta’lim tizimiga yo‘naltirilayotgan investitsiyalar muhim ahamiyat kasb etadi. Ta’lim va kasbiy tayyorgarlik sohasiga davlat hamda xususiy sektor tomonidan kiritilayotgan mablag‘lar kreativ fikrlovchi, innovatsion yondashuvga ega bo‘lgan kadrlar tayyorlash uchun zarur asosni yaratadi. Natijada iqtisodiyotda yangi g‘oya va texnologiyalarni ishlab chiqishga qodir bo‘lgan inson kapitali shakllanadi.

1-jadval

Aholining kreativ qatlamini shakllantirishga ta’sir etuvchi iqtisodiy omillar tahlili

№	Iqtisodiy omillar	Tavsif	Kreativlikka ta’sir darajasi	Natijaviy ko‘rsatkichlar
1	Ta’lim tizimiga investitsiyalar	Ta’lim va kasbiy tayyorgarlikka yo‘naltirilgan davlat va xususiy mablag‘lar	Yuqori	Innovatsion kadrlar sonining oshishi
2	Mehnat bozori moslashuvchanligi	Erkin bandlik, frilans va startap imkoniyatlari	Yuqori	Kreativ kasblar ulushining ortishi

3	Daromadlar darajasi	Aholining real daromadlari va xarid qobiliyati	O‘rta	O‘zini rivojlantirishga bo‘lgan talab
4	Innovatsion infratuzilma	Texnoparklar, inkubatorlar, kreativ markazlar	Yuqori	Yangi g‘oyalar va loyihalar soni
5	Raqamli iqtisodiyot rivoji	IT texnologiyalar va raqamli platformalar	Yuqori	Kreativ mahsulotlar eksporti
6	Davlat qo‘llab-quvvatlashi	Grantlar, subsidiyalar, soliq imtiyozlari	O‘rta–yuqori	Kreativ biznes subyektlari ko‘payishi

Keyingi muhim omil mehnat bozorining moslashuvchanligi hisoblanadi. Bandlikning an’anaviy shakllaridan tashqari frilans, masofaviy ish, startap faoliyati kabi zamonaviy bandlik modellari kreativ qatlam vakillarining o‘z salohiyatini erkin namoyon etishiga imkon beradi. Mehnat bozorining bunday moslashuvchanligi kreativ kasblar ulushining oshishiga va iqtisodiyotda intellektual mehnatga bo‘lgan talabning kuchayishiga olib keladi. Aholining real daromadlari darajasi ham kreativlikni shakllantirishda muhim rol o‘ynaydi. Daromadlarning yetarli darajada bo‘lishi shaxsning o‘zini rivojlantirishga, yangi bilim va ko‘nikmalarni egallashga, shuningdek, ijodiy faoliyat bilan shug‘ullanishga bo‘lgan imkoniyatlarini kengaytiradi. Ushbu omil kreativlikka bevosita emas, balki bilvosita ta’sir ko‘rsatib, ijodiy faoliyat uchun qulay ijtimoiy-iqtisodiy muhitni shakllantiradi.

2-jadval

Kreativ qatlamni shakllantirishning zaruriy shartlari va kutilayotgan iqtisodiy natijalar

Zaruriy shartlar	Amalga oshirish mexanizmi	Qisqa muddatli natija	Uzoq muddatli iqtisodiy ta’sir
Sifatli ta’lim	Ta’lim dasturlarini modernizatsiya qilish	Malakali yoshlar soni oshadi	Innovatsion iqtisodiyot shakllanadi
Erkin iqtisodiy muhit	Raqobatni qo‘llab-quvvatlash	Yangi startaplar paydo bo‘ladi	YAIMda kreativ sektor ulushi oshadi
Madaniy muhit	Ijodiy erkinlik va madaniy loyihalar	Ijodkorlik faollashadi	Milliy brend va eksport kuchayadi
Texnologik baza	Raqamli infratuzilmani rivojlantirish	Raqamli ko‘nikmalar ortadi	Yuqori qo‘shilgan qiymat yaratiladi

Shuningdek, innovatsion infratuzilmaning rivojlanganligi kreativ qatlamni shakllantirishning asosiy shartlaridan biri hisoblanadi. Texnoparklar, biznes-inkubatorlar, kreativ markazlar va ilmiy-tadqiqot muassasalari yangi g‘oyalarni sinovdan o‘tkazish, ularni tijoratlashtirish va bozorga chiqarish imkonini beradi. Bunday infratuzilmaning mavjudligi kreativ loyihalar sonining oshishiga va ularning iqtisodiy samaradorligini ta’minlashga xizmat qiladi. Raqamli iqtisodiyotning rivojlanishi esa kreativ faoliyat uchun yangi imkoniyatlar ochmoqda. Axborot-kommunikatsiya texnologiyalari, raqamli platformalar va onlayn xizmatlar kreativ mahsulot va xizmatlarni nafaqat ichki, balki tashqi bozorlarga ham tezkor yetkazib berish imkonini

yaratadi. Bu esa kreativ sektor eksport salohiyatining oshishiga va iqtisodiyotda yuqori qo‘shilgan qiymat yaratilishiga olib keladi.

Nihoyat, davlat tomonidan ko‘rsatilayotgan qo‘llab-quvvatlash choralari kreativ qatlamni shakllantirishda muhim institutsional omil sifatida namoyon bo‘ladi. Grantlar, subsidiyalar, soliq imtiyozlari va normativ-huquqiy mexanizmlar orqali kreativ soha subyektlarini rag‘batlantirish ularning faoliyatini kengaytiradi. Natijada kreativ biznes subyektlari soni ko‘payib, iqtisodiyotning innovatsion rivojlanish sur’atlari jadallashadi. Umuman olganda, tahlil shuni ko‘rsatadiki, ta’lim, mehnat bozori, daromadlar darajasi, innovatsion va raqamli infratuzilma hamda davlat siyosati o‘zaro uyg‘unlashgan holda aholining kreativ qatlamini shakllantirishning mustahkam iqtisodiy asoslarini yaratadi.

Aholining kreativ qatlamini shakllantirish jarayoni nafaqat alohida iqtisodiy omillar ta’siri ostida, balki muayyan zaruriy shartlarning tizimli ravishda amalga oshirilishi orqali samarali kechadi. Mazkur shartlarning eng asosiysi sifatli ta’lim tizimini shakllantirish hisoblanadi. Ta’lim dasturlarini zamonaviy talablar asosida modernizatsiya qilish, innovatsion va kreativ kompetensiyalarni rivojlantirishga yo‘naltirilgan yondashuvlarni joriy etish qisqa muddatda malakali va ijodiy fikrlovchi yoshlar ulushining oshishiga olib keladi. Uzoq muddatli istiqbolda esa bunday ta’lim tizimi innovatsion iqtisodiyotning barqaror shakllanishiga xizmat qiladi.

Kreativ qatlamni rivojlantirishning navbatdagi muhim sharti erkin va raqobatbardosh iqtisodiy muhitni yaratishdan iborat. Bozorda sog‘lom raqobatni qo‘llab-quvvatlash, tadbirkorlik faoliyati uchun institutsional to‘siqlarni qisqartirish hamda startap tashabbuslarini rag‘batlantirish qisqa muddatda yangi kreativ loyihalar va biznes subyektlarining paydo bo‘lishini ta’minlaydi. Uzoq muddatda esa mazkur jarayon yalpi ichki mahsulot tarkibida kreativ sektor ulushining oshishiga va iqtisodiyotning diversifikatsiyalashuviga olib keladi.

Shu bilan birga, ijtimoiy-madaniy muhit ham kreativ qatlamni shakllantirishda muhim ahamiyat kasb etadi. Ijodiy erkinlikni ta’minlash, madaniy va san’at loyihalarini qo‘llab-quvvatlash aholining ijodiy faolligini kuchaytiradi. Qisqa muddatda bu jarayon jamiyatda kreativ tashabbuslarning ko‘payishiga olib kelsa, uzoq muddatli istiqbolda milliy madaniy mahsulotlar asosida raqobatbardosh brendlarning shakllanishi va ularning xalqaro bozorlardagi mavqeining mustahkamlanishiga zamin yaratadi.

Texnologik bazaning rivojlanganligi ham kreativ qatlamni shakllantirishning muhim zaruriy sharti hisoblanadi. Raqamli infratuzilmani rivojlantirish, axborot-kommunikatsiya texnologiyalariga keng kirish imkonini yaratish qisqa muddatda aholining raqamli ko‘nikmalari va texnologik savodxonligini oshiradi. Uzoq muddatli natijada esa bu omil yuqori qo‘shilgan qiymatga ega bo‘lgan kreativ va innovatsion mahsulotlar ishlab chiqarish imkoniyatlarini kengaytiradi.

Umuman olganda, 2-jadval ma’lumotlari tahlili shuni ko‘rsatadiki, sifatli ta’lim, erkin iqtisodiy muhit, qulay madaniy sharoit va rivojlangan texnologik baza o‘zaro uzviy bog‘liq bo‘lib, ularning uyg‘unlashgan holda amalga oshirilishi aholining kreativ qatlamini shakllantirish va uni iqtisodiy rivojlanishning muhim drayveriga aylantirish imkonini beradi.

Tahlillar shuni ko‘rsatdiki:

- Kreativ qatlam indeksi (KQ) ta’lim, mehnat bozori va infratuzilma kabi omillar bilan bevosita bog‘liq. Ularning integratsiyalashgan o‘sishi kreativ salohiyatni oshiradi.
- Iqtisodiy samaradorlik (ES) esa kreativ qatlam darajasi orqali iqtisodiyotning umumiy o‘sishiga (YAIM) ijobiy ta’sir ko‘rsatadi.

- Formal yondashuv orqali quyidagicha matematik model tuzildi:

$KQ=\alpha_1 T+\alpha_2 M+\alpha_3 D+ \alpha_4 I+\alpha_5 R+\alpha_6 S$

Bu model kreativ qatlamni shakllantirish jarayonini iqtisodiy omillar yordamida o‘lchashga imkon beradi.

Bu yerda:

Ko‘rsatkich	Izoh	Tahlil va ahamiyati
KQ	Aholining kreativ qatlamini shakllantirish indeksi	Ushbu indeks orqali kreativ qatlamning shakllanish darajasi iqtisodiy omillar asosida o‘lchanadi. KQ qanchalik yuqori bo‘lsa, aholining innovatsion va ijodiy salohiyati shunchalik kuchli bo‘ladi.
T	Ta’lim tizimiga investitsiyalar	Ta’limga kiritilgan mablag‘lar kreativ kadrlar tayyorlash va ularning intellektual rivojlanishini ta’minlaydi. T oshishi KQ ga bevosita ijobiy ta’sir ko‘rsatadi.
M	Mehnat bozorining moslashuvchanligi	Bozorning frilans, startap va masofaviy ish imkoniyatlari ijodiy faoliyatni rag‘batlantiradi. Moslashuvchan mehnat bozorining mavjudligi KQ indeksini oshiradi.
D	Daromad darajasi	Aholining real daromadlari shaxsning o‘zini rivojlantirish va ijodiy loyihalarni amalga oshirish imkoniyatini oshiradi. Yuqori daromad KQ ga bilvosita ta’sir qiladi.
I	Innovatsion infratuzilma	Texnoparklar, inkubatorlar va innovatsion markazlar yangi g‘oyalarni sinovdan o‘tkazish va ularni tijoratlashtirish imkonini beradi. Infratuzilmaning rivojlanganligi KQ ni sezilarli darajada oshiradi.
R	Raqamli iqtisodiyot rivoji	IT-platformalar va raqamli texnologiyalar kreativ mahsulotlarni yaratish va global bozorlarga tez yetkazish imkonini beradi. R oshishi KQ ga yuqori ijobiy ta’sir ko‘rsatadi.
S	Davlat qo‘llab-quvvatlashi	Grantlar, soliq imtiyozlari va boshqa institutsional yordam kreativ biznes va loyihalarni rag‘batlantiradi. S oshishi KQ ni oshirishga xizmat qiladi.

1. Har bir omilning ta’sirini aniqlash: Har bir α_k koeffitsienti ($\alpha_1 \ldots \alpha_6$) ma’lum bir iqtisodiy omilning kreativ qatlam shakllanishiga qanchalik ta’sir qilayotganini ko‘rsatadi. Masalan, agar $\alpha_1 > \alpha_2$, demak ta’lim investitsiyalari mehnat bozorining moslashuvchanligiga nisbatan kreativ qatlamga ko‘proq ta’sir qiladi.

2. Omillarni solishtirish: Formula orqali qaysi omilning kreativ qatlamni shakllantirishda eng samarali ekanligini baholash mumkin. Shu bilan birga, resurslarni qayerga yo‘naltirish samaraliroq ekanini aniqlash imkoniyati tug‘iladi.

3. Strategik qaror qabul qilish: α_k koeffitsientlari va T, M, D, I, R, S qiymatlarini o‘lchab, KQ indeksini hisoblash orqali mamlakat yoki hudud bo‘yicha kreativ qatlamni rivojlantirish strategiyasini shakllantirish mumkin.

4. Ilmiy natijalarni vizualizatsiya qilish: Formulaga asoslangan KQ indeksi hududlar, sektorlar yoki yosh guruhlari bo‘yicha solishtirilishi mumkin. Bu siyosatchilar va iqtisodchilar uchun qaror qabul qilishda aniq ko‘rsatkich sifatida xizmat qiladi.

KQ formulasi aholining kreativ qatlamini shakllantirish jarayonini kvantitativ tarzda ifodalaydi. Har bir omilning aniq o‘lchovlari va ularning α_k koeffitsientlari yordamida iqtisodiy omillarning kreativlikka ta’sir darajasi aniqlanadi. Shu tarzda, formuladan foydalanish orqali ta’lim, mehnat bozori, infratuzilma va davlat siyosatini uyg‘unlashtirish orqali maksimal KQ ga erishish mumkin.

Xulosa va takliflar. Aholining kreativ qatlamini shakllantirish iqtisodiy rivojlanishning muhim drayveri bo‘lib, u innovatsion mahsulotlar, yuqori qo‘shilgan qiymatli xizmatlar va yangi ishlanmalarni yaratishda hal qiluvchi rol o‘ynaydi. Tahlillar shuni ko‘rsatadiki, kreativ qatlamning shakllanishi ta’lim tizimi, mehnat bozori moslashuvchanligi, daromad darajasi, innovatsion va raqamli infratuzilma hamda davlat qo‘llab-quvvatlashi bilan chambarchas bog‘liq. Shu bilan birga, har bir iqtisodiy omilning o‘zaro uyg‘unlashuvi va integratsiyasi kreativ qatlamni barqaror rivojlantirishga xizmat qiladi.

Kreativ qatlamni shakllantirish jarayonida quyidagi takliflar amalga oshirilishi maqsadga muvofiq: birinchidan, ta’lim tizimini modernizatsiya qilish va innovatsion kompetensiyalarni rivojlantiruvchi o‘quv dasturlarini joriy etish, malakali pedagog kadrlarni tayyorlash va zamonaviy o‘quv metodikalarini keng qo‘llash. Ikkinchidan, mehnat bozorini rag‘batlantirish, frilans, startap va moslashuvchan ish imkoniyatlarini kengaytirish hamda innovatsion va ijodiy faoliyatni qo‘llab-quvvatlovchi ish muhitini yaratish. Uchinchi, innovatsion infratuzilmani rivojlantirish, texnoparklar, biznes inkubatorlar va kreativ markazlarni kengaytirish orqali yangi g‘oyalarni sinovdan o‘tkazish va ularni tijoratlashtirish imkoniyatini oshirish zarur.

Shuningdek, raqamli iqtisodiyot va texnologik bazani rivojlantirish, axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini keng tatbiq etish va digital platformalarni rivojlantirish kreativ mahsulotlarni global bozorlarga tez yetkazish imkoniyatini yaratadi. Davlat siyosatini qo‘llab-quvvatlash, grantlar, subsidiyalar, soliq imtiyozlari va normativ-huquqiy mexanizmlarni kengaytirish orqali kreativ biznes va loyiha faoliyatini rag‘batlantiradi. Shu bilan birga, KQ indeksi va boshqa indikatorlar yordamida hududlar bo‘yicha kreativ qatlamning shakllanishini monitoring qilish va samarali strategiyalar ishlab chiqish tavsiya etiladi.

Umuman olganda, aholining kreativ qatlamini shakllantirish uzoq muddatli iqtisodiy o‘sish, innovatsion salohiyatni oshirish va milliy raqobatbardoshlikni mustahkamlash uchun muhim strategik yo‘nalish hisoblanadi. Ta’lim, mehnat bozori, infratuzilma va davlat siyosatining uyg‘un rivoji kreativ qatlamni barqaror shakllantirishga xizmat qiladi va iqtisodiyotning raqobatbardoshligini oshiradi hamda milliy farovonlikni ta’minlaydi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Florida R. The Rise of the Creative Class. – New York: Basic Books, 2002. – 434 p.
2. Florida R. The New Urban Crisis. – New York: Basic Books, 2017. – 320 p.
3. Howkins J. The Creative Economy: How People Make Money from Ideas. – London: Penguin Books, 2001. – 288 p.

4. Drucker P. F. Innovation and Entrepreneurship. – New York: Harper & Row, 1985. – 277 p.
5. Becker G. S. Human Capital: A Theoretical and Empirical Analysis. – Chicago: University of Chicago Press, 1993. – 412 p.
6. G‘ulomov S. S. Innovatsion iqtisodiyot asoslari. – Toshkent: Iqtisodiyot, 2018. – 256 b.
7. Mustafakulov Sh. I. Innovatsion rivojlanish va inson kapitali. – Toshkent: Fan va texnologiya, 2020. – 198 b.
8. Vahobov A. V. Milliy iqtisodiyot va modernizatsiya jarayonlari. – Toshkent: Iqtisodiyot, 2019. – 312 b.
9. Xodiev B. Yu. Iqtisodiy islohotlar va barqaror rivojlanish. – Toshkent: O‘zbekiston, 2021. – 284 b.

OPPORTUNITIES FOR THE DEVELOPMENT OF BANKING SERVICES IN UZBEKISTAN

Erdonaeva Go‘zal Aliqulovna
Uzsanoatqurilishbank JSCB Junior Manager of the Medium Business Center
(independent search)
https://doi.org/10.5281/zenodo.18080789

Abstract. *The article examines the opportunities that have been implemented in the banking system of our country in recent years. It analyzes the opportunities created by banks in reforming the banking system, creating modern banking services in commercial banks, and providing banking services to the population.*

Key words. *Commercial banks, banking services, remote services, internet banking, mobile banking, employment, credit.*

In recent years, extensive efforts have been undertaken in our country to develop modern banking services. In this regard, particular emphasis has been placed on expanding the range of banking services offered by banks, increasing the level of utilization of remote banking services, and simplifying credit allocation procedures, while simultaneously focusing on enhancing employment among the population and fostering the effective development of the business environment.

In the Resolution of the President of the Republic of Uzbekistan *“On Additional Measures to Increase the Accessibility of Banking Services”* (Resolution No. PQ-3620 dated March 23, 2018), it is emphasized that as a result of the ongoing reforms, market-based mechanisms for the provision of banking services are being introduced within the banking system, the range of services is being expanded, and financial transparency for entrepreneurs and the general population is steadily increasing. New banking services have been introduced to simplify foreign currency exchange operations for the population, and opportunities have been created for individual entrepreneurs to purchase foreign currency.

At the same time, a number of problems and shortcomings remain in ensuring the protection of the rights and legitimate interests of consumers of banking services—particularly in the regions—as well as in expanding financial transparency, improving service culture, and further strengthening public trust in the banking system. In this context, it has been recommended to expand the authority of bank branches to make independent decisions on loan issuance without requiring additional approval from head offices [1].

Furthermore, the Decree of the President of the Republic of Uzbekistan *“On the Strategy for Reforming the Banking System of the Republic of Uzbekistan for 2020–2025”* (Decree No. PF-5992 dated May 12, 2020) outlines the following strategic priorities: creating equal competitive conditions in the financial market; ensuring that lending is conducted exclusively on market principles; reducing banks’ dependence on state resources; modernizing banking services; establishing efficient banking infrastructure and automating operations; and gradually eliminating functions that are not inherent to banking activities in order to enhance the overall efficiency of the banking system.

The Strategy also emphasizes improving the quality of credit portfolio management and risk management, maintaining moderate growth in lending volumes, pursuing a balanced macroeconomic policy, enhancing corporate governance, and attracting managers with international practical experience. In addition, it underscores the importance of ensuring the financial stability of the banking system through the implementation of technological solutions for assessing financial risks.

Moreover, the Strategy envisages the comprehensive transformation of commercial banks with state ownership, the introduction of modern banking standards, information technologies, and software products, as well as the sale of state-owned shareholdings in banks to investors with the requisite expertise and experience through competitive selection. Simultaneously, it предусматривает reducing the state's share in the banking sector by reforming state-owned commercial banks and enterprises in parallel.

Strengthening state participation in segments that are insufficiently served and among socially vulnerable groups, implementing targeted support measures, widely expanding remote services for the population and small businesses, developing a network of low-cost service points, as well as creating favorable conditions for the formation and development of non-bank credit institutions as a complementary component of the unified national financial system are identified as key objectives aimed at increasing the accessibility and quality of financial services [2].

Pursuant to the Regulation *"On the Procedure for Identifying Systemically Important Banks,"* approved by the Resolution of the Central Bank of the Republic of Uzbekistan No. 4/13 dated February 18, 2023, the list of systemically important banks for 2025 has been approved. As of October 1, 2024, these banks accounted for 67 percent of the total assets of the banking system of Uzbekistan [3].

The identification of systemically important banks was carried out based on the following criteria:

- the size of the bank's assets and liabilities;
- the degree of the bank's interconnectedness with other participants in the banking system;
- the scope of the bank's operations;
- the complexity of banking operations.

Based on the results of the calculations for identifying systemically important banks, the Banking Supervision Committee has designated the following banks as domestically systemically important banks for 2025:

- JSC "Uzmilliybank"
- JSCB "Agrobank"
- JSCB "Uzpromstroybank"
- JSC "Xalq Banki"
- JSC "Ipoteka Bank"
- JSCB "Kapitalbank"
- JSC "Asakabank"

Special supervisory regimes are established for banks recognized as systemically important. Ensuring the solvency of systemically important banks contributes not only to the stability of the financial system but also to the overall stability of the national economy.

The expansion of the functional capabilities of mobile banking systems, in turn, necessitates the development of remote customer identification systems. Remote identification simplifies access to banking services while ensuring compliance with requirements for monitoring banking operations. For customers, this provides the opportunity to use banking services without repeatedly submitting paper documents, to remain a client of one bank branch while accessing services from other branches, and, in the future, to utilize services offered by other banks. Furthermore, remote identification enables banks to reduce service delivery costs, attract new customers, and foster competition in the financial market, which ultimately contributes to increased bank revenues.

Commercial banks operating in the Republic are actively utilizing social media platforms for marketing their banking products and services. Social media accounts maintained by banks such as Hamkorbank, Universalbank, Kapitalbank, and Agrobank serve as key tools for promoting banking products and services, establishing direct communication with customers, collecting relevant customer information, and improving the quality of customer support.

Table 1[5]

Tijorat banklari kredit qo‘yilmalarining tarmoqlar bo‘yicha ulushi					
Ko‘rsatkichlar nomi	01.11.2024 y.		01.11.2025 y.		O‘zgarishi, foizda
	mlrd. so‘m	ulushi, foizda	mlrd. so‘m	ulushi, foizda	
Jami kreditlar	**521 025**	**100%**	**592 854**	**100%**	**14%**
Sanoat	148 595	29%	146 091	25%	-2%
Qishloq xo‘jaligi	51 387	10%	62 121	10%	21%
Qurilish sohasi	14 223	3%	17 596	3%	24%
Savdo va umumiy xizmat	36 488	7%	41 063	7%	13%
Transport va kommunikatsiya	33 638	6%	32 683	6%	-3%
Moddiy va texnik ta’minotni rivojlantirish	3 824	0,7%	4 916	0,8%	29%
Uy-joy kommunal xizmati	2 094	0,4%	1 844	0,3%	-12%
Jismoniy shaxslar	172 790	33%	213 753	36%	24%
Boshqa sohalar	57 985	11%	72 788	12%	26%

As can be observed from the table data, bank lending volumes by sector increased significantly in 2025 compared to 2024. In particular, lending in the agricultural sector grew by 21 percent, in construction by 24 percent, in trade and general services by 13 percent, loans extended to individuals increased by 24 percent, and lending in other sectors rose by 26 percent. This trend indicates that the level of utilization of banking services has been steadily increasing from year to year.

The number of users of remote banking service systems as of June 1, 2025, amounted to [4]

	Банк	Юридик шахслар ва якка тартибдаги тадбиркорлар	Жисмоний шахслар	Жами
1	Миллий банк	132 041	2 873 033	3 005 074
2	Ўзбекистон саноат-курилиш банки	91 733	5 345 375	5 437 108
3	Агробанк	221 945	3 211 056	3 433 001
4	Ипотека-банк	180 741	4 036 227	4 216 968
5	Микрокредитбанк	74 318	1 830 240	1 904 558
6	Халқ банки	138 371	7 555 234	7 693 605
7	Гарант банк	4 971	223 170	228 141
8	Бизнесни ривожлантириш банки	54 487	714 313	768 800
9	Туронбанк	50 110	821 618	871 728
10	Hamkorbank	151 509	2 369 133	2 520 642
11	Асака банк	29 312	1 290 915	1 320 227
12	Ипак Йўли банки	79 824	3 879 679	3 959 503
13	Ziraat bank Uzbekistan	5 856	57 308	63 164
14	Трастбанк	62 544	758 536	821 080
15	Алоқабанк	86 245	5 837 524	5 923 769
16	КДБ Банк Ўзбекистон	1 595	67 412	69 007
17	Содерот банк Тошкент	541	3 169	3 710
18	Универсал банк	15 666	272 886	288 552
19	Капиталбанк	68 463	1 757 635	1 826 098
20	Octobank	2 940	79 304	82 244
21	Давр-банк	41 088	845 509	886 597
22	Invest Finance bank	28 509	1 212 963	1 241 472
23	Asia Alliance bank	24 195	595 433	619 628
24	Ориент Финанс банк	33 560	936 788	970 348
25	Мадад Инвест банк	1 039	2 709	3 748
26	AVO bank	-	1 938 621	1 938 621
27	Пойтахт банк	1 789	15 424	17 213
28	Tenge bank	9 855	869 390	879 245
29	TBC bank	-	5 998 594	5 998 594
30	ANOR bank	23 729	2 798 064	2 821 793
31	UZUM bank	-	3 932 641	3 932 641
32	APEX BANK	472	157 060	157 532
33	SMART BANK	909	71 155	72 064
34	YANGI BANK	1 510	1 519 756	1 521 266
35	HAYOT BANK	1 438	217 094	218 532
Жами		1 621 305	64 094 968	65 716 273

According to the table data, in 2025 the leading banks in the provision of remote banking services include Xalq Banki, Aloqa Bank, Uzsanoatqurilishbank, Ipoteka Bank, and TBC Bank. As of the end of the second quarter of 2025, a total of approximately 65.717 million individual and corporate customers were using remote banking services. This trend indicates a continuous expansion of new services offered by banks and a growing demand for digital banking solutions.

In conclusion, it can be stated that the development of banking services in the Republic of Uzbekistan plays a crucial role in modernizing the national economy, ensuring financial stability, and creating a favorable financial environment for both the population and business entities. In recent years, large-scale reforms implemented in the banking sector, along with the introduction of digital technologies and the adoption of international best practices, have significantly contributed to improving the quality of banking services.

The results of the study demonstrate that Uzbekistan possesses sufficient legal, institutional, and technological capacities to further develop banking services. In particular, the ongoing digitalization of the banking sector has led to the expansion of mobile and internet banking services, increased efficiency and speed of payment systems, and enhanced customer convenience. As a result, these developments strengthen public and business confidence in the banking system and contribute to a higher level of financial inclusion

REFERENCES

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining Qarori, 23.03.2018 yildagi PQ-3620-son. https://lex.uz/docs/-3593541.
2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni, 12.05.2020 yildagi PF-5992-son. https://lex.uz/docs/-4811025.
3. O‘zbekiston Respublikasi. (2019). Banklar va bank faoliyati to‘g‘risidagi qonun (yangi tahrir). O‘zbekiston Respublikasi Oliy Majlisi
4. Sh.Abdulvohidov (2024) O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI BANK TIZIMI VA UNING TARKIBI. Maqola.
5. М.Р. Болтабоев, М.С. Қосимова, Ш.Ж. Эргашходжаева, Б. К. Ғойибназаров, А.Н. Самадов, Р. Ходжаев. “Кичик бизнес ва тадбиркорлик” Ўқув қўлланма. Тошкент, Иқтисодиёт 2010. (7-16 сахифалар)
6. https://cbu.uz/uz/press_center/releases/1952404/.
7. https://cbu.uz/uz/statistics/bankstats/3078761/.
8. https://cbu.uz/oz/statistics/paysistem/2556504/.

MINTAQAVIY INVESTITSIYALARNI JALB QILISH MEXANIZMLARI

Xujayeva Nigora Yo‘ldashevna
Osiyo xalqaro universiteti MM101-IQ-25 guruhi magistratura talabasi
https://doi.org/10.5281/zenodo.18288885

Annotatsiya. *Ushbu maqolada mintaqaviy investitsiyalarni jalb qilish xususiyatlari, o‘ziga xos ustuvorliklari va mexanizmlari yoritilgan. Shuningdek, mintaqaviy investitsiyalarni samarali jalb qilish mexanizmlarini tadqiq qilish yuzasidan xulosalar bayon etilgan.*

Аннотация. *В данной статье рассматриваются особенности, конкретные приоритеты и механизмы привлечения региональных инвестиций. Также представлены выводы по результатам исследования механизмов эффективного привлечения региональных инвестиций.*

Abstract. *This article discusses the features, specific priorities and mechanisms of attracting regional investments. It also presents conclusions on the study of mechanisms for effective attraction of regional investments.*

Kalit so‘zlar. *Investitsiya, mintaqaviy investitsiya, mexanizm, infratuzilma, tadqiqot.*

Ключевые слова. *Инвестиции, региональные инвестиции, механизм, инфраструктура, исследования.*

Key words. *Investment, regional investment, mechanism, infrastructure, research.*

Kirish. Hozirgi globallashuv sharoitida investitsiyalar milliy iqtisodiyotni rivojlantirishning asosiy manbalaridan biri bo‘lib hisoblanadi. Bu holatda mintaqalarni ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirishda investitsiyalar jalb qilinadi. Chunki, investitsiyalar yangi ishlab chiqarish quvvatlarini yaratish, infratuzilmani rivojlantirish, yangi ish o‘rinlarini tashkil etish hamda aholi farovonligini oshirish uchun zarurdir. Shu sababli, mintaqalarda investitsion muhitni yaxshilash va investorlar uchun qulay sharoitlar yaratishga alohida e’tibor qaratilmoqda. Ayniqsa, so‘nggi yillarda mintaqaga to‘g‘ridan-to‘g‘ri xorijiy investitsiyalar va mahalliy investitsiyalarni jalb qilish bo‘yicha ijobiy natijalarga erishilmoqda. Sanoat, qishloq xo‘jaligi, qurilish, xizmatlar sohasi hamda logistika yo‘nalishlarida qator investitsiya loyihalari amalga oshirilmoqda. Xususan, kichik sanoat zonalari va erkin iqtisodiy zonalar tashkil etilishi investorlar uchun soliq va bojxona imtiyozlarini taqdim etib, ularning faolligini oshirmoqda. Xususan, mintaqaviy darajada investitsiyalarni jalb qilish mamlakat iqtisodiy o‘sishini ta’minlash, hududlar o‘rtasidagi ijtimoiy-iqtisodiy tafovutlarni kamaytirish, yangi ish o‘rinlari yaratish va raqobatbardosh mahsulotlar ishlab chiqarishda muhim ahamiyat kasb etadi. Bu borada mintaqaviy investitsiya siyosati hududlarning tabiiy, mehnat, moliyaviy va infratuzilma salohiyatidan samarali foydalanishga qaratilgan bo‘lib, investitsiyalarni jalb qilishning aniq mexanizmlarini ishlab chiqishni talab etadi. Shunday ekan, mintaqaviy investitsiyalarni jalb qilish hududlarning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishini ta’minlashda muhim ahamiyat kasb etadi. Investitsiyalar orqali ishlab chiqarish quvvatlari kengayib, yangi ish o‘rinlari yaratilishi, infratuzilmaning rivojlanishi va aholi turmush darajasining yuksalishi zarur bo‘ladi. Buning uchun har bir mintaqaning o‘z investitsiya

jozibadorligini oshirishi zarurdir. Shu sababli, mamlakat miqyosida mintaqaviy investitsiyalarni jalb qilish mexanizmlarini chuqur o‘rganish dolzarb masala bo‘lib hisoblanadi.

Adabiyotlar sharhi. Mintaqaviy investitsiyalarni jalb qilish yuzasidan turli tadqiqotlar olib borilgan. Xususan, olib borilgan tadqiqotlarga asosan, investitsiya siyosati mamlakat iqtisodiy rivojlanish strategiyasining asosiy tarkibiy qismlaridan biri bo‘lib hisoblanadi [1]. Yana bir tadqiqotlarga ko‘ra, mamlakatimiz hududlarining barqaror va mutanosib iqtisodiy rivojlanishini ta’minlash O‘zbekistonda yuritilayotgan iqtisodiy siyosatning eng asosiy yo‘nalishlaridan biri hisoblanadi [2]. Boshqa tadqiqotlarga asosan, mamlakatning iqtisodiy rivojlanishi samarali investitsiya siyosatiga bog‘liq bo‘ladi. Shu bois, mintaqaviy iqtisodiy o‘sishni rag‘batlantirish investitsiya siyosati orqali mumkin [3]. Ushbu holatda ularning rivojlanishidagi nomutanosiblikni bartaraf etish va investitsiyalarni mintaqalar bo‘yicha tarkibiy jihatdan taqsimlash orqali mavjud mintaqaviy muammolarni hal qilishga qaratiladi. Yana bir tadqiqotlarda keltirilishicha, mamlakatimiz iqtisodiyotini yuksaltirish, zamonaviy uskunalar va texnologiyalar bilan jihozlangan yangi korxonalarni tashkil etish va rekonstruksiya qilish uchun xorijiy investitsiyalarni jalb qilish zarur hisoblanadi [4]. Boshqa xil tadqiqotlarda investitsiyalarni jalb qilish ularni amalga oshirish mexanizmlariga bog‘liq bo‘lishi lozimligi ta’kidlanadi. Ya’ni, investitsiya mexanizmi hududiy iqtisodiyotlarning ishlab chiqarish fondlarini samarali qayta ishlab chiqarishga qaratilgan davlat va xususiy investitsiya resurslarini investitsiyalash va boshqarishni ifodalaydi [5]. Boshqa tadqiqotlarda esa investitsiyalar imkoniyatlaridan foydalanish bevosita ularni jalb qilish mexanizmlarini takomillashtirishga asoslanadi. Ya’ni, tadqiqotlarda hududlarga xorijiy investitsiyalarni jalb qilish mexanizmlarini takomillashtirish yo‘nalishlari ko‘rib chiqiladi [6].

Tahlil va natijalar. Mintaqaviy investitsiyalar muayyan hudud (viloyat, tuman va shahar) iqtisodiyotiga ichki yoki tashqi manbalar hisobidan kiritiladigan kapital qo‘yilmalaridan tarkib topadi. Ular ishlab chiqarishni rivojlantirish, infratuzilmani yaxshilash, ijtimoiy sohani qo‘llab-quvvatlash va xizmatlar sektorini kengaytirishga yo‘naltiriladi. Bu borada mintaqaviy investitsiyalar davlat, xususiy, xorijiy va qo‘shma investitsiyalar kabi turlarga ajratiladi. Bu borada mintaqaviy investitsiyalarni jalb qilish hudud iqtisodiy salohiyatining oshishi, yangi ish o‘rinlarining yaratilishi, aholi daromadlarining o‘sishi, mahalliy budjet daromadlarining ko‘payishi va zamonaviy texnologiyalarni joriy etish kabi ijobiy natijalarni ta’minlaydi.

Mintaqaviy investitsiyalarni jalb qilish hududlarning barqaror ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishini ta’minlashda muhim omil bo‘lib hisoblanadi. Investitsiya siyosatida ustuvor yo‘nalishlarni to‘g‘ri belgilash resurslardan samarali foydalanish, raqobatbardosh iqtisodiyot shakllantirish va hududlar o‘rtasidagi tafovutlarni kamaytirishga xizmat qiladi hamda quyidagi turli ustuvor yo‘nalishlarga ega bo‘ladi:

Birinchi ustuvor yo‘nalish - ishlab chiqarish va sanoatni rivojlantirishga qaratilgan investitsiyalarni jalb qilishdir. Unga asosan, mahalliy xomashyoni chuqur qayta ishlash, qo‘shilgan qiymatga ega mahsulotlar ishlab chiqarish va eksport salohiyatini oshirish hudud iqtisodiyotining asosiy drayveri bo‘lib xizmat qiladi.

Ikkinchi ustuvor yo‘nalish - infratuzilmani rivojlantirishdir. Unga ko‘ra, transport-logistika tarmoqlari, energetika, suv ta’minoti va raqamli infratuzilmaning rivojlanishi investitsiya muhitini yaxshilab, xususiy va xorijiy investorlar uchun qulay sharoit yaratadi.

Uchinchi ustuvor yo‘nalish - inson kapitaliga yo‘naltirilgan investitsiyalarni kengaytirishdir. Bu bilan ta’lim, sog‘liqni saqlash va kasbiy tayyorgarlik tizimiga kiritiladigan

investitsiyalar malakali mehnat resurslarini shakllantirib, uzoq muddatli iqtisodiy o‘sishni ta’minlaydi.

To‘rtinchi ustuvor yo‘nalish - kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni qo‘llab-quvvatlashdir. Ushbu soha hududlarda bandlikni oshirish, daromadlarni ko‘paytirish va investitsiya faolligini kuchaytirishda muhim ahamiyatga ega.

Beshinchi ustuvor yo‘nalish - innovatsion loyihalar, yashil iqtisodiyot va ekologik barqaror rivojlanishga qaratilgan investitsiyalarni jalb qilish ham dolzarb ustuvorliklardan biri bo‘lib hisoblanadi. Mazkur investitsiyalar zamonaviy texnologiyalarni joriy etish va atrof-muhitni muhofaza qilishga xizmat qiladi.

Shuni aytish lozimki, mintaqaviy investitsiyalarni jalb qilishning asosini, avvalo, hududning tabiiy-resurs salohiyati tashkil etadi. Yer, suv, qazilma boyliklar hamda qishloq xo‘jaligi imkoniyatlari mavjud bo‘lgan hududlar investorlar uchun jozibaliroq bo‘lib hisoblanadi. Ular tarkibidagi transport, energetika va kommunikatsiya infratuzilmasining rivojlanganligi esa investitsiya qarorlariga bevosita ta’sir ko‘rsatadi. Inson kapitali ham mintaqaviy investitsiyalarni jalb qilishning muhim asoslaridan biri bo‘lib hisoblanadi. Malakali mehnat resurslari, ta’lim va kasbiy tayyorgarlik tizimining mavjudligi ishlab chiqarish samaradorligini oshiradi va investorlar xavfini kamaytiradi. Bundan tashqari, mahalliy bozor hajmi va aholining to‘lov qobiliyati ham investitsiya jozibadorligini belgilaydi. Hamda mintaqaviy investitsiyalarni jalb qilishda huquqiy va institutsional asoslar alohida o‘rin tutadi. Investitsiya faoliyatini tartibga soluvchi qonunchilik, soliq va bojxona imtiyozlari, davlat kafolatlari investorlar uchun qulay muhit yaratadi. Bu borada mahalliy boshqaruv organlarining ochiqligi va samarali faoliyati investitsiya ishonchini mustahkamlaydi.

Mintaqaviy investitsiyalarni jalb qilish mexanizmlari tarkibiga mintaqaviy investitsiyalarni jalb qilish omillari ham kiradi hamda ushbu omillar quyidagicha tasniflanadi:

- tabiiy va resurs salohiyati. Bu bo‘yicha mintaqaning tabiiy boyliklari, yer resurslari, qishloq xo‘jaligi va xomashyo bazasi investorlar uchun muhim omil bo‘lib hisoblanadi. Masalan, qazilma boyliklarga boy hududlarda sanoat investitsiyalari yuqori bo‘ladi.

- infratuzilma rivojlanganligi. Bu borada transport, logistika, energetika, aloqa va muhandislik infratuzilmasining rivojlanganligi investitsiyalarni jalb qilishda hal qiluvchi rol o‘ynaydi. Rivojlangan infratuzilma ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytiradi.

- mehnat resurslari va inson kapitali. Unga asosan, malakali kadrlar mavjudligi, ta’lim muassasalari va kasbiy tayyorgarlik darajasi investitsiya jozibadorligini oshiradi. Investorlar arzon va malakali ishchi kuchiga ega hududlarni afzal ko‘radilar.

Yuqoridagilardan kelib chiqib, mintaqaviy investitsiyalarni jalb qilish quyidagi mexanizmlarga ajratiladi:

1) Huquqiy mexanizmlar. Ushbu mexanizmlar investitsiya faoliyatini tartibga soluvchi qonunlar, qarorlar va me’yoriy hujjatlar investorlar uchun huquqiy kafolat yaratadi. Soliq imtiyozlari, bojxona yengilliklari va huquqiy himoya investitsiya muhitini yaxshilaydi.

2) Moliyaviy mexanizmlar. Ushbu mexanizmlar mintaqaviy investitsiyalarni jalb qilishda qo‘llanilib, ular tarkibiga soliq va bojxona imtiyozlari va grantlar subsidiyasi, davlat kafolatlari hamda imtiyozli kreditlar kabi moliyaviy mexanizmlar qo‘llaniladi.

3) Institutsional mexanizmlar. Ushbu mexanizmlar investitsiya agentliklari, hududiy rivojlanish markazlari, “yagona darcha” tizimi investorlarga qulay shart-sharoit yaratadi. Bu mexanizmlar orqali hujjatlarni rasmiylashtirish soddalashadi.

Shuningdek, mintaqaviy investitsiyalarni jalb qilishda maxsus iqtisodiy zonalar investitsiyalarni jalb qilishning samarali vositasi hisoblanadi. Ularda soliq imtiyozlari, yer uchastkalari bilan ta'minlash va tayyor infratuzilma mavjud bo'ladi. Tizimi klasteri esa sanoat va qishloq xo'jaligi klasterlari ishlab chiqarish zanjirini shakllantirib, investitsiyalarni samarali o'zlashtirishga xizmat qiladi.

Fikrimizcha, xorijiy investitsiyalarni jalb qilish uchun quyidagi yo'nalishlardagi mexanizmlar qo'llaniladi:

- investitsiya jozibadorligini oshirish. Unga asosan, xorijiy investorlar uchun barqaror siyosiy muhit, iqtisodiy kafolatlar va shaffof boshqaruv zarur bo'lib hisoblanadi. Xalqaro reytinglarda ishtirok etish investitsiya imijini yaxshilaydi.

- xalqaro hamkorlikni amalga oshirish. Xalqaro moliya institutlari, rivojlanish banklari va donor tashkilotlar bilan hamkorlik qilish mintaqaviy investitsiyalarni ko'paytirishga imkon beradi.

Shularga asosan, mintaqaviy investitsiyalarni jalb qilishni rivojlantirish uchun hududiy investitsiya strategiyalarini ishlab chiqish, infratuzilmani rivojlantirish, mahalliy boshqaruv organlari vakolatlarini kengaytirish va raqamli investitsiya platformalarini joriy etish lozim.

Xulosa. Mintaqaviy investitsiyalarni jalb qilish mexanizmlari hudud iqtisodiy rivojlanishining asosiy omili bo'lib hisoblanadi. Unga asosan, huquqiy, moliyaviy va institutsional mexanizmlarni uyg'unlashtirish orqali investitsiya muhitini yaxshilash mumkin. Bu borada samarali mintaqaviy investitsiya siyosati mamlakatning barqaror iqtisodiy o'sishini ta'minlaydi. Bu holatda mintaqaviy investitsiyalarni jalb qilish asoslari tabiiy resurslar, infratuzilma, inson kapitali va huquqiy-tashkiliy omillar uyg'unligiga tayanadi. Ularni mustahkamlash orqali hududlar investitsiya salohiyatini oshirish va barqaror iqtisodiy rivojlanishga erishish mumkin. Bu holatda mintaqaviy investitsiyalarni jalb qilish hududlarning iqtisodiy, ijtimoiy va institutsional salohiyati bilan belgilanadi. Har bir mintaqa mavjud resurslardan foydalangan holda investitsiya muhitini yaxshilash orqali investorlarni jalb qilishi mumkin. Shunday ekan, mintaqaviy investitsiyalarni jalb qilish sanoat, infratuzilma, inson kapitali, tadbirkorlik va innovatsion rivojlanish yo'nalishlarni qamrab oladi. Ushbu ustuvorliklar hududlar raqobatbardoshligini oshirib, barqaror iqtisodiy o'sishni ta'minlaydi. Shu bilan investitsiyalarni jalb qilish ijobiy tendensiyaga ega bo'lib, bu borada mavjud salohiyatdan foydalanish orqali yuqori natijalarga erishish mumkin. Ya'ni, investitsion muhitni yaxshilash, investorlar bilan ochiq muloqotni yo'lga qo'yish va infratuzilmani rivojlantirish mintaqaning barqaror iqtisodiy o'sishini ta'minlaydi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Жумаева С.К., Жумаева Ш.С. Минтақалар иқтисодиётига инвестицияларни жалб қилиш ва улардан самарали фойдаланиш бўйича хорижий мамлакатлар тажрибаси. // Иқтисод ва молия / Экономика и финансы, 2013, 8. - 16 b.
2. Яхшимуратова А.Р. Ўзбекистон худудларига инвестицияларни жалб қилишнинг ўзига хос хусусиятлари. // Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar" ilmiy-elektron jurnali, №5, sentyabr-oktyabr, 5/2021 (№ 00055). - 114 b.
3. Махиев З.З. Содержание региональной системы привлечения инвестиций. // Вопросы студенческой науки, Выпуск №5 (33), май 2019. - с. 436.
4. Jakhongir R. Khoshimov. (2024). Modern issues of attracting foreign direct investments to the regions. The American Journal of Applied Sciences, 6(01), 21-27.

INTERNATIONAL TRADE OF THE REPUBLIC OF UZBEKISTAN: TRENDS, STRUCTURE AND PROSPECTS

Erkinova Shakhnozabonu
Management Development Institute of Singapore in Tashkent
https://doi.org/10.5281/zenodo.18288931

Abstract. *This paper examines the structure, dynamics, and prospects of the international trade of the Republic of Uzbekistan. The analysis contextualizes recent policy reforms, export-import statistics from 2020 to 2025, and foreign trade balances, identifying key partners and structural constraints. Findings show expanding trade turnover, export growth led by gold and services, persistent trade deficits, and diversification efforts. Policy implications emphasize continued liberalization, logistics improvement, and global integration.*

1. Introduction

The Republic of Uzbekistan has undergone significant economic transformation since independence in 1991, particularly in international trade policy following reforms initiated in the late 2010s. These reforms have enhanced trade liberalization, simplified customs procedures, and expanded diplomatic and economic cooperation with global partners. Trade plays a decisive role in economic openness, contributing substantially to GDP and foreign exchange earnings (Lloyds Bank Trade, 2025).

2. Methodological Framework

This study employs a descriptive analytical approach based on secondary data from national statistics (2020–2025), international trade databases, and recent economic reports. To illustrate trends, time-series trade data are summarized in tables and discussed with reference to key economic indicators.

3. Evolution of Trade Turnover: 2020–2025

3.1 Trade Turnover Overview

Table 1 presents foreign trade figures (goods and services) for Uzbekistan over the past five years (2020–2024), supplemented by provisional 2025 data.

Table 1. Foreign Trade Indicators of Uzbekistan (2020–2025) *(Values in million USD)*

Year	Exports of Goods & Services	Imports of Goods & Services	Trade Balance	Trade Turnover	Exports (% GDP)	Imports (% GDP)
2020	14,794	23,494	-8,700	38,288	21.9	34.1
2021	16,370	28,737	-12,367	45,107	21.3	36.2
2022	19,586	35,530	-15,944	55,116	23.3	39.6
2023	24,646	43,714	-19,068	68,360	24.4	41.7
2024	26,900	38,980	-12,040	65,880	22.8	38.0
2025*	31,300**	33,100**	-6,400**	59,800**	–	–

Compiled from WTO and National Statistics; 2025 figures represent January–September totals.

Notes: *2025 figures are based on nine-month data for trade turnover, exports, and imports.*

3.2 Trade Dynamics and Balance

Figure 1 (described) shows upward trends in both exports and imports since 2020, with trade deficits narrowing in 2024–2025. This reflects the increasing export performance, notably in gold, industrial products, and services, alongside stabilizing imports.

4. Export Structure and Composition

Exports have exhibited incremental diversification, with significant contributions from gold, services (tourism, ICT), industrial goods, and agricultural products. In 2024, gold represented 33.4% of exports, followed by services (21.2%) and industrial goods (16.6%).

Despite these shifts, commodity dependence persists. Notably, non-monetary gold exports in early 2025 accounted for a large share of export growth (e.g., a 54.8% increase in gold value in January–May).

Figure 1. Exports of Goods and Services of Uzbekistan (2020–2024)



As shown in Figure 1, Uzbekistan's exports of goods and services increased steadily between 2020 and 2024 (National Statistics Committee, 2025)

5. Import Structure

Imports continue to support Uzbekistan's industrialization and modernization agenda, with machinery and transport equipment consistently leading import categories (e.g., 39.2% in 2023). Other significant categories include industrial goods and chemical products.

Figure 2. Imports of Goods and Services of Uzbekistan (2020–2024)

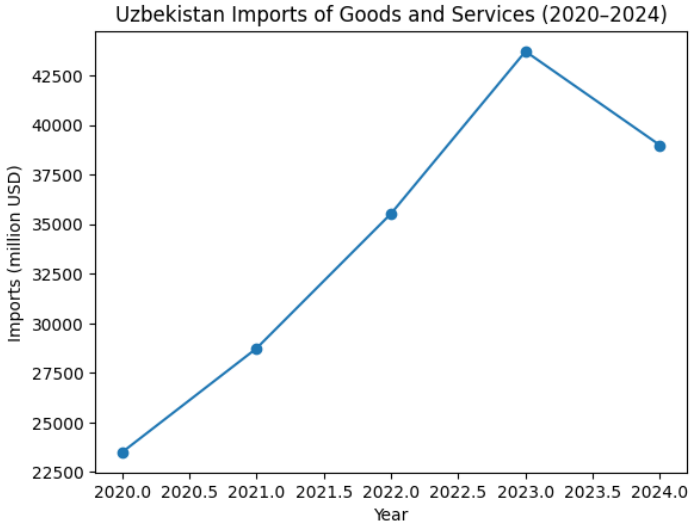


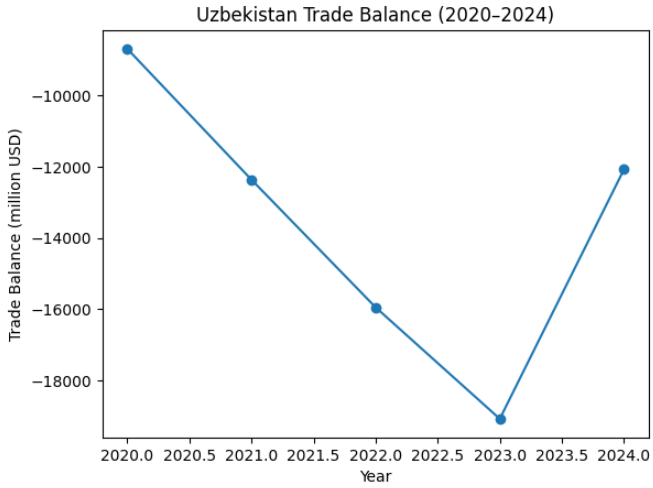
Figure 2 illustrates that imports expanded rapidly until 2023, reflecting increased investment and infrastructure demand (Lloyds Bank Trade, 2025).

6. Major Trade Partners

Uzbekistan maintains trade relations with more than 200 countries. Leading partners include:

- **China** – key supplier and export destination
- **Russia** – major market for agricultural, industrial goods
- **Kazakhstan** – significant regional partner
- **Turkey and South Korea** – important non-CIS markets

Figure 3. Trade Balance of Uzbekistan (2020–2024)



Despite export growth, the trade balance remained negative throughout the period (Figure 3).

The CIS share remains substantial, though diversification toward the EU, Middle East, and Asia has expanded.

7. Challenges and Structural Constraints

Despite positive dynamics, several core challenges remain:

1. **Trade Deficit**
   Uzbekistan's trade balance has been persistently negative, reflecting high import demand for capital goods and services.
2. **Export Concentration**
   Although diversification is ongoing, exports remain concentrated in a few commodities (e.g., gold and services).
3. **Logistics and Infrastructure**
   Being landlocked increases transportation costs and dependence on transit corridors.
4. **Quality Standards**
   Alignment with global quality and certification standards remains a barrier for medium/high-value exports.

8. Prospects and Policy Implications

To sustain growth and competitiveness, policy mechanisms may include:

- *Continued trade liberalization and WTO accession*, promoting market access.
- *Development of transport corridors* to reduce logistics costs.
- *Export promotion policies* focusing on value-added products.

These structural reforms align with broader national development strategies.

9. Conclusion

Uzbekistan's international trade has expanded steadily over the past five years, driven by policy reforms, export diversification efforts, and strengthening global partnerships. While challenges such as trade imbalances and infrastructural constraints persist, continuing economic reforms and strategic trade initiatives are likely to enhance Uzbekistan's role in regional and global markets.

REFERENCES

1. International Trade Portal. (2025). Foreign trade figures of Uzbekistan. Lloyds Bank Trade. (lloydsbanktrade.com)
2. National Statistics Agency. (2025). Uzbekistan's foreign trade turnover approaches USD 60 billion: Results of January–September 2025. INVEXI. (invexi.org)
1. 3 National Statistics Committee. (2025). Uzbekistan's foreign trade turnover tops USD 31.3 billion in January–May 2025. UzDaily. (UzDaily.uz)
3. UzDaily. (2025). Uzbekistan's foreign trade turnover reached USD 65.9 billion in 2024.
4. International Trade Portal (2025) Foreign trade figures of Uzbekistan, Lloyds Bank Trade.
5. National Statistics Agency (2025) Uzbekistan's foreign trade turnover approaches USD 60 billion: Results of January–September 2025, INVEXI.
6. National Statistics Committee (2025) Uzbekistan's foreign trade turnover tops USD 31.3 billion in January–May 2025, UzDaily.
7. UzDaily (2025) Uzbekistan's foreign trade turnover reached USD 65.9 billion in 2024.

THE EFFECT OF DIGITAL MARKETING ON COMPETITIVENESS OF BUSINESS AND POTENTIAL IMPLEMENTATION IN BUSINESSES OF UZBEKISTAN

Ismailova Gulirano, Ashurbayev Omar
Independent researchers (PhD)
Management Development Institute of Singapore in Tashkent
https://doi.org/10.5281/zenodo.18288945

Abstract. *Digital marketing has emerged as a critical driver of business competitiveness in the contemporary global economy, fundamentally transforming how enterprises engage with customers, build brand value, and achieve sustainable growth. This research presents compelling evidence that digital marketing strategies significantly enhance competitive advantage across multiple dimensions, with empirical studies demonstrating performance improvements ranging from 10-30% in sales growth for small and medium enterprises (SMEs) to return on investment (ROI) ratios exceeding 3,600% for email marketing campaigns. For Uzbekistan, where internet penetration has reached 94.2% as of August 2025 and the digital economy contributes over 5% to GDP, the strategic implementation of digital marketing represents a transformative opportunity for businesses to achieve global competitiveness while leveraging the country's rapidly developing digital infrastructure under the Digital Uzbekistan 2030 strategy.*
Keywords: *Digital marketing and competitive advantage*

INTRODUCTION

Defining Digital Marketing in the Modern Business Context

Digital marketing encompasses all marketing activities that utilize electronic devices and the internet to connect with current and prospective customers. This multifaceted approach includes search engine optimization (SEO), social media marketing (SMM), content marketing, email marketing, mobile marketing, and pay-per-click (PPC) advertising. Unlike traditional marketing channels, digital marketing enables businesses to engage in two-way communication with customers, leverage real-time data analytics, and implement highly personalized campaigns at scale.

The transformation from traditional to digital marketing represents more than a technological shift—it fundamentally redefines the relationship between businesses and consumers. Digital platforms provide unprecedented opportunities for market segmentation, allowing enterprises to identify and target specific customer groups based on demographics, behaviors, interests, and purchase patterns. This precision targeting capability, combined with cost-effectiveness and measurable outcomes, positions digital marketing as an essential strategic tool for businesses seeking to establish or maintain competitive advantage.

Competitive Advantage Theory and Digital Marketing Integration

Competitive advantage refers to attributes that allow an organization to outperform its competitors, including superior market positioning, unique value propositions, operational efficiency, and enhanced customer relationships. Digital marketing contributes to competitive

advantage through multiple mechanisms. Research by Asikin et al. (2024) demonstrates that digital marketing exerts a positive and significant effect on competitive advantage, with competitive advantage subsequently influencing MSME performance positively. In their structural equation modeling study of 205 SMEs in West Java, Indonesia, digital transformation was found to moderate the relationship between digital marketing and competitive advantage, with digital marketing influencing competitive advantage by 30% and competitive advantage affecting business performance by 43%.

The theoretical underpinnings of this relationship draw from dynamic capabilities theory and stakeholder theory. Digital marketing serves as a dynamic capability that enables firms to sense market opportunities, seize them through targeted campaigns, and reconfigure their marketing resources in response to changing market conditions. This capability becomes particularly valuable in rapidly evolving markets where traditional marketing approaches lack the agility to respond to shifting consumer preferences and competitive dynamics.

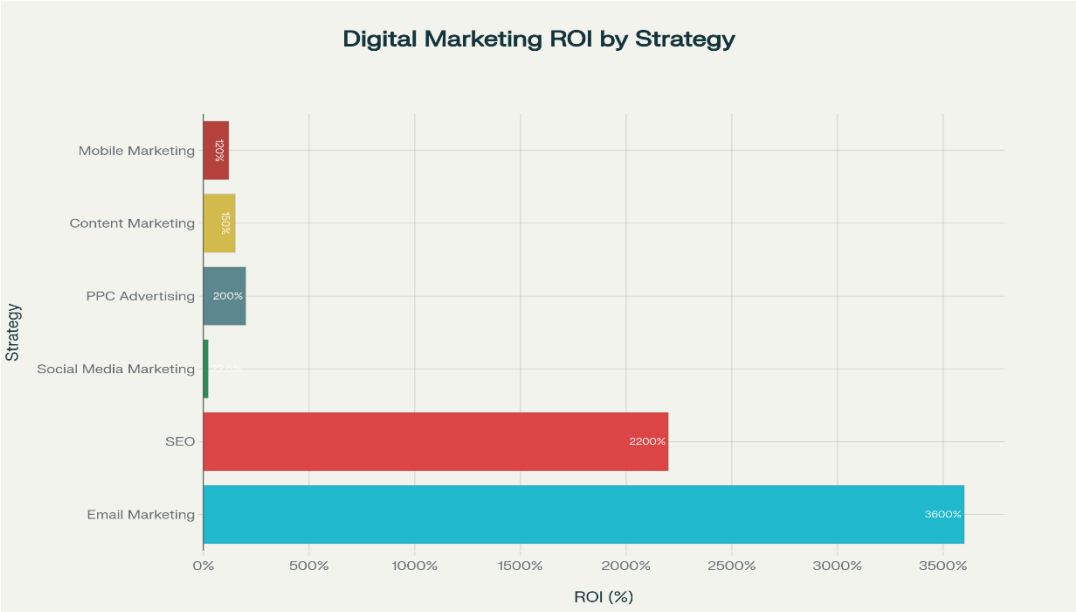


Figure 1. *Digital Marketing ROI comparison across different strategies, showing email marketing and SEO as the highest-performing channels*

Empirical Evidence: Digital Marketing Impact on Business Performance

Search Engine Optimization and Organic Growth

Search engine optimization represents one of the highest-ROI digital marketing strategies, with studies indicating an average ROI ratio of 22:1, equivalent to 2,200% return on investment. SEO enhances competitive advantage by improving organic search visibility, building brand credibility, and ensuring continuous traffic without ongoing advertising expenditure. The strategic value of SEO lies in its ability to capture high-intent traffic—users actively searching for specific products or services. By optimizing website content, integrating relevant keywords, and building scalable link structures, businesses can achieve prominent placement in search engine results pages (SERPs), dramatically increasing visibility among potential customers. This organic visibility translates to enhanced credibility, as consumers perceive top-ranking websites as more authoritative and trustworthy compared to those appearing lower in search results.

Furthermore, SEO provides sustainable long-term value. Unlike paid advertising campaigns that require continuous investment to maintain visibility, properly optimized content

continues to attract organic traffic over extended periods. This sustainability makes SEO particularly valuable for SMEs with limited marketing budgets, offering a cost-effective pathway to compete against larger, better-resourced competitors.

Email Marketing and Customer Relationship Management

Email marketing consistently demonstrates the highest ROI among digital marketing channels, with research indicating an impressive 3,600% return—equivalent to $36 earned for every dollar invested. This exceptional performance stems from email marketing's unique combination of personalization capabilities, direct customer communication, and precise measurement metrics.

Studies examining email marketing effectiveness reveal that personalized emails with customized subject lines achieve open rates 20% higher than generic messages, while personalized content generates a 139% increase in click-through rates compared to non-personalized campaigns. The power of personalization extends beyond simple name insertion; sophisticated email marketing strategies leverage behavioral data, purchase history, and customer preferences to deliver highly relevant content that resonates with individual recipients.

Email marketing also serves as an essential tool for customer retention and lifetime value optimization. Research demonstrates that regular, value-driven email communication improves brand awareness, strengthens customer engagement, and increases conversion rates. Automated email sequences, such as welcome series, cart abandonment reminders, and re-engagement campaigns, enable businesses to maintain continuous touchpoints with customers throughout their journey, driving repeated purchases and enhancing customer loyalty.

The effectiveness of email marketing depends critically on strategic segmentation, optimal timing, and content quality. Studies indicate that segmented email campaigns generate higher click-through rates and conversions compared to one-size-fits-all approaches, while timing optimization based on customer behavior patterns significantly impacts engagement levels. Additionally, mobile optimization has become essential, as a significant portion of email opens occurs on mobile devices, requiring responsive design and mobile-friendly content.

Mobile Marketing and Consumer Purchase Behavior

Mobile marketing has become increasingly crucial as smartphone penetration continues to expand globally. Research indicates that 78% of consumers engage with mobile advertisements, with mobile marketing influencing 60% of purchase decisions. The effectiveness of mobile marketing derives from its unique advantages: immediacy, location-based targeting, personalization, and the ability to reach consumers at moments of high purchase intent.

Mobile marketing enables businesses to leverage location-based services, sending targeted offers and promotions when customers are near physical stores or competitor locations. This proximity marketing capability creates powerful opportunities for driving foot traffic and immediate purchase actions. Additionally, mobile apps provide platforms for ongoing customer engagement, loyalty programs, and personalized experiences that strengthen brand relationships.

The growth of mobile commerce (m-commerce) further amplifies mobile marketing's strategic importance. With global m-commerce projected to reach $3.56 trillion and consumers spending an average of 2.5 hours daily on mobile devices, businesses must prioritize mobile-optimized experiences and marketing strategies to remain competitive.

DIGITAL MARKETING STRATEGIES AND TACTICAL IMPLEMENTATION

Content Marketing and Thought Leadership

Content marketing focuses on creating and distributing valuable, relevant, and consistent content to attract and retain clearly defined audiences, ultimately driving profitable customer actions. Unlike direct promotional messaging, content marketing builds authority, generates trust, and establishes businesses as thought leaders within their industries. Research demonstrates that content marketing significantly enhances digital literacy and positively affects MSME business performance when combined with social media marketing and SEO strategies.

Successful content marketing strategies encompass multiple formats including blog posts, videos, infographics, podcasts, case studies, and whitepapers. Each format serves distinct purposes within the customer journey, from awareness-building and education to consideration and conversion. The key to content marketing effectiveness lies in understanding audience needs, creating genuinely valuable information that addresses their challenges, and maintaining consistency in publishing and quality.

Case studies illustrate content marketing's power in building competitive advantage. Coca-Cola's "Share a Coke" campaign transformed a simple drink into a medium for connection and shared experiences by personalizing bottles with popular names, generating massive social media engagement. Similarly, Airbnb's "Live There" campaign leveraged user-generated content featuring stunning images and stories from Airbnb hosts, creating a visually appealing feed that fostered community and drove bookings. These examples demonstrate that when content aligns with brand values and resonates with audience interests, it can significantly amplify brand reach and impact.

Pay-Per-Click Advertising and Targeted Acquisition

Pay-per-click advertising enables businesses to purchase visibility in search engine results and other digital platforms, paying only when users click on their advertisements. While requiring ongoing investment, PPC delivers immediate visibility and highly targeted traffic, with companies earning an average of $2 for every $1 spent on Google Ads. The strategic value of PPC lies in its precision targeting capabilities, allowing businesses to specify demographics, geographic locations, interests, and search behaviors to reach ideal customers.

PPC campaigns require sophisticated management to optimize performance and ROI. Critical success factors include keyword selection, ad copy quality, landing page optimization, bid management, and continuous testing. Research indicates that effective PPC strategies combine detailed competitive analysis with systematic performance monitoring, enabling rapid adjustments based on campaign data.

The integration of PPC with other digital marketing channels amplifies overall effectiveness. For example, combining PPC with SEO allows businesses to dominate search engine results pages through both paid and organic listings, maximizing visibility and credibility. Similarly, retargeting campaigns that serve PPC ads to users who previously visited a website but didn't convert demonstrate significantly higher conversion rates than cold traffic campaigns.

THE UZBEKISTAN CONTEXT: DIGITAL ECONOMY LANDSCAPE AND OPPORTUNITIES

Digital Infrastructure and Ecosystem Development

Uzbekistan has achieved remarkable progress in digital transformation over recent years, positioning itself as an emerging digital hub in Central Asia. As of August 2025, internet penetration reached 94.2%, with 32.7 million internet users representing one of the largest addressable markets in the region. The volume of communications and information services reached 32.2 trillion sum in 2023, representing a 24.6% year-over-year increase, while the IT sector's export volume surged to $280 million, reflecting 140% growth.

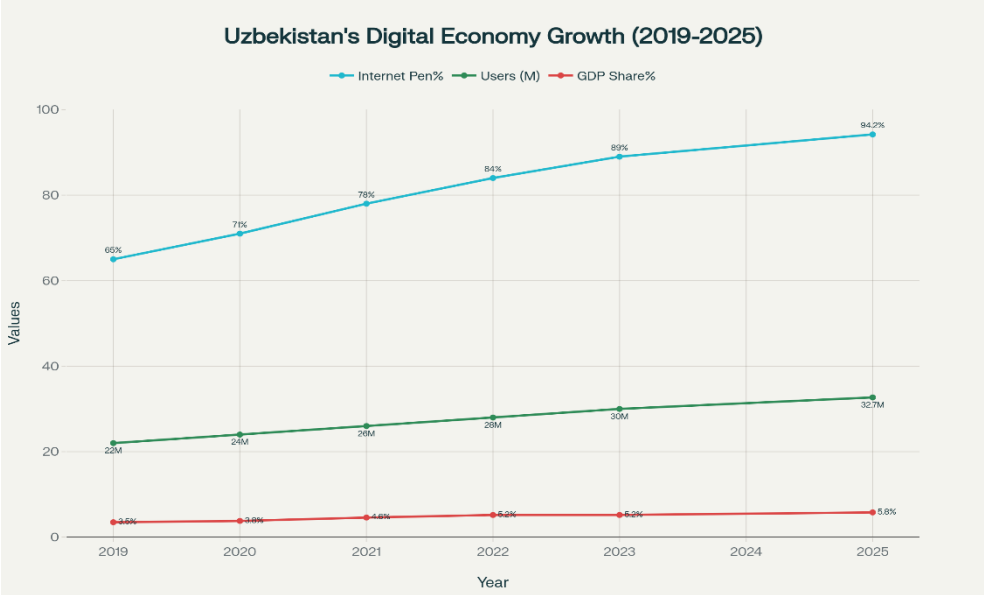


Figure 2. *Uzbekistan's digital economy has shown consistent growth from 2019 to 2025, with internet penetration reaching 94.2% and digital economy share increasing steadily.*

The government's Digital Uzbekistan 2030 strategy provides comprehensive support for digital transformation across five priority areas: building robust digital infrastructure, streamlining e-government services, fostering a thriving digital economy, cultivating a strong domestic IT sector, and prioritizing IT education. This strategic framework encompasses over 1,600 projects across all regions, including pilot initiatives in 29 districts covering e-hospitals, smart agriculture, and digital manufacturing.

The IT Park ecosystem has emerged as a cornerstone of Uzbekistan's digital development, growing from 147 residents in its early years to over 500 companies currently, with industry export volumes increasing by 50 times to reach $46 million. IT Parks provide crucial support mechanisms including tax incentives extended until 2040, streamlined regulatory procedures through "One Stop Shop" services, and comprehensive training programs. This supportive ecosystem creates favorable conditions for businesses to adopt and implement digital marketing strategies.

SME Digital Adoption: Current State and Challenges

Small and medium enterprises constitute the backbone of Uzbekistan's economy, accounting for over 50% of GDP and employing the majority of the workforce. However, digital tool adoption among SMEs reveals significant disparities based on firm size and geographic location. Medium-sized enterprises demonstrate relatively high digital adoption rates, with 65% of medium firms in trade and services sectors utilizing digital tools, compared to only 25-30% adoption among micro-enterprises. This digital divide presents both challenges and opportunities for digital marketing implementation.

Geographic analysis reveals pronounced concentration of digital capabilities in Tashkent, which leads with a Digital Tool Adoption Index score of 0.76, while all other regions fall below 0.55. This concentration reflects better infrastructure availability, higher digital skills prevalence, and greater access to training and support resources in the capital. Regions such as Fergana and Bukhara, despite having moderate internet connectivity, show relatively low rates of digital business tool usage, indicating that infrastructure access alone does not guarantee adoption.

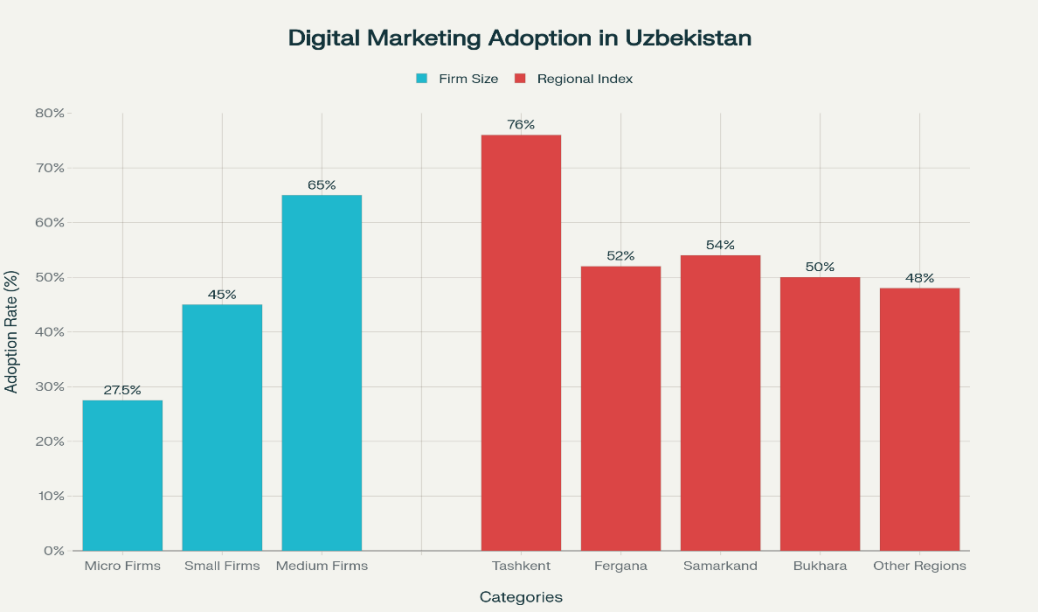


Figure 3. *Digital tool adoption varies significantly by firm size and region in Uzbekistan, with Tashkent and medium-sized firms showing the highest rates.*

The challenges facing Uzbekistan's SMEs in digital marketing adoption include limited digital skills (only 14% of the population possesses basic digital skills), resource constraints, fragmented support systems, and measurement complexity. Only 26% of formal private firms in Uzbekistan maintain websites, compared to a 63% average across Europe and Central Asia, while merely 17% offer formal training to employees versus 33% regionally. These gaps highlight the critical need for targeted interventions to accelerate digital marketing adoption among SMEs.

Language, Culture, and Market Dynamics

Uzbekistan's unique linguistic and cultural context requires careful consideration in digital marketing implementation. The country's bilingual environment, with both Uzbek and Russian widely used in business and daily life, necessitates content strategies that accommodate multiple languages. Successful digital marketing campaigns must demonstrate cultural sensitivity, leveraging local market knowledge and customizing messaging to resonate with Uzbek consumers' values and preferences.[51]

The population's preference for specific social media platforms shapes channel selection for digital marketing strategies. Instagram, Telegram, and Facebook dominate social media usage in Uzbekistan, with Telegram particularly prominent for business communication and community building. Understanding these platform preferences and usage patterns enables businesses to allocate resources effectively and maximize engagement with target audience.

E-commerce development in Uzbekistan presents substantial growth opportunities for digital marketing. The government's Digital Uzbekistan 2030 strategy emphasizes fostering e-commerce growth, while initiatives such as TBC Business—Uzbekistan's first fully digital SME

banking service—demonstrate the country's commitment to enabling digital business models. These developments create favorable conditions for businesses to implement comprehensive digital marketing strategies integrated with e-commerce capabilities.

IMPLEMENTATION FRAMEWORK FOR DIGITAL MARKETING IN UZBEKISTAN

Phase 1: Foundation Building and Capability Development

The initial phase of digital marketing implementation focuses on establishing fundamental capabilities and infrastructure. Businesses must begin with comprehensive digital readiness assessments, evaluating existing technological infrastructure, internet connectivity quality, and hardware adequacy. Given Uzbekistan's high internet penetration of 94.2%, most businesses possess the basic connectivity required for digital marketing activities, though quality and reliability may vary across regions.

Digital skills development represents a critical priority in this foundation phase. Businesses should leverage IT Park training programs, MBA Digital Economy courses offered by institutions such as the Graduate School of Business and Entrepreneurship, and external consultancy services to build team competencies. Training should encompass both technical skills (platform usage, analytics interpretation, content creation) and strategic capabilities (campaign planning, customer segmentation, performance optimization).

Market and competitor analysis provides essential insights for strategic planning. Businesses must identify target customer segments, analyze competitor digital strategies, and map the competitive landscape to identify opportunities for differentiation. This analysis should examine competitors' website quality, social media presence, content strategies, and keyword targeting to uncover gaps that can be exploited for competitive advantage.

Phase 2: Strategic Deployment and Channel Activation

The strategic deployment phase involves implementing core digital marketing channels aligned with business objectives and target audiences. Website development and SEO optimization form the foundation, establishing an online presence optimized for both Yandex and Google—the dominant search engines in Uzbekistan. Websites should feature bilingual content (Uzbek and Russian), mobile-responsive design, clear calls-to-action, and integration with analytics tools for performance tracking.

Social media presence establishment leverages platforms popular among Uzbek audiences: Instagram for visual content and brand building, Telegram for community engagement and customer communication, and Facebook for broader reach and targeted advertising. Content strategies should emphasize authentic storytelling, local cultural references, and user-generated content to build community and engagement. Research demonstrates that consistent social media marketing can drive 10-30% increases in annual sales for SMEs, making this channel particularly valuable for resource-constrained businesses.

Email marketing system implementation provides high-ROI customer communication capabilities. Businesses should establish email marketing platforms integrated with customer relationship management (CRM) systems, enabling segmentation, automation, and personalization. Given email marketing's exceptional 3,600% ROI, this channel merits priority even for businesses with limited budgets. Initial campaigns should focus on list building through website opt-ins and in-store collection, followed by welcome sequences, promotional campaigns, and regular value-driven newsletters.

Phase 3: Optimization, Integration, and Advanced Capabilities

The optimization phase emphasizes performance analytics implementation, multi-channel integration, and advanced personalization. Businesses must deploy comprehensive analytics tools—Google Analytics and Yandex Metrica provide free, powerful options for tracking website traffic, user behavior, and conversion patterns. Regular analysis of key performance indicators (KPIs) including traffic sources, bounce rates, conversion rates, cost per acquisition, and ROI enables data-driven decision making and continuous improvement.

Multi-channel integration ensures consistent customer experiences across touchpoints while optimizing resource allocation based on channel performance. Marketing automation platforms enable sophisticated workflows that trigger personalized communications based on customer behaviors, such as abandoned cart sequences, post-purchase follow-ups, and re-engagement campaigns. This automation increases efficiency while maintaining personalized experiences at scale.

Advanced capabilities including artificial intelligence-driven personalization, predictive analytics, and customer lifetime value optimization represent longer-term objectives as businesses mature in their digital marketing sophistication. Partnerships with local technology providers and participation in IT Park initiatives can facilitate access to cutting-edge tools and expertise. Alignment with Digital Uzbekistan 2030 priorities may also unlock government support and resources for advanced digital marketing implementations.

CHALLENGES, SOLUTIONS, AND BEST PRACTICES

Addressing the Digital Skills Gap

The limited prevalence of digital skills represents a fundamental challenge, with only 14% of Uzbekistan's population possessing basic digital competencies. Businesses can address this gap through multiple approaches: investing in comprehensive training programs leveraging IT Park resources, hiring digital natives familiar with social media and online platforms, and engaging external consultants for specialized expertise. The government's emphasis on IT education across academic levels under Digital Uzbekistan 2030 will gradually expand the talent pool, but businesses must actively develop internal capabilities in the interim.

Practical training should emphasize hands-on experience with digital marketing tools and platforms rather than purely theoretical instruction. Small businesses can begin with free or low-cost platforms (Google Analytics, social media business accounts, email marketing services with free tiers) to build foundational skills before investing in premium tools. Peer learning networks and knowledge sharing among businesses implementing digital marketing can accelerate capability development while building supportive communities.

Overcoming Resource Constraints

Limited marketing budgets pose significant challenges for SMEs, particularly micro-enterprises with minimal financial resources. The solution lies in focusing on high-ROI channels and leveraging free or low-cost tools initially. Email marketing's 3,600% ROI makes it an obvious priority, while organic social media marketing requires primarily time and creativity rather than substantial financial investment. Content marketing through blogs, videos, and social posts can generate significant results with modest budgets when executed strategically and consistently.

Businesses should adopt phased implementation approaches, starting with one or two channels and expanding as capabilities develop and results demonstrate value. This focused approach prevents resource dispersion across too many channels while enabling deeper expertise

development in chosen areas. Success in initial channels builds confidence, generates revenue to fund expansion, and creates internal champions who advocate for continued digital marketing investment.

Measurement, Attribution, and ROI Demonstration

Many businesses struggle to prove digital marketing ROI to stakeholders, undermining support and budget allocation. The solution requires implementing analytics tools, tracking basic KPIs initially, and building measurement expertise gradually. Google Analytics and Yandex Metrica provide comprehensive free tracking capabilities, enabling businesses to monitor website traffic, conversion sources, and campaign performance without additional investment.

Key metrics for initial tracking include cost per lead (CPL), lead close rate (LCR), conversion rate, click-through rate (CTR), and customer acquisition cost (CAC). These fundamental metrics directly link marketing activities to business outcomes, enabling clear ROI calculations. As measurement capabilities mature, businesses can implement more sophisticated attribution models that account for multi-touch customer journeys and cross-channel interactions.

Regular reporting that connects digital marketing metrics to business outcomes (revenue, customer acquisition, customer lifetime value) demonstrates value to stakeholders and secures continued investment. Case studies from businesses that have successfully implemented digital marketing in Uzbekistan can provide compelling evidence and benchmarks for expected performance.

Cultural Customization and Local Market Adaptation

Digital marketing strategies developed for Western markets require substantial adaptation to resonate with Uzbek consumers. Businesses must create bilingual content (Uzbek and Russian), incorporate local cultural references, and work with local influencers who understand audience preferences and communication styles. Generic, translated content often fails to engage effectively, while culturally customized messaging that reflects local values and aspirations generates significantly higher engagement.

Understanding Uzbekistan's collectivist culture, emphasis on family and community, and specific consumer preferences enables more effective targeting and messaging. Social proof elements (customer testimonials, user reviews, community endorsements) carry particular weight in this cultural context. Similarly, promotional campaigns aligned with local holidays, celebrations, and seasonal patterns demonstrate cultural awareness and relevance.

Partnerships with local digital marketing agencies or consultants provide valuable market insights and cultural expertise, particularly for businesses entering the Uzbekistan market or expanding from niche to broader audiences. These partnerships can accelerate learning curves and prevent costly missteps from cultural misunderstandings or inappropriate messaging.

COMPARATIVE ANALYSIS: DIGITAL MARKETING PERFORMANCE ACROSS CONTEXTS

Cross-National Insights and Uzbekistan Applications

Examination of digital marketing implementation across different national contexts reveals valuable lessons applicable to Uzbekistan. Studies from Indonesia, particularly West Java and Cirebon, demonstrate that digital marketing significantly influences competitive advantage and business performance among SMEs, with effects ranging from 30% for competitive advantage to 43% for business performance. These findings from a developing economy context with some

similarities to Uzbekistan suggest realistic performance expectations for Uzbek businesses implementing digital strategies.

Research from multiple African nations highlights both opportunities and challenges in emerging market digital marketing. The high population growth and large untapped markets provide significant opportunities, while infrastructure limitations, cultural diversity, and regulatory uncertainty present obstacles. Uzbekistan's superior digital infrastructure (94.2% internet penetration) positions it more favorably than many African markets, suggesting potentially higher digital marketing effectiveness given proper implementation.

Case studies from South Africa demonstrate that e-commerce retailers implementing comprehensive digital marketing strategies (SEO, social media advertising, email marketing) achieved 200% increases in website traffic and 150% growth in online sales over six months. Similarly, local restaurants utilizing Google My Business, Instagram, and Facebook advertising experienced 50% increases in foot traffic and 75% boosts in social media followers. These results from businesses with limited resources illustrate the transformative potential of focused digital marketing efforts.

Industry-Specific Applications and Adaptations

Digital marketing effectiveness varies across industries based on customer purchase patterns, decision-making processes, and channel preferences. For business-to-business (B2B) companies, digital marketing strategies emphasize thought leadership content, LinkedIn presence, email nurturing sequences, and search advertising targeting specific professional keywords. A regional B2B specialty company implementing phased PPC and display advertising over eight quarters generated 20 leads monthly, achieving $400,000 in first-year revenue with projected lifetime customer value exceeding $1.5 million—representing a 5X ROI.

Consumer-facing businesses benefit from visual platforms (Instagram, Facebook) and mobile marketing strategies that leverage location-based targeting and immediate engagement opportunities. The UNIQLO "Uncover" campaign exemplifies omnichannel integration, combining digital billboards, YouTube content, and Facebook engagement to generate 1.3 million video views, 25,000 newsletter subscribers, and 35,000 new customers. This approach demonstrates how traditional and digital channels can be integrated for maximum impact.

Service-based businesses (restaurants, hospitality, professional services) achieve strong results through local SEO optimization, Google My Business management, review generation, and community-focused social media engagement. These strategies build local visibility and trust, driving foot traffic and service bookings with relatively modest budgets.

STRATEGIC RECOMMENDATIONS FOR UZBEKISTAN BUSINESSES

Prioritized Action Plan for SMEs

Small and medium enterprises in Uzbekistan should adopt a phased approach to digital marketing implementation, beginning with high-impact, low-cost initiatives that deliver quick wins and build momentum. The recommended priority sequence starts with establishing social media presence on Instagram, Telegram, and Facebook, creating consistent, culturally relevant content that engages target audiences. Simultaneously, businesses should implement email collection mechanisms (website opt-ins, in-store sign-ups) and begin basic email marketing campaigns leveraging platforms with generous free tiers.

Website development and SEO optimization follow as second-priority initiatives, establishing owned digital properties optimized for local search engines. Websites should feature

bilingual content, mobile-responsive design, clear value propositions, and straightforward paths to conversion (contact forms, e-commerce functionality, appointment booking). Basic SEO implementation—proper site structure, keyword integration, meta descriptions, local business listings—can be accomplished with modest budgets while delivering sustainable organic traffic growth.

As capabilities and budgets expand, businesses should add PPC advertising for targeted customer acquisition, content marketing for thought leadership and SEO support, and marketing automation for efficiency and personalization. Throughout implementation, rigorous measurement and optimization based on performance data ensure resources flow to highest-performing channels and tactics.

Leveraging Government Support and Ecosystem Resources

Uzbekistan businesses should actively engage with government digital transformation initiatives and ecosystem resources. IT Park membership provides access to training programs, networking opportunities, and potential tax incentives for qualifying businesses. The government's commitment to supporting digital transformation through Digital Uzbekistan 2030 creates opportunities for SMEs to access resources, guidance, and potentially financial support for digitalization efforts

Participation in government-organized technology events, workshops, and training sessions builds knowledge while creating networking opportunities with technology providers, potential partners, and peer businesses implementing digital strategies. The recent ICT Week Uzbekistan 2025, which attracted over 20,000 participants from 50+ countries, exemplifies the scale of government commitment to digital ecosystem development.

Businesses should also monitor regulatory developments related to digital commerce, data protection, and online business operations to ensure compliance while anticipating opportunities from policy changes. Active engagement with policymakers through industry associations can help shape favorable regulatory frameworks that support digital business growth.

Building Competitive Differentiation Through Digital Excellence

As digital marketing adoption increases among Uzbekistan businesses, competitive differentiation will increasingly depend on execution excellence rather than mere presence. Businesses that invest in superior content quality, authentic community building, sophisticated personalization, and seamless customer experiences will outperform competitors relying on generic, low-effort digital marketing.

Niche differentiation strategies prove particularly effective for smaller businesses competing against larger, better-resourced competitors. By focusing on specific customer segments, developing deep expertise in narrow product categories, and building specialized communities, SMEs can establish strong positions despite limited scale. Long-tail keyword optimization in SEO, micro-influencer partnerships in social media, and highly targeted email segmentation enable precise audience reach that larger competitors often overlook.

Innovation in digital marketing approaches—testing emerging platforms, experimenting with new content formats, adopting advanced technologies (AI-driven personalization, chatbots, augmented reality)—can create temporary advantages while building organizational capabilities for continuous adaptation. Uzbekistan's growing technology ecosystem and government support for innovation provide favorable conditions for businesses willing to experiment and learn.

CONCLUSION

Digital marketing represents a transformative opportunity for Uzbekistan businesses to enhance competitiveness, expand market reach, and achieve sustainable growth. Empirical evidence demonstrates that strategic digital marketing implementation delivers substantial returns, with email marketing generating 3,600% ROI, SEO producing 2,200% returns, and social media marketing driving 10-30% sales increases for SMEs. These results, combined with Uzbekistan's favorable digital infrastructure (94.2% internet penetration, supportive government policies, growing IT ecosystem), create optimal conditions for widespread digital marketing adoption.

However, successful implementation requires addressing significant challenges including digital skills gaps, resource constraints, measurement complexities, and the need for cultural customization. Businesses must adopt phased approaches that begin with high-ROI, low-cost channels (social media, email marketing) while building capabilities through training, experimentation, and continuous optimization. Leveraging government support through IT Parks, Digital Uzbekistan 2030 initiatives, and ecosystem resources can accelerate capability development and reduce implementation barriers.

The digital divide between medium-sized firms (65% digital tool adoption) and micro-enterprises (25-30% adoption) highlights the urgency of democratizing digital marketing knowledge and capabilities. Targeted interventions including accessible training programs, simplified tools, peer learning networks, and success case studies can help smaller businesses overcome adoption barriers and realize digital marketing's transformative potential.

As Uzbekistan continues its digital transformation journey toward 2030, businesses that embrace digital marketing strategically will establish competitive advantages, capture growing online consumer spending, and position themselves for long-term success in an increasingly digital economy. The confluence of high internet penetration, government support, expanding digital ecosystem, and proven digital marketing effectiveness creates a compelling opportunity that Uzbekistan businesses cannot afford to ignore.

REFERENCES

1. Asikin, M.Z. et al. (2024). The Influence Of Digital Marketing On Competitive Advantage And Performance of Micro, Small And Medium Enterprises. International Journal of Social Science Research, 4(3).
2. Atieno, V. (2022). Digital marketing strategies and competitive advantage of top 100 Small and Medium Enterprises in Kenya. University of Nairobi.
3. Basir, N.H. et al. (2024). Digital Marketing Strategies for SMEs: Enhancing Competitiveness in the Technological Era. SSRN Electronic Journal.
4. Digital Marketing Institute (2024). Implementation of Digital Marketing Strategy in Increasing Competitive Advantage. Ilomata International Journal of Management.
5. Digital Marketing Institute (2024). Innovative digital marketing strategies for SMEs. International Journal of Marketing and Entrepreneurship Research.
6. Journal of Social Work and Science Education (2024). Digital Marketing and Competitive Advantage: Moderated by Digital Transformation, 5(3), 836-844.
7. Kropp, E. (2025). Developing Digital Marketing Strategy in a Competitive Environment. University of Florida Online Masters.

8. Mosumova, A. (2023). Increasing business competitiveness: Marketing and digitalization. Journal of Strategic Economic Research, 24(5), 29-36.
9. Musaxonov, R.M. (2025). Digital Marketing: An Integral Part of Modern Business.
10. Noer, M.Y. et al. (2025). Digital marketing and sustainable innovation in SMEs. Cogent Business & Management.
11. Novianti, D. et al. (2024). The Role of Digital Marketing to Create Competitive Advantage to Improve Micro Business Performance. International Journal of Innovative Technologies in Social Science, 2(42).
12. Nuvriasari, A. et al. (2024). Competitive Advantage Based on Marketing Innovation and Digital Marketing. Pakistan Journal of Life and Social Sciences.
13. Silva, R.P. et al. (2022). The Role of Digital Marketing in Increasing SMEs' Competitiveness in the Digital Economy. CENTERIS 2022.

KICHIK BIZNES SUBYEKTLARIDA RAQOBATNI TA'MINLASH USULLARI

Muxsiddinov Mansurjon Maxmudjon o'g'li
University of Business and Science
"Yashil iqtisodiyot" kafedrasi
https://doi.org/10.5281/zenodo.18360292

Annotatsiya. *Maqolada kichik biznes subyektlarida raqobat muhitini ta'minlashning nazariy asoslari va amaliy jihatlari tahlil qilinadi. Raqobatni rivojlantirishga ta'sir etuvchi asosiy omillar aniqlanib, mavjud muammolar tizimlashtirilgan. Shuningdek, kichik biznes subyektlarining raqobatbardoshligini oshirish bo'yicha iqtisodiy va institutsional mexanizmlar taklif etilgan.*

Kalit so'zlar. *Kichik biznes, raqobat, raqobat muhiti, bozor iqtisodiyoti, raqobatbardoshlik.*

Bozor iqtisodiyoti sharoitida raqobat iqtisodiy rivojlanishning muhim omillaridan biri hisoblanadi. Ayniqsa, kichik biznes subyektlarining bozor munosabatlaridagi faol ishtiroki raqobat muhitini shakllantirishda muhim ahamiyat kasb etadi. Kichik biznes subyektlari iqtisodiyotning moslashuvchanligi, bandlikni ta'minlash va innovatsion faoliyatni rag'batlantirishda muhim rol o'ynaydi.

Iqtisodiy islohotlarni samarali amalga oshirishning zarur sharti kichik biznes uchun raqobat muhitini shakllantirishdir. Kichik korxonalar yirik korxonalarga nisbatan bir qator raqobatdosh ustunliklarga ega. Ular boshqaruv qarorlarini muvofiqlashtirishning uzoq jarayonidan qochadi, natijada moslashuvchanlik va bozor o'zgarishlariga tezda moslashish va iste'molchilar tomonidan talab qilinadigan bozor segmentini egallash qobiliyati paydo bo'ladi. Kichik biznes raqobat muhiti va tadbirkorlik muhiti ruhini yaratadi, ularsiz bozor iqtisodiyoti mumkin emas. Kichik korxonalar yuqori mehnat samaradorligiga ega; tadbirkorlar mahalliy xomashyo manbalarini o'zlashtirish hisobiga arzon narxlarda tovar va xizmatlarga bo'lgan talabni qondirmoqda, bu esa pirovardida mahalliy byudjetlarga qo'shimcha daromad keltirmoqda. Davlat uchun kichik biznesni rivojlantirish iqtisodiy samaradorlikni oshirish, qo'shimcha sarmoyasiz yangi ish o'rinlari yaratish, ko'plab ijtimoiy muammolarni hal etish demakdir. Iqtisodiyotning raqobat va bozor ta'siriga qarshi tura oladigan sohasi deyarli yo'q. Hech bir mamlakat yoki korxona, jumladan, kichik korxonalar raqobatning obyektiv zaruriyatini e'tiborsiz qoldira olmaydi, chunki raqobat bozor iqtisodiyotini saqlashning eng muhim mexanizmi hisoblanadi.

O'zbekistonda kichik biznes subyektlari uchun raqobat strategiyalarini maqsadli — ya'ni atrof-muhitga mos, korxonaning ichki imkoniyatlari bilan uyg'un tarzda — belgilash va joriy etish nafaqat korxona darajasida samaradorlikka erishish, balki milliy iqtisodiy barqarorlik va bozor integratsiyasiga erishishda ham muhim omilga aylanmoqda. To'g'ri strategiya va yondashuv bilan kichik korxonalar nafaqat omon qolishi, balki yuqori raqobatbardosh bozorlarda ham rivojlanishi mumkin.

2030-yilgacha bo'lgan rivojlanish strategiyasining ustuvor yo'nalishlaridan biri sifatida belgilangan Prezident Sh.M. Mirziyoyevning 2025-yil 12-yanvardagi nutqida "kichik biznesni

raqamli transformatsiya jarayonlariga faol jalb qilish, innovatsion ekotizimni yaratish va eksport salohiyatini oshirish" zarurligi ta'kidlandi[1]. Kichik biznes subyektlari uchun raqobatbardosh bozorga kirish puxta rejalashtirish, strategik fikrlash va bozor dinamikasini chuqur tushunish bilan bog'liq. Raqobat shiddatli bo'lishi mumkin bo'lsa-da, kichik biznes chaqqonlik, moslashuvchanlik va tezda yangilik kiritish qobiliyatiga ega bo'lishi ham mumkin.

Tadqiqotning metodologik va nazariy asosini M.Porter, I.Ansoff, J.Shumpeter, T.Valras, D.Robinson, E.X.Chemberlin kabi xorijiy olimlar, shuningdek, rossiyalik iqtisodchi olimlar G.L.Azoyev, A.P.Chelenkova, R.M. Tixonova, V.E.Shvets, A.V. Kochetkova, V.I. Kolpacheva, E.A. Gorbashko, V.S. Litvinenko, M.N. Melnikova, M.G. Lapusta, A.Yu. Yudanova va boshqalarning ishlarida ko'rishimiz mumkin.

Raqobat bozor iqtisodiyotining fundamental kategoriyalaridan biri bo'lib, xo'jalik yurituvchi subyektlarning cheklangan resurslar, bozor ulushi va iste'molchilar talabini qondirish yo'lidagi o'zaro iqtisodiy munosabatlarini ifodalaydi. Raqobat tushunchasining nazariy asoslari klassik siyosiy iqtisod vakillari asarlarida shakllangan bo'lib, bu borada Adam Smithning qarashlari alohida ahamiyat kasb etadi. A. Smith o'zining "The Wealth of Nations" asarida raqobatni erkin bozor mexanizmining ajralmas elementi sifatida talqin qilib, u orqali resurslarning samarali taqsimlanishi va ijtimoiy farovonlikka erishilishini asoslab bergan. Uning "ko'rinmas qo'l" konsepsiyasiga ko'ra, xo'jalik subyektlarining shaxsiy manfaatlari yo'lida olib borgan faoliyati oxir-oqibat jamiyat manfaatlariga xizmat qiladi (Smith, 1776). Ushbu yondashuvda raqobat narxlarning pasayishi, ishlab chiqarish xarajatlarining qisqarishi va mahsulot sifatining oshishiga olib keluvchi tabiiy iqtisodiy jarayon sifatida namoyon bo'ladi.

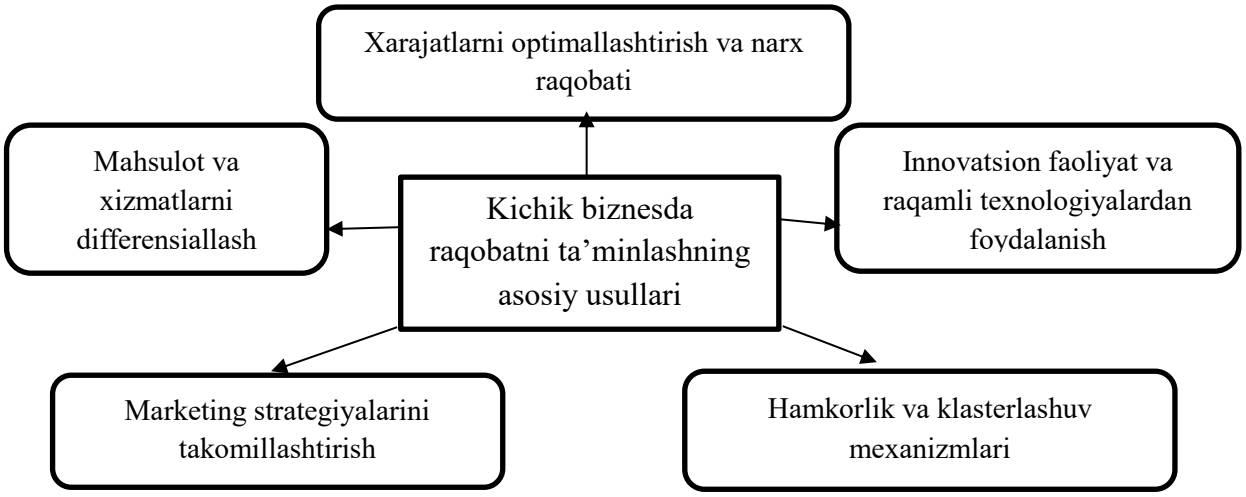
Zamonaviy iqtisodiy nazariyada raqobat tushunchasi M. Porter tomonidan yanada rivojlantirilib, strategik boshqaruv nuqtai nazaridan tahlil qilingan. M. Porter raqobatni faqat narx omiliga bog'lab qo'ymasdan, uni korxonaning uzoq muddatli raqobat ustunligini shakllantiruvchi strategik jarayon sifatida izohlaydi (Porter, 1985). Uning "beshta raqobat kuchi" modeli bozor tuzilmasini tahlil qilishda keng qo'llanilib, mavjud raqobatchilar o'rtasidagi kurash, potensial yangi kiruvchilar tahdidi, o'rinbosar mahsulotlar bosimi, yetkazib beruvchilar va xaridorlarning bozor kuchi orqali raqobat darajasi aniqlanishini ko'rsatadi. Demak, A. Smith yondashuvida raqobat makroiqtisodiy muvozanatni ta'minlovchi mexanizm sifatida qaralsa, M. Porter yondashuvida u mikroiqtisodiy darajada raqobatbardoshlik va strategik ustunlikni shakllantiruvchi omil sifatida namoyon bo'ladi.

R.Hurdawaty va M. Tukiranlar o'z tadqiqotlarida kichik va o'rta bizneslarning raqobatbardoshligini oshirish uchun raqamli texnologiyalarni joriy etish, mahsulot va xizmat innovatsiyalarini amalga oshirish, biznes jarayonlarini optimallashtirish va marketing strategiyalarini yangilash zarurligi asoslab berilgan[2]. Boshqa tadqiqotlarda esa kichik biznes sektorlarining raqobat ustunligini ta'minlashda strategik rejalashtirish, resurslarni samarali boshqarish, inson omilining ahamiyati va innovatsiyalarni joriy etish muhim omillar ekani ko'rsatib berilgan[3]. Kichik va o'rta bizneslarning raqobatbardoshligini oshirish uchun differensiallashuv va xarajat bo'yicha yetakchilik strategiyalarini qo'llash zarurligi yana bir tadqiqotda asoslangan[4].

O'zbekistonlik tadqiqotchilar ham qator ilmiy izlanishlar olib borishgan. Masalan, N.Sharopova tomonidan olib borilgan tadqiqotlarda kichik biznes subyektlarining eksport salohiyatini oshirish omillari, tashqi bozorlarga chiqishdagi mavjud cheklovlar hamda ularni bartaraf etish bo'yicha ilmiy-amaliy tavsiyalar ishlab chiqilgan[5]. S.Boyjigitov izlanishlarida

kichik bizneslarning innovatsion rivojlanishi, ularning bozor raqobatidagi ustunliklarini shakllantirish va texnologik modernizatsiyaning strategik ahamiyati chuqur tahlil qilingan[6]. D.Xolmamatov tomonidan olib borilgan tadqiqotlarda kichik biznes subyektlarida raqamli texnologiyalarni joriy etishning iqtisodiy samaradorligi, ishlab chiqarish jarayonlarini optimallashtirish va raqobat strategiyalarini kuchaytirish mexanizmlari asoslab berilgan[7].

Kichik biznes iqtisodiyotning muhim tarkibiy qismi bo‘lib, u moslashuvchanligi, tezkor qaror qabul qilish imkoniyati va bozor talabiga tez javob berish xususiyati bilan ajralib turadi. Kichik biznes subyektlari, asosan, cheklangan moliyaviy va mehnat resurslari asosida faoliyat yuritib, mahalliy bozorlarni tovar va xizmatlar bilan ta’minlashda muhim rol o‘ynaydi. Iqtisodiy nuqtai nazardan, kichik biznes bandlikni ta’minlash, daromadlar tengsizligini kamaytirish va raqobat muhitini kuchaytirishga xizmat qiladi. Ular yirik korxonalarga nisbatan innovatsiyalarni tez joriy etish va yangi biznes modellarni sinab ko‘rish imkoniyatiga ega. Shu bilan birga, kichik biznes subyektlari iqtisodiy o‘sishning barqarorligini ta’minlashda va bozorning monopoliyalashuvini cheklashda muhim vosita hisoblanadi. Kichik biznesning iqtisodiy mohiyati uning jamiyatda o‘rta sinfni shakllantirish, tadbirkorlik tashabbuslarini qo‘llab-quvvatlash va iqtisodiy erkinlikni kengaytirishdagi roli bilan ham belgilanadi.



1-rasm. Kichik biznesda raqobatni ta’minlashning asosiy usullari

Kichik biznes subyektlari uchun eng an’anaviy raqobat usullaridan biri xarajatlarni minimallashtirish orqali bozorda maqbul narx taklif etish hisoblanadi. Bu jarayonda ishlab chiqarish xarajatlarini qisqartirish, resurslardan samarali foydalanish, logistika va ta’minot zanjirini optimallashtirish muhim ahamiyatga ega.

Zamonaviy bozor sharoitida kichik biznes subyektlari uchun eng samarali raqobat usullaridan biri differensiallash strategiyasidir. Bu usul mahsulot yoki xizmatning noyob xususiyatlarini shakllantirish, dizayn, sifat, servis darajasi, brend imiji orqali raqobatchilardan ajralib turishni nazarda tutadi.

Innovatsiyalar kichik biznes subyektlarining raqobatbardoshligini oshirishda hal qiluvchi omil hisoblanadi. Innovatsion faoliyat faqat yangi mahsulot yaratish bilangina cheklanmay, balki biznes jarayonlarini takomillashtirish, marketing strategiyalarini modernizatsiya qilish va xizmat ko‘rsatish sifatini oshirishni ham o‘z ichiga oladi.

Kichik biznes subyektlarida raqobatni ta’minlashda marketing muhim strategik instrument sifatida namoyon bo‘ladi. Zamonaviy marketing konsepsiyalari — raqamli marketing, kontent-

marketing, ijtimoiy tarmoqlar orqali targ‘ibot — kichik biznes uchun nisbatan arzon, ammo yuqori samaradorlikka ega vositalar hisoblanadi.

Kichik biznes subyektlari o‘rtasidagi kooperatsiya va klasterlashuv raqobatni ta’minlashning muhim institutsional usullaridan biridir. Klasterlar doirasida resurslardan birgalikda foydalanish, tajriba almashish va innovatsiyalarni tezkor joriy etish imkoniyati yuzaga keladi.

Xulosa va tavsiyalar.

Rivojlangan mamlakatlar tajribasidan kelib chiqib, kichik tadbirkorlikning mamlakat iqtisodiyotidagi o‘rni muhim ahamiyatga ega. Kichik tadbirkorlikning izchil rivojlanishi quyidagi muammolarni muvaffaqiyatli hal etishning eng muhim omili hisoblanadi, degan xulosani shakllantirishimiz mumkin:

• aholi va jamiyatning tovarlarga (ishlarga, xizmatlarga) bo‘lgan ehtiyojlarini to‘liq qondirishga yordam beradigan raqobatbardosh sivilizatsiyalashgan bozor munosabatlarini shakllantirish;

• tovarlar, ishlar va xizmatlar assortimentini kengaytirish va sifatini oshirish. Iste’molchilar talablarini qondirishga intilib, kichik biznes subyektlari tovarlar (ishlar, xizmatlar) sifati va mijozlarga xizmat ko'rsatish sifatini oshirishga hissa qo‘shadi;

• tovarlar va xizmatlar ishlab chiqarishni aniq iste’molchilarga yaqinlashtirish;

• iqtisodiyotni tarkibiy qayta qurishga ko‘maklashish. Kichik biznes iqtisodiyotni moslashuvchanlik, harakatchanlik va manevrlik bilan ta’minlaydi;

• ishlab chiqarishni rivojlantirish uchun aholining shaxsiy mablag‘larini jalb qilish.Kichik korxonalardagi sheriklar o‘z kapitallarini yirik korxonalarga qaraganda ko‘proq qiziqish bilan biznesga investitsiya qiladilar;

• qo‘shimcha ish o'rinlarini yaratish, ishsizlikni kamaytirish;

• mahalliy xomashyo manbalarini va yirik ishlab chiqarish chiqindilarini o‘zlashtirish va ulardan foydalanish.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023-yil 11-sentyabrdagi ““O‘zbekiston — 2030” strategiyasi to‘g‘risida” PF-158-sonli Farmoni. https://lex.uz/ru/docs/-6600413
2. Ramon Hurdawaty & Martinus Tukiran (2024). Strategies to Increase the Competitiveness of Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs): A Narrative Literature Review. South Asian Journal of Social Studies and Economics, 21(1),112–125. 10.9734/sajsse/2024/v21i1768 journalsajsse.com
3. Rachmian, Naufal Haidar Ahmada & Darusman (2024). Optimization of Digital Technology Utilization in Marketing Strategy Development to Enhance the Competitiveness of MSME Products. International Journal of Management Science and Information Technology, 5(1). 10.35870/ijmsit.v5i1.3648. journal.lembagakita.org
4. Nebojša Pavlović & Irena Čelić (2020). The analysis of competitive strategies from the perspective of small and medium enterprises. Hotel and Tourism Management, 8(1), 101–110. 10.5937/menhottur2001101P. htmanagementvb. com+1
5. Sharopova N. (2023). O‘zbekistonda kichik biznes subyektlari eksport salohiyatini oshirish: tahlil va prognozlash. Green and Eco-Environment Journal, 3(2), 44–53. https://green-eco.uz/index.php/GED/article/view/5485

Contents – Mundarija – Содержание

Musayeva Shoira Azimovna
THE ESSENCE, PRINCIPLES AND TASKS OF MARKETING ACTIVITIES IN TEXTILE AND SEWING-KNITTING INDUSTRY ENTERPRISES 9

Садулло Салахов
ТИПОВАЯ МОДЕЛЬ КОММУНИКАЦИОННОГО СОПРОВОЖДЕНИЯ МЕЖДУНАРОДНЫХ ИНВЕСТИЦИОННЫХ ФОРУМОВ 15

Нигматулина Лилия Алиевна, Хамраева Сабина Гафуровна
ДЕЦЕНТРАЛИЗАЦИЯ И ЦЕНТРАЛИЗАЦИЯ В УПРАВЛЕНИИ 20

G‘aniyev Baydulla Toshmurodovich
BARQAROR IQTISODIY SIYOSAT VA YASHIL O'SISH: RIVOJLANAYOTGAN MAMLAKATLAR UCHUN XALQARO TAJRIBA 25

Musayeva Shoira Azimovna, Usmanov Farzod Shokhrukhovich
DEVELOPMENT OF THE SOCIO-ECONOMIC ROLE OF SERVICE INDUSTRIES AND THEIR IMPACT ON THE STANDARD OF LIVING OF THE POPULATION 32

Ismailov Timur, Jumabaeva Gulmiyra
O‘ZBEKISTON KOMPANIYALARINI MOLIYAVIY XISOBOTLARNING XALQARO STANDARDIGA O‘TISHNING ZARURIYATI 36

Salixov Saidamir Alisher o‘g‘li, **Artikova Feruza Raxmanovna**
UNIVERSITETLARDA KONSALTING XIZMATLARINI RIVOJLANTIRISH ASOSIDA MOLIYAVIY RESURSLARNI TAQSIMLASHNI BOSHQARISH YO‘NALISHLARI 43

Urazmatov Jonibek Musurmanovich
QO‘SHILGAN QIYMAT SOLIG‘INING EVOLYUTSIYASI VA ZAMONAVIY TRANSFORMATSIYASI: NAZARIY-METODOLOGIK ASOSLAR VA YANGI KONSEPTUAL YONDASHUVLAR 47

Urazmatov Jonibek Musurmanovich
O‘ZBEKISTONDA QO‘SHILGAN QIYMAT SOLIG‘I MA’MURCHILIGI: RIVOJLANISH QONUNIYATLARI, AMALDAGI MEXANIZM SAMARADORLIGI VA BUDJETGA UNDIRISH TIZIMI TAHLILI 54

Uzakov Ortik Shaymardanovich
IMPROVEMENT OF THE MECHANISM OF STATE SUPPORT FOR THE IT SERVICES EXPORT INDUSTRY 60

Xayitov Rustam Burxonovich
MINTAQANI IQTISODIY RIVOJLANTIRISHDA PAXTA-TO‘QIMACHILIK KLASTERLARI SALOHIYATINI OSHIRISH 67

Sodikov Zokir Rustamovich
SIRKULYAR IQTISODIYOT MODELINING “BESHIKDAN BESHIKKACHA” KONSEPSIYASI EVOLYUTSIYASI 72

Tog‘aynazarov Akbar Ibragim o‘g‘li
YOSHLAR BANDLIGINI TA’MINLASH ORQALI IQTISODIY SAMARADORLIKNI OSHIRISH XUSUSIYATLARI 79

Mirzamurodov Hojiakbar Abduraxmon o‘g‘li, Raximov Mansur Maqsudbekovich
O‘ZBEKISTONNING XALQARO MOLIYA TIZIMIGA INTEGRATSIYALASHUVI DARAJASINING ASOSIY KO‘RSATKICHLARI TAHLILI 84

Kuchaboyev Ruslan Tellayevich
ECONOMETRIC MODELING OF REGIONAL ECONOMIC GROWTH IN DIGITAL TRANSFORMATION (Based on the integration of Big Data and ML methods) 93

Sapayev Axmed Durdibayevich
KORXONALARNING YASHIL MARKETING STRATEGIYASINI ISHLAB CHIQISHDA ISTE’MOLCHI XULQ-ATVORINING TA’SIRI 98

Sapayev Axmed Durdibayevich
KORXONALARNING YASHIL MARKETING STRATEGIYASINI ISHLAB CHIQISHDA SUN’IY INTELLEKT VA MA’LUMOTLARNI TAHLIL QILISH VOSITALARINING ROLI..... 105

Amaniyazova Rayxan Bayniyazovna
AHOLINI ISH BILAN TA’MINLASHDA QISHLOQ AHOLISINI MEHNAT SALOHIYATIDAN FOYDALANISH YO‘LLARINING NAZARIY USLUBIY ASOSLARI 114

Bobojanova Yoqutjon Zokirovna
AGROBIZNESDA XALQARO HAMKORLIK VA EKSPORT SALOHIYATINI RIVOJLANTIRISH XUSUSIYATLARI 119

G‘ayupov Po‘latjon Nematjonovich
COMMERCIAL CREDIT RELATIONS WITH SMALL BUSINESS ENTITIES 123

Shermatov Abbos Jumayevich
MAMLAKATDA PARRANDACHILIK TARMOG‘INING JORIY HOLATI VA RIVOJLANISH TENDENSIYALARI 127

Toshpulatova Maftuna Akbarovna
BALANCING GUEST EXPECTATIONS AND MARKET COMPETITION..... 134

Ulug‘bekov Sardorbek Ulug‘bekovich
AHOLINING KREATIV QATLAMINI SHAKLLANTIRISHNING IQTISODIY ASOSLARI VA ZARURIY SHARTLARI..... 138

Erdonaeva Go‘zal Aliqulovna
OPPORTUNITIES FOR THE DEVELOPMENT OF BANKING SERVICES IN UZBEKISTAN..... 146

Xujayeva Nigora Yo‘ldashevna
MINTAQAVIY INVESTITSIYALARNI JALB QILISH MEXANIZMLARI 151

Erkinova Shakhnozabonu
INTERNATIONAL TRADE OF THE REPUBLIC OF UZBEKISTAN: TRENDS, STRUCTURE AND PROSPECTS..... 155

Ismailova Gulirano, Ashurbayev Omar
THE EFFECT OF DIGITAL MARKETING ON COMPETITIVENESS OF BUSINESS AND POTENTIAL IMPLEMENTATION IN BUSINESSES OF UZBEKISTAN 159

Muxsiddinov Mansurjon Maxmudjon o‘g‘li
KICHIK BIZNES SUBYEKTLARIDA RAQOBATNI TA’MINLASH USULLARI..... 172

International scientific journal Management, Marketing and Finance

VOLUME 2 ISSUE 11
NOVEMBER 2025

“Menejment, marketing va moliya” xalqaro ilmiy jurnali
2025-yil 11-soni

Published: 30.11.2025. Font: “Times New Roman”.

Ilmiy maqolalarga qo‘yiladigan texnik talablar:

“Management, Marketing and Finance” xalqaro ilmiy jurnali oliy ta’1im muassasalarining professor-o‘qituvchilari va ilmiy izlanuvchilari tomonidan olib borilayotgan ilmiy-tadqiqot ishlari natijalarini ilmiy maqola tarzida chop etadi. Shuningdek jurnalga ishlab chiqarish tashkilotlari va korxonalarida faoliyat ko‘rsatib, ilmiy-tadqiqot ishlarini olib borayotgan hodimlarning ham ilmiy maqolalari kiritiladi.

“Management, Marketing and Finance” xalqaro ilmiy jurnali quyidagi yo‘nalishlar bo‘yicha maqolalar qabul qiladi:

05.00.00 - TEXNIKA fanlari;

08.00.00 - IQTISODIYOT fanlari;

12.00.00 - YURIDIK(Huquq) fanlari.

Jurnalning rasmiy tillari: o‘zbek, ingliz, rus.

- maqolalar ilmiy jurnal yo‘nalishlariga oid dolzarb mavzularda, ilmiy tahlil va tugallangan fikrlar asosida amaliy tavsiyalar bilan taqdim etilishi lozim.

- maqolalar hajmi – 5 betdan ortiq bo‘lmasligi lozim.

- matn formati: MS Word, Times New Roman shrifti, 12 kegl kattalikda bo‘lishi kerak. Satrlar oralig‘i 1,5 interval. Chegara o‘lchovlari: barcha tomondan – 2 sm. Matn boshlanishida 1 sm satr boshi tashlanadi.

- rasm va jadvallar nomlanishi arab raqamlari bilan belgilanishi (1-rasm, 1-jadval va h.k.), maqola matnida ularga havola etish lozim; jadvallar ichidagi yozuvlar 12 kegl bo‘lishi kerak. Foydalanilgan adabiyotlarga matnda havola beriladi.

- maqola nomi va muallif (hammualliflar)ning familiyasi, ismi-sharifi katta harflar bilan 12 keglda (ilmiy darajasi, ilmiy unvoni, ish joyi, lavozimi, telefon raqami, e-mail kichik harflar bilan) o‘rta qismiga joylashtiriladi.

“Management, Marketing and Finance” xalqaro ilmiy jurnalida har bir maqolaga DOI raqam olinib, Polshaning Indeks Copernikus(OAK12), Yevropaning Zenodo va Open Aire, Rossiyaning Cyberlinenka, Angliyaning Europub xalqaro ilmiy bazalariga va www.jmmf.uz saytiga joylanadi, Google akademiya xalqaro ilmiy qidiruv tizimida indekslanadi.

Har bir muallif bir vaqtning o‘zida yakka va hammualliflikda maqola bilan qatnashishi mumkin.

Maqola elektron shaklda +998 95 863 63 40 (https://t.me/Science_MMM_journal) telegram profili orqali qabul qilinadi.

Shuningdek maqolalar journalmmf@gmail.com elektron manzillariga yuborilishi mumkin.

Maqolalar har oyning 25-kuniga qadar qabul qilinadi.

Jurnalning nashr etilish sanasi: har oyning so‘nggi sanasi.

Jurnalning rasmiy sayti: https://jmmf.uz

Ma’lumot uchun telefonlar: +998 95 863 63 40; +998 90 992 00 95 (MDIST).