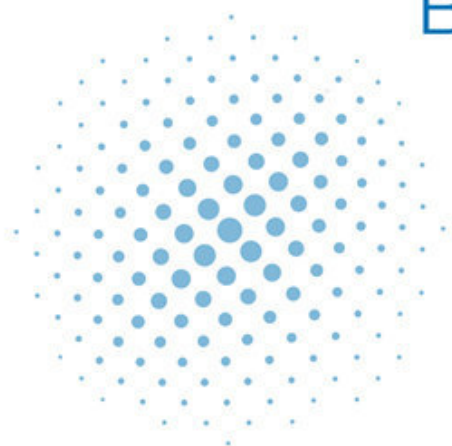




**TIU**

JOURNAL OF  
DIGITAL  
ECONOMY AND  
BUSINESS



RAQAMLI  
IQTISODIYOT  
VA BIZNES  
JURNALI



ISSN: 2992-8753  
№4 / 2024

Свидетельство № 074787 от 13 апреля 2023 г.  
Агентство информации и массовых коммуникаций  
при Администрации Президента Республики Узбекистан

Собственник журнала:  
«Turan International University»

Выходит с апреля 2023 г.  
один раз в квартал

**НАУЧНО-РЕДАКЦИОННЫЙ СОВЕТ**

1. Нажмитдинов А.Х. ректор университета «Turan International University»
2. Акрамов А.М. Phd., проректор по научной работе и инновациям, «Turan International University»
3. Исаков А.Э Phd., проректор по учебной работе, «Turan International University»
4. Холцхакер Х. Phd., директор НИИ «Namangan Institute for Sustainable Trade and Development» TIU
5. Ряховская А. Н. д.э.н., профессор, Ректор Института экономики и антикризисного управления (г. Москва, Россия)
6. Арупов А.А. д.э.н., профессор, директор НИИ «Мировая экономика и международные отношения», университет «Туран» (г. Алматы, Казахстан)
7. Алибекова Г.Ж. Phd., доцент, зам. директора по науке Института экономики КН МОН РК (г. Алматы, Казахстан)

**РЕДАКЦИОННАЯ КОЛЛЕГИЯ**

1. Нажмитдинов А.Х. Главный редактор, д.э.н., профессор, ректор университета «Turan International University»
2. Нурмуханова Г.Ж. д.э.н., профессор
3. Азизов А.С. Phd., и.о. доцента «University of Business and Science»
4. Хамидхонов К.Ш. Главный специалист департамента инноваций, «Turan International University»
5. Шахобов Х.М. Наманганский инженерно-технологический институт, кафедра «Экономика», доцент, Phd.
6. Ишимбаев Р.Н. Наманганский инженерно-технологический институт, кафедра «Бухгалтерия и аудит», старший преподаватель, Phd.
7. Сирожиддинов К.И. Phd, доцент, Наманганский государственный университет
8. Онюшева И.В. Phd, профессор-исследователь Stamford International University (Бангкок, Таиланд; Янгон Мьянма)
9. Ангелова О.Ю. к.э.н., зам. заведующего кафедрой по науке, Университет Лобачевского (Институт экономики и предпринимательства, Нижний Новгород, Россия)
10. Давлетова М.Т. к.э.н., профессор кафедры «Маркетинг и логистика» университет «Туран» (Алматы, Казахстан)
11. Рахимбекова Ж.С. к.э.н., доцент Школы менеджмента Алматы Менеджмент Университет (AlmaU) (Алматы, Казахстан)

Университету «Turan International University» принадлежат исключительные права на перепечатку отдельных материалов, издание и коммерческое использование журнала.

© Turan International University, 2024

Certificate № 074787 as of April 13, 2023  
Agency of Information and Mass Communications under the  
Administration of the President of the Republic of Uzbekistan

Owner:  
«Turan International University»

Issued from April 2023  
once in quarter

**SCIENTIFIC AND EDITORIAL BOARD**

1. Najmitdinov A.H. Rector, «Turan International University»
2. Akramov A.M. Phd., vice-rector for science and innovations, «Turan International University»
3. Isakov A.E. Phd., vice-rector for academic affairs, «Turan International University»
4. Holzhaker H. Phd., Director at TIU Research Institute «Namangan Institute for Sustainable Trade and Development»
5. Ryahovskaya A.N. Doctor of economic sciences, prof., Rector at Institute for Economics and Anti-Crisis Management (Moscow, Russia)
6. Arupov A.A. Doctor of economic sciences, professor, Director of the Institute of World Economy and International Relations, Academician of the MAI
7. Alibekova G.J. Phd., associate professor, Deputy director for Science, Institute of Economics (Almaty, Kazakhstan)

**EDITORIAL BOARD**

1. Najmitdinov A.H. Chief editor, Doctor of economic sciences, prof., rector at «Turan International University»
2. Nurmukhanova G.J. Doctor of economic sciences, professor.
3. Azizov A.S. Phd., acting assistant professor, «University of Business and Science»
4. Hamidhonov Q.Sh. Department for science and innovations, leading specialist, «Turan International University»
5. Shahobov H.M. Namangan Institute of Engineering and Technology, Department of Economics, assistant professor, PhD.
6. Ishimbayev R.N. Namangan Institute of Engineering and Technology, Department of Accounting and audit, senior lecturer, PhD.
7. Sirojiddinov K.I. PhD, associate professor, Namangan State University
8. Onyusheva I.V. PhD, research professor, Stamford International University (Bangkok, Thailand; Yangon, Myanmar)
9. Angelova O.Yu. PhD., Department deputy head for science, Lobachevsky University (Institute of Economics and Entrepreneurship, Nizhny Novgorod, Russia)
10. Davletova M.T. PhD., prof. at «Marketing and logistics» Department, «Turan» University (Almaty, Kazakhstan)
11. Rakhimbekova J.S. PhD., associate professor, School of Management of Almaty Management University (AlmaU, Almaty, Kazakhstan)

Turan International University owns the exclusive rights to reprint certain materials, publish and use the journal commercially.

© Turan International University, 2024

Ўзбекистон Республикаси Президенти Администрацияси ҳузуридаги  
Ахборот ва оммавий коммуникациялар агентлиги  
2023 йил 13 апрелдаги 074787-сонли рухсатномаси

Журнал муассиси:  
«Turan International University»

2023 й. Апрель ойидан бери нашр этилади  
кварталда бир марта

**ИЛМИЙ ВА ТАҲРИРИЙ КЕНГАШ**

1. Нажмитдинов А.Х. «Turan International University» университети ректори
2. Акрамов.А.М. Phd., илмий ишлар ва инновациялар бўйича проректор «Turan International University»
3. Исаков А.Э Phd., ўқув ишлари бўйича проректор «Turan International University»
4. Холцхакер Х. Phd., «Namangan Institute for Sustainable Trade and Development» илмий-тадқиқот институти директори
5. Ряховская А. Н. и.ф.д., профессор, Иқтисодиёт ва инкирозга қарши бошқарув институти ректори (Москва, Россия)
6. Арупов А.А. и.ф.д., профессор, «Халқаро иқтисодиёт ва халқаро муносабатлар» илмий-тадқиқот институти директори, «Туран» университети (Олмаота, Қозоғистон)
7. Алибекова Г.Ж. Phd., доцент, илмий ишлар бўйича директор ўринбосари, Иқтисодиёт институти (Олмаота, Қозоғистон)

**ТАҲРИРИЯТ АЪЗОЛАРИ**

1. Нажмитдинов А.Х. Бош муҳаррир, и.ф.д., профессор, «Turan International University» университети ректори
2. Нурмуханова Г.Ж. и.ф.д., профессор
3. Азизов А.С. Phd., доцент в.б., «University of Business and Science»
4. Хамидхонов Қ.Ш. Илмий ишлар ва инновациялар департаменти бош мутахассиси, «Turan International University»
5. Шахобов Х.М. Наманган муҳандислик-технология институти, Иқтисодиёт кафедраси, доценти, Phd.
6. Ишимбаев Р.Н. Наманган муҳандислик-технология институти, “Бухгалтерия ҳисоби ва аудит” кафедраси, катта ўқитувчи, Phd.
7. Сирожиддинов К.И. и.ф.н., доцент, Наманган давлат университети
8. Онюшева И.В. Phd, профессор-тадқиқотчи, Stamford International University (Бангкок, Таиланд; Янгон Мьянма)
9. Ангелова О.Ю. и.ф.н., илмий ишлар бўйича кафедра мудири ўринбосари, Лобачевский номидаги университет (Иқтисодиёт ва тадбиркорлик институти, Нижний Новгород, Россия)
10. Давлетова М.Т. и.ф.н., «Маркетинг ва логистика» кафедра профессори, «Туран» университети (Олмаота, Қозоғистон)
11. Рахимбекова Ж.С. и.ф.н., доцент, Менежмент мактаби, Олмаота менежмент университети (AlmaU) (Олмаота, Қозоғистон)

«Turan International University» университети материалларни қайта чоп этиш, нашр этиш ва журналдан тижорат мақсадларида фойдаланиш учун махсус ҳуқуқларга эга.

© Turan International University, 2024

Оглавление  
Contents  
Мундарижа

INSON KAPITALINI RIVOJLANTIRISHNING O’ZIGA XOS JIHATLARI (Sirojiddinov K.I., Tursinbayev A.N).....	5
RAQOBATBARDOSH MAHSULOTLAR ISHLAB CHIQUARISHNING AHAMIYATI (Asraqulov F.R.).....	12
CHALLENGES IN THE FORMATION OF A COMPETITIVE ENVIRONMENT IN THE SERVICE SECTOR (Toxirova G.T.).....	17
МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗРАБОТКИ СИСТЕМНОГО ПОДХОДА В МЕНЕДЖМЕНТЕ (Ахмедов Р.М.).....	22
YARATUVCHANLIK VA IQTISODIYOT O’RTASIDAGI YANGI ALOQALAR (Turaxanov O.D.) .....	28
RAQAMLI IQTISODIYOTDA HUNARMANDCHILIK MAHSULOTLARINING BRENDLASH STRATEGIYALARI (Ergasheva A.F.) .....	35
TADBIRKORLIK SUBYEKTLARIDA INVESTITSIYALARDAN UNUMLI FOYDALANISHNING NAZARIY ASOSLARI (Isakov A.E.).....	46
RAQAMLI MARKETING STRATEGIYALARI BILAN MINTAQA TURIZM SALOHİYATINI JAHON MIQYOSIDA TANITISH: XALQARO TAJRIBALAR TAHLILI (Jafarova H.X.) .....	53
HUNARMANDCHILIK BOZORIDA XIZMAT KO’RSATISHNING IQTISODIY VA IJTIMOY TA’SIRINI BAHOLASH: INNOVATSION INDIKATORLAR VA ULARNING AHAMIYATI (Ergasheva A.F.) .....	63
GLOBAL GREEN INVESTMENTS AND THEIR IMPACT ON TOURISM (Azimov O.O.).....	72
MINTAQALAR IQTISODIY RAQOBATBARDOSHLIGIGA TA’SIR ETUVCHI OMILLAR (Kosimov B.A., Kenjayev I.E.) .....	79

## INSON KAPITALINI RIVOJLANTIRISHNING O'ZIGA XOS JIHLTLARI

**Sirojiddinov K.I.**

dotsent, i.f.n.

Namangan davlat universiteti

Namangan, O'zbekiston

<https://orcid.org/0000-0002-7851-5990>

**Tursinbayev Azizbek Nabijon o'g'li**

Iqtisodiyot yo'nalishi talabasi

Namangan davlat universiteti

Namangan, O'zbekiston

azizbektursinbayev5gmail.com

**Annotasiya:** Maqolada inson kapitali haqidagi nazariy qarashlar va uning rivojlanishiga ta'sir etuvchi omillar haqida mulohazalar yuritilgan. Insonning bilim, qobiliyat va salohiyatini o'stirish inson kapitalini rivojlanishiga hamda iqtisodiy o'sish sur'atlarini jadallashuviga olib kelishi haqida.

**Kalit so'zlar:** inson kapitali, yangi innovatsiyalar va texnologiyalar, ta'lim holati, budget xarajatlari va iqtisodiy o'sish

### Kirish

Inson kapitali – kishilarning bilim olishi, tajriba orttirishi o'zidagi qobiliyatlarni rivojlantirishi, sog'ligini mustahkamlashi borasidagi sayi harakatlari yig'indisi sifatida qaraladi. Inson kapitali ta'lim, mashg'ulot ( insonni o'qitish faoliyati), aql-idrok, sog'liq va boshqa shunga o'xshash foydali qobiliyatlarini o'z ichiga oladi.

Hozirgi texnologik davrda, inson kapitali eng qimmatli resurs hisoblanadi. Inson o'z bilimi, tajribasi, qobiliyatlarini hayoti davomida rivojlantirib yoki shakllantirib boradi bu ko'p holatlarda o'z ustida ishlash shug'ullanish bilan bo'lsa, juda kam holatlarda tabiiy talant orqali bo'lishi mumkin. Bilamizki, insonda tabiiy talanti bo'lsa, ularda yangi narsalarni tezda o'rganishiga, muammolarni xal etishga va tanqidiy fikrlash qobiliyatlari borligini qiyin muammolarga yuzlanishganda turli noodatiy qarashlar va yechimlar bilan xal etganida ko'rishimiz mumkin. Lekin, ikkala turdagi insonlar iqtisodiy rivojlanishga o'z hissasini qo'shmay qolmaydi.

Rivojlangan, rivojlanayotgan va qoloq mamlakatlarga e'tibor beradigan bo'lsak, ularni faqatgina bir jihat bilan ajratishimiz mumkin ya'ni inson kapitali. Deyarli har bir mamlakat o'zining tabiiy qazilma boyliklariga ega agar, davlatlar tabiiy boyligi yoki resurslari bilan rivojlanib qolganda hech qanday qoloq davlatlar qolmagan bo'lar edi. Afsuski u yerdagi insonlarning kapitali pastligi tufayli o'zining resurslaridan samarali foydalana olmayotgani yoki ularni qayta ishlab tayyor mahsulot sifatida sota olmayotgani ularning hozirgi holatlariga solib qo'ydi.

Lekin inson kapitali rivojlangan Yaponiyaga qaraydigan bo'lsak, u yerda temir metalining ulushi kam bo'lishiga qaramay, u yiliga 12-13 mlndan ortiq avtomobillar ishlab chiqarib dunyoda birinchi o'rini egallagan.<sup>1</sup>

Hozirgi davrda O'zbekistonda ham tub mohiyatida inson kapitalini rivojlantirish bo'lgan turli qonun loyihlar va strategiyalar qabul qilinmoqda. "O'zbekiston-2030" strategiyasi ham bulardan biri hisoblanadi. Bu stategiyaning asosiy go'yalaridan biri inson kapitali rivojlantirish hisoblanmoqda. Ya'ni, ham aholining ehtiyojlariga ham jahon standartlariga javob bera oladigan ta'lim, sog'liqni saqlash, mana'viy va madaniy sohalarida va sport sohalarida tizimli islohotlarni amalga oshirish shu bilan birgalikda barqaror iqtisodiy o'sishga erish orqali aholining farovonligini ta'minlash kabi vazifalar belgilangan.

### Adabiyotlar sharhi

"Inson kapitali" tushunchasini 1958 – yilda Jeykob Minser birinchi marta o'z asarlarida foydalanishni boshlagan.<sup>2</sup> Gari Bekker 1960-yillardagi iqtisodiy o'sishga qiziqishi ortgani tufayli "inson kapitali" haqidagi ishlarini boshlashiga turtki bo'ldi.<sup>3</sup> 1961-yilda Teodor Shults inson kapitaliga investitsiya qilish kerakligi haqida g'oyalarini o'zining maqola va ishlarida yoritib bergan. Yuqorida aytib o'tilgan olimlar o'zlarining "inson kapitali" nazariyalarida ta'limni mehnat unumdorligini oshirishga hissa qo'shadigan ko'nikmalarga sarmoya sifatida qaraydilar.

### Tadqiqot metodlari

Maqolani yozishda ilmiy bilishning zamonaviy usullari, jumladan qiyosiy, statistik va deduksion tahlillar va sintez usullaridan foydalanilgan.

### Tahlil va natijalar

Inson kapitali uzoq muddatli iqtisodiy o'sishning asosiy omillaridan biri hisoblanadi. Ta'lim, sog'liq saqlash va shug'ullanishiga investitsiya qilish insonlarning mahsuldorligini ko'proq oshirish va o'z navbatida bu iqtisodiyotdagi jami ishlab chiqarilgan mahsulotlarning oshishiga olib keladi. Inson kapitali darajasi yuqori bo'lgan mamlakatlar odatda bir nafar aholi uchun yalpi ichki mahsulot va iqtisodiy o'sish darajasining yuqori bo'lishi bilan ajralib turadi.

### 1-jadval<sup>4</sup>

#### Iqtisodchi olimlar va tashkilotlar tomonidan " Inson kapital"iga berilgan ta'riflari

Mualliflar	Ta'riflar
Gari Bekker	Inson kapitali bu tug'ma qobiliyatlar va olingan bilim va motivatsiyalar to'plami bo'lib, ulardan to'g'ri foydalanish natijasida daromadni oshirishga erishiladi

<sup>1</sup> Yaponiyada yillik avtomobil ishlab chiqarish statistikasi

<sup>2</sup> Jeykob Mincer, 1958. "Inson kapitaliga investitsiyalar va shaxsiy daromadlarni taqsimlash", siyosiy iqtisod jurnali, Chikago Press universiteti, jild.66(4), 281-bet

<sup>3</sup> Weiss Y. Gary Becker. On human capital. Journal of demographic economics. 2015;81(1):27-31. doi:10.1017/dem.2014.4

<sup>4</sup> Iqtisodchi olimlar va mutaxasislarning "Inson kapitali"iga bergan ta'riflari

Teodor Shults	Bilim va ko'nikma kapitalning bir shakli bo'lib, inson kapitaliga investitsiyalar ham iqtisodiy mahsulotning ham ishchilar daromadining oshishiga olib keladi.
Jahon banki banki mutaxassislari	Inson kapitali insonlarning butun umri davomida to'playdigan jamiyatning samarali a'zosi sifatida o'z salohiyatini ro'yobga chiqarish imkonini beruvchi bilim, ko'nikma va salomatlikdan iborat

Bilamizki, inson kapitalining o'sishi albatta ta'lim bilan bog'liq. Agar ta'lim sifatli bo'lsa, bilimli, malakali va qobiliyatli kadrlarni chiqara olish darajasi yuqori bo'ladi. Bunda inson kapitali ya'ni, insonning bilimi, malakasi va ko'nikmasining va uni ishlab chiqarishga tadbir eta olish qobiliyatining rivojlanishi uning daromadlarining o'sishi bilan proporsional ravishda o'sib boradi.

### 2-jadval<sup>5</sup>

#### Inson kapitali indeksi bo'yicha mamlakatlar ro'yxati 2020

Daraja	Mamlakat/mintaqa	Bal (potensial erishilgan foiz)
1	Singapur	0,88
2	Gonkong	0,81
3	Yaponiya	0,80
4	Janubiy Koreya	0,80
5	Kanada	0,80
55	Qozog'iston	0,63
56	Bruney	0,63
57	O'zbekiston	0,63
58	Mavrikiy	0,62
59	Mo'g'uliston	0,61

Jahon banking bergan ma'lumotlariga ko'ra, davlatlarning inson kapitali holatini baholash uchun 1 balli birlikni kiritgan, bunda davlatlarning inson kapitali darajasi 0 va 1 oralig'ida baholanadi. Jahon bankining 2020 yilgi statistik ma'lumotlariga ko'ra, jahon mamlakatlari orasida Singapur 0.88 index bilan eng yuqori inson kapitaliga ega ekanligini ko'rsatib berdi. Ayni shu vaqtda O'zbekistondagi inson kapitali indeksi 0.63 balni ko'rsatdi. Singapur nafaqat inson kapitali bo'yicha balki, so'g'liqni saqlash va ta'lim bo'yicha ham yuqori o'rinlarda turadi. O'zbekistonda ham talim va so'g'liqni saqlash holatlarini yaxshilash uchun yo'naltirilayotgan davlat budgeti xarajatlari yildan yilga ortib borayotganini ko'rishimiz mumkin. 2021-yilgi ma'lumotlarga ko'ra, Singapur Yalpi Ichki mahsulotining 5,57 %, O'zbekiston esa 7,74 % ini so'g'liqni saqlashga sarf etgan.

### 3-jadval<sup>6</sup>

#### Ta'limga davlat xarajatlari, jami (yalpi ichki mahsulotga nisbatan %)

Syerra-Leone	2022	8.8%
--------------	------	------

<sup>5</sup> Jahon Bankining mamlakatlar o'rtasidagi inson kapitali indeksi, 2020-yil.

<sup>6</sup> World bank group. Mamlakatlarning yalpi ishki mahsuloti ulushidagi ta'lim xarajatlari ( foiz ulushida) <https://genderdata.worldbank.org/en/indicator/se-xpd-totl-gd-zs>

Singapur	2022	2.4%
Amerika Qo'shma Shtatlari	2022	5.4%
Urugvay	2022	4.4%
O'zbekiston	2022	5.3%

Jahon bankining bergan ma'lumotlariga ko'ra, davlatlarning inson kapitali holatini baholash uchun 1 balli birlikni kiritgan, bunda davlatlarning inson kapitali darajasi 0 va 1 oralig'ida baholanadi. Jahon bankining 2020 yilgi statistik ma'lumotlariga ko'ra, jahon mamlakatlari orasida Singapur 0.88 index bilan eng yuqori inson kapitaliga ega ekanligini ko'rsatib berdi. Ayni shu vaqtda O'zbekistondagi inson kapitali indeksi 0.63 balni ko'rsatdi. Singapur nafaqat inson kapitali bo'yicha balki, so'g'liqni saqlash va ta'lim bo'yicha ham yuqori o'rinlarda turadi. O'zbekistonda ham talim va so'g'liqni saqlash holatlarini yaxshilash uchun yo'naltirilayotgan davlat budgeti xarajatlari yildan yilga ortib borayotganini ko'rishimiz mumkin. 2021-yilgi ma'lumotlarga ko'ra, Singapur Yalpi Ichki mahsulotining 5,57 %, O'zbekiston esa 7,74 % ini so'g'liqni saqlashga sarf etgan.

#### 4-Jadval<sup>7</sup>

#### Singapur ta'lim tizimini SWOT analizi

Kuchli tomonlari	Kuchsiz tomonlari
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Puxta ixtiqbolli va muvozanatli o'quv dasturi</li> <li>– Yaxshi ta'minlangan maktablar</li> <li>– Jamiyatning kuchli qo'llab-quvvatlashi</li> <li>– Yuqori sifatli o'qituvchilar va maktab liderlari</li> <li>– Samarali tajribalarni baham ko'rish</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Stressli muhit</li> <li>– Tor tajriba yoki bilim</li> <li>– Raqobatli muhit</li> <li>– Til muammolari</li> <li>– Daromadlar tengsizligini o'sishi</li> <li>– O'qishga yuqori darajada bog'liqlik</li> </ul>
Imkoniyatlari	Xatarlari
<ul style="list-style-type: none"> <li>– Dunyo miqyosidagi ta'lim</li> <li>– Yangiliklar va tadqiqotlar</li> <li>– Ko'p madaniyatli muhit</li> <li>– Kompleks rivojlanish:               <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Aqliy va jismoniy rivojlanish</li> <li>2. Ijtimoiy rivojlanish</li> <li>3. Ruhiy va ijodiy rivojlanish</li> </ol> </li> <li>– Kuchli sanoat aloqalari</li> <li>– Chet ellik studentlar uchun keng imkoniyatlar</li> <li>– 2 tillilik va til qobiliyatlari</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>– Yuqori bosim va stress</li> <li>– Yaratuvchanlikka cheklangan e'tibor</li> <li>– Hamma uchun teng bo'lmagan imkoniyatlar</li> <li>– Dunyolashuv yoki ehtiyojlarning o'sishi</li> <li>– O'qituvchi charchog'i</li> <li>– Akademik muvaffaqiyatga ortiqcha urg'u berish</li> </ul>

Singapurning ta'lim tizimida tahsil olayotgan o'quvchilar raqobatli muhitda ko'p vaqtini faqat o'zining sohasi bo'yicha salohiyatini oshirish uchun bilim olishga harakati tufayli dam olish, hordiq chiqarish va qo'shimcha mashg'ulotlarga sarflaydigan vaqtini ham ta'limga sarflagani uchun o'quvchilarda stresslar paydo bo'ladi. Shu bilan birgalikda faqat o'zining sohasi bo'yicha o'qib va o'rgangani uchun o'zining sohasi bo'yicha kuchli bo'lishi mumkin lekin umumiy jihatdan esa, tor tajriba va bilimga ega bo'ladi.

O'zbekistonda ta'lim sohasidagi asosiy prinsiplari e'tiborga molik:

- Ta'lim ustuvorligining tan olinishi
- Ta'lim olish shaklini tanlash erkinligi
- Ta'lim sohasida kamsitishlarga yo'l qo'ymaslik
- Jamiyatda pedagoglarni ijtimoiy himoya qilishning kafolatlangaligi
- Ta'lim tizimining dunyoviy xususiyatga egaligi

<sup>7</sup> Muallif ishlanmasi

- Bilimlilik, qobiliyatlik va is'tedodning rag'batlantirishi
- Ta'lim tizimida davlat va jamoat boshqaruvining uyg'unligi
- Insonning butun hayoti davomida ta'lim olishi
- Ta'limning uzluksizligi va izchilligi
- Ta'lim va tarbiyaga milliy hamda umuminsoniy qadriyatlarining singdirilganligi
- O'quv dasturini tanlashga doir yondashuvning yagonaligi va tabaqalashtirilganligi
- Ta'lim faoliyati sohasidagi ochiqlik va shaffoflik.

O'zbekistondagi "Oliy va O'rta maxsus ta'lim tizimini tubdan takomillashtirish chora-tadbirlari" to'g'risidagi prezident qarori loyihasida qayd etilgan ta'lim muammolari.

Oliy va O'rta maxsus ta'lim tizimida o'qitishni tashkil etish jarayoni, ta'lim berayotgan professor o'qituvchilar tomonidan fan mazmunini yetkazish va ta'lim olayotgan talabalarni o'zlashtirish hamda ularning bilimini to'g'ri baholash tizimi talab darajasida emas. O'quv jarayonini zamonaviy texnologiyalar asosida tashkil etish borasida ta'lim dasturlari mazmuni va ularni yangilab borish sur'atlari bugungi kunda izchil rivojlanayotgan iqtisodiyot tarmoqlari va mehnat bozorining o'zgaruvchan talablariga to'laqonli javob bermaydi.

Professor o'qituvchilarning o'z ustida doimiy ishlamasligi, bilimi, pedagogik ko'nikmasi va mahoratining pastligi, innovatsion ta'lim texnologiyalaridan foydalanmaganligi bitiruvchilarni (ish beruvchi) javob bermasligiga olib keldi. Ta'lim talabalarni qabul qilishni rejalashtirishning maqbul mexnizmlari ishlab chiqilmaganligi mehnat bozori va ta'lim xizmatlari bozorida nomutanosiblik kelib chiqishiga asos bo'ldi.

Ta'lim tizimida dars jarayonlarini yanada mazmunli tashkil etish va pedagog kadrlarni, tahsil olayotgan o'quvchilarni bilim- malakali va olgan bilimni hozirgi raqobatli bozor muhitida foydalanishi uchun, fan mazmunini ochib berishi uchun, ularning tarkibiy sifatini yaxshilash kerak shu bilan birgalikda inson kapitalini oshirish uchun rivojlangan mamlakatlar bilan hamkorlikda malaka oshirish kurslarini yoki ular o'rtasida turli munozaralarni tashkillashtirish kerak. Ularning chet el mamlakatlarida o'qishi, tadqiqot o'tkazishi uchun davlat qo'llab quvvatlovi albatta kerak bo'ladi va ularni nafaqat e'tirof etish balki rag'batlantirish ham muhim chunki insonda yanada o'z qobiliyati va bilimlarini rivojlantirishga nisbatan harakat kuchayadi, ya'ni rag'batlantirilgan inson hech qachon harakatdan to'xtamaydi va ko'plab yangiliklar yaratishga harakat qiladi.

Biz insonlarning ehtiyojlarimiz cheksiz va biz ehtiyojlarimizni pul bilan qoplagan holda talablarimizni qondiramiz va bunda, pul shaklidagi rag'batlar, insonning doimiy harakatda, izlanishda bo'lishi, yangiliklarni yaratishi va ularni real hayotga, ishlab chiqarishga tadbir etishi barcha-barchasi bir-biriga uzviy bog'liqligini ko'rishimiz mumkin. Hamda ularni erkin fikr bildirishi turli xil mintaqaviy muammolarni xalq etishligi uchun hammani bir joyda to'play oladigan online platformalar yaratish va tez-tez ilmiy konferensiyalar qilish va eng asosiysi shuki, har bitta ilmiy darajaga malaka va qobiliyatga ega bo'lgan shaxslarni chetda qoldirmaslik va bularni tashkillashtirish uchun davlatning o'zi bosh islohotchi bo'lishligi kerak.

Xulosa qilib shuni aytishimiz mumkinki, hozirgi taraqqiy etgan va raqobatli bozor muhiti sharoitida insonning bilimi, qobiliyati va malakasini bir so'z bilan aytganda inson kapitalini oshirish eng asosiy vazifalardan biri hisoblanib qolmoqda. Hozirgi raqamli texnologiyalar davrida "suniy ong" tushunchasi paydo bo'ldi. Bu ham aslida inson kapitalining mahsulidan biridir lekin hozirgi davrda ko'plab insonlarda ish o'rinlarini suniy ong tufayli yo'qotib qo'yamiz degan fobiyalar paydo bo'ldi va hozirgi davrgacha muhokamalarga sabab bo'lmoqda. Yuqorida aytib o'tganidek u inson kapitalining mahsuli sanaladi. U inson kapitalining rivojlanishidan to'xtata olmaydi. Inson kapitali rivojlanar ekan insonlar hech qachon yangiliklar qilishdan to'xtamaydi va bu qilayotgan yangiliklari ularga yordamchi va ularning qilayotgan ishlarini samarali bo'lishligiga va hayotlarini yanada faravon bo'lishiga sababchi bo'ladi xolos. Inson kapitalini rivojlantirish uchun investitsiyalarni jalb qilish kerak.

#### **FOYDALANILGAN MANBALAR RO'YXATI:**

1. Theodore W.Schultz Investment in Human Capital The American Economic Review , Vol.51, No.1(Mar.,1961), 1-17. <https://la.utexas.edu/users/hcleaver/330T/350kPEESchultzInvestmentHumanCapital.pdf>
2. Gary S. Becker Investment in human capital: theoretical analysis <https://www.journals.uchicago.edu/doi/abs/10.1086/258724>
3. Jahon banki guruhining Inson kapitali loyihasi haqida <https://www.worldbank.org/en/publication/human-capital/brief/about-hcp>
4. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2017 –2021-yillarda oliy ta'lim tizimini tubdan takomillashtirish bo'yicha chora-tadbirlari <https://lex.uz/mact/-3171590>
5. Qonunchilik palatasi tomonidan 2020- yil 19-mayda qabul qilingan “ta'lim “to'g'risidagi qonunidagi 4-modda. <https://lex.uz/acts/-5013007>
6. “Yaponiya iqtisodiyoti va uning jahon iqtisodiyotida tutgan o'rni” mavzusidagi maqola, <https://docx.uz/document/yaponiya-iqtisodiyoti-va-uning-jahon-iqtisodiyotida-tutgan-o-rni-3aac9a18?lang=ru>
7. Wikipedia Automotive industry in Japan [https://en.wikipedia.org/wiki/Automotive\\_industry\\_in\\_Japan](https://en.wikipedia.org/wiki/Automotive_industry_in_Japan)
8. Gary Becker on Human Capital <https://www.cambridge.org/core/journals/journal-of-demographic-economics/article/abs/gary-becker-on-human-capital/DBB8004970B4D918A2387C5F31843645>
9. Human Capital Theory, Science Direct journali <https://www.sciencedirect.com/topics/economics-econometrics-and-finance/human-capital-theory>
10. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni “O'zbekiston -2030” strategiyasi, <https://lex.uz/ru/docs/-6600413>
11. Fayzulloh Sattoriy. “O'zbekistonda davlat budgeti ta'lim xarajatlari va iqtisodiy o'sishning o'zaro bog'liqligi masalalarining empirik tahlili” ISSN:2181-1784 3(24), Dec., 2023

**SPECIFIC ASPECTS OF HUMAN CAPITAL DEVELOPMENT**

**Sirojiddinov K.I.**

Assoc.prof., PhD.

Namangan State University

Namangan, Uzbekistan

<https://orcid.org/0000-0002-7851-5990>

**Tursinbayev Azizbek Nabijon o'g'li**

graduate student

Namangan State University

Namangan, Uzbekistan

[azizbektursinbayev5gmail.com](mailto:azizbektursinbayev5gmail.com)

**Abstract:** this article discusses theoretical views on human capital and reflections on the factors that influence its development. The cultivation of human knowledge, abilities and potential leads to the development of human capital and the acceleration of economic growth rates.

**Keywords:** human capital, new innovations and technologies, educational status, budget costs and economic growth

## RAQOBATBARDOSH MAHSULOTLAR ISHLAB CHIQRISHNING AHAMIYATI

**Asraqulov Farrux Rustamjon o'g'li**

Namangan Davlat Universiteti

“Yashil iqtisodiyot va barqaror biznes” kafedrasining o'qituvchisi

e-mail: farruxasarqulov94@gmail.com

**Annotatsiya:** Raqobatbardosh mahsulotlar ishlab chiqarish bozor talablarini qondirish va iqtisodiy rivojlanishni ta'minlashda muhim o'rin tutadi. Ushbu maqolada raqobatbardoshlikning mohiyati, ishlab chiqarish jarayonlaridagi muhim omillar, adabiyotlar tahlili, hamda natijalar va muhokama orqali raqobatbardosh mahsulotlar yaratish strategiyalari keng yoritiladi. Shu bilan birga, bozor talablariga mos keladigan mahsulotlarni ishlab chiqarishning iqtisodiyotga ta'siri tahlil qilinadi.

**Kalit so'zlar:** raqobatbardoshlik, mahsulot sifati, ishlab chiqarish jarayoni, innovatsiyalar, bozor talablari, iqtisodiy rivojlanish, tadqiqot metodlari, mahsulot yaratish, eksport strategiyasi.

### Kirish

Bugungi global iqtisodiyotda raqobatbardosh mahsulotlar ishlab chiqarish mamlakatning iqtisodiy yuksalishida muhim rol o'ynaydi. Har bir mamlakatning iqtisodiy rivojlanishi asosan o'z mahsulotlarini ichki va tashqi bozorlarda muvaffaqiyatli sotishga bog'liq. Bozor talablariga mos keladigan, yuqori sifatli va iqtisodiy jihatdan samarali mahsulotlar yaratish esa raqobatbardoshlikning asosiy mezoni hisoblanadi. Ushbu jarayon sifatini oshirish, ishlab chiqarishning texnologik darajasini yangilash va innovatsiyalarni joriy qilish orqali amalga oshiriladi.

O'zbekiston Respublikasi hukumati tomonidan ishlab chiqilgan qator strategik qarorlar, jumladan "2022-2026 yillarda O'zbekiston Respublikasi iqtisodiy rivojlanish strategiyasi" raqobatbardosh mahsulotlarni ishlab chiqarishni rag'batlantirishga yo'naltirilgan. Ushbu strategiyada mahsulotlarning eksport salohiyatini oshirish va iqtisodiy samaradorlikni kuchaytirishga qaratilgan yangiliklar kiritilgan. Ayniqsa, innovatsion texnologiyalarni joriy etish, xalqaro standartlarga javob beradigan mahsulotlar ishlab chiqarish va bozor talablarini chuqur o'rganish jarayonlari alohida e'tiborga olinmoqda.

O'zbekistonning raqobatbardosh mahsulotlar ishlab chiqarish salohiyatini oshirish mamlakat iqtisodiy rivojlanishining muhim yo'nalishlaridan biri hisoblanadi. So'nggi yillarda respublikada amalga oshirilgan islohotlar mamlakatning iqtisodiyotini yanada mustahkamlash va xalqaro bozorlarga chiqishni maqsad qilib qo'ygan. Jumladan, "2022-2026 yillarda O'zbekiston Respublikasi iqtisodiy rivojlanish strategiyasi"da, eksport salohiyatini oshirish va raqobatbardosh mahsulotlar ishlab chiqarish jarayonini texnologik yangilash orqali iqtisodiy o'sish sur'atlarini ta'minlash alohida e'tiborga olingan. Bu strategiya mamlakatni jahon savdo bozorlarida ishonchli ishtirokchi sifatida mustahkamlash maqsadiga qaratilgan.

Shuningdek, raqobatbardosh mahsulotlar ishlab chiqarishda iqtisodiyotni diversifikatsiya qilishning ahamiyati katta. Ushbu jarayon O'zbekistonning texnologik imkoniyatlarini kengaytirib, iqtisodiy o'sishning barqarorligini ta'minlashga yordam beradi. Xususan, qishloq xo'jaligi, to'qimachilik, avtomobilsozlik va kimyo sanoati kabi strategik sohalarda raqobatbardoshlikni oshirishga qaratilgan tadbirlar xalqaro bozorda o'z o'rnini topishga yordam bermoqda.

Shu bilan birga, raqobatbardosh mahsulotlarni yaratish jarayonida nafaqat texnologik innovatsiyalar, balki marketing strategiyalarini ham to'g'ri tashkil etish muhimdir. Bozor talablarini tahlil qilish, iste'molchilarning xatti-harakatlarini tushunish va bozorda raqobatbardosh ustunlikni qo'lga kiritish uchun ilg'or texnologiyalardan foydalanish lozim. Bu esa nafaqat

mahsulotning raqobatbardoshligini oshirishga yordam beradi, balki mamlakatning xalqaro bozorlardagi o‘rnini mustahkamlashda ham muhim rol o‘ynaydi.

### Adabiyotlar tahlili va metodologiya

Raqobatbardosh mahsulotlarni ishlab chiqarish mavzusi bo‘yicha ko‘plab tadqiqotchilar ilmiy izlanishlar olib borishgan. Bu bo‘yicha eng ko‘zga ko‘ringan ishlardan biri Kotler va Keller (2015)ning "Marketing Management" kitobidir. Ular mahsulotlarning raqobatbardoshligini oshirishda marketing strategiyalarining ahamiyatini ta’kidlab, bozor tahlili va iste’molchilar xatti-harakatlarini chuqur o‘rganish zarurligini ko‘rsatadi. Ushbu kitobda mahsulotlarni muvaffaqiyatli sotish va bozorga moslashtirish uchun kerakli bo‘lgan metodlar batafsil tushuntirilgan.

Porter (2008)ning "Competitive Advantage" asarida esa raqobat ustunligini yaratishning asosiy usullari, jumladan qiymat zanjirini takomillashtirish va innovatsion texnologiyalarni kiritish tavsiya etiladi. Bu asar mahsulotni bozorga chiqarish jarayonida qanday ustunlikka erishish mumkinligi haqida aniq yondashuvlar beradi.

Schumpeter (1942)ning tadqiqotlari esa innovatsiyalar va tadbirkorlikni rivojlantirish orqali raqobatbardosh mahsulotlarni yaratish masalalarini qamrab oladi. U o‘z ishida iqtisodiy rivojlanish jarayonida innovatsiyalarning ahamiyati va tadbirkorlikning roli haqida batafsil to‘xtaladi.

Raqobatbardosh mahsulotlar bo‘yicha tadqiqotlar tahlili

1. **Marketing Management**

Mualliflari: Kotler, Keller (2015)

Mavzuga qo‘shgan hissasi: Bozor tahlili va iste’molchi xatti-harakatlari

2. **Competitive Advantage**

Muallifi: Porter (2008)

Mavzuga qo‘shgan hissasi: Raqobatbardosh ustunlik va innovatsiyalar

3. **Innovation and Entrepreneurship**

Muallifi: Schumpeter (1942)

Mavzuga qo‘shgan hissasi: Innovatsiyalar va tadbirkorlikni rivojlantirish

4. **Firm Resources and Sustained Competitive Advantage**

Muallifi: Barney (1991)

Mavzuga qo‘shgan hissasi: Korxonaning resurslari va raqobatbardoshlikni ta’minlash.

Adabiyotlarning tahlili shuni ko‘rsatadiki, raqobatbardoshlikni oshirishda iste’molchilar talabi, texnologik yangiliklar va marketing strategiyalarining ahamiyati katta. Ushbu adabiyotlar raqobat ustunligini yaratish va global bozorda muvaffaqiyat qozonish yo‘llarini aniqlashda muhim rol o‘ynaydi.

### Natijalar va muhokama

Maqolada ko‘rib chiqilgan ilmiy asarlarning natijalari shuni ko‘rsatadiki, mahsulot raqobatbardoshligini oshirishda iste’molchilarning talablarini chuqur o‘rganish va bozor tendensiyalarini kuzatish zarur. Mahsulot yaratish jarayonini innovatsion texnologiyalar bilan boyitish va ishlab chiqarish jarayonini samarali tashkil etish orqali raqobatbardoshlikni oshirish mumkin.

Kotler va Keller (2015) tomonidan ishlab chiqilgan marketing strategiyalari mahsulotlarni bozorga moslashtirish, iste’molchilarning e’tiborini jalb etish va mahsulotning raqobatbardoshligini ta’minlashda muhim vositalardir. Porter (2008)ning tavsiyalariga ko‘ra, yangi texnologiyalarni joriy etish va qiymat zanjirini takomillashtirish mahsulotni xalqaro bozorlarga olib chiqishda samarali bo‘lishi mumkin. Schumpeter (1942) innovatsiyalarning iqtisodiy

rivojlanishdagi o'rnini yoritib, mahsulot ishlab chiqarish jarayoniga zamonaviy yondashuvlar kiritishni tavsiya qiladi.

Bozor talablarining tahlili va ularga moslashuv:

Maqolada bozor talablariga mos mahsulotlar ishlab chiqarish zarurligi ta'kidlangan. Ushbu jihatni yanada kengroq tahlil qilish uchun bozor talablarining dinamikasi va o'zgarishi haqida qo'shimcha ma'lumotlar kiritish mumkin. Masalan, iste'molchilar ehtiyojlari va xohishlarining vaqt o'tishi bilan o'zgarishi, raqobatchilarning faoliyatini doimiy kuzatish zarurati va bozordagi tendensiyalarni chuqur o'rganish orqali kompaniyalar o'z mahsulotlarini moslashtirishlari haqida yozish lozim.

Bunga qo'shimcha ravishda, bozor segmentatsiyasi va maqsadli auditoriyalarni aniqlash bo'yicha strategik metodlar qo'llanilishi mumkinligini kiritish maqolani yanada boyitadi. Masalan, kompaniyalar mahsulotlarini turli demografik guruhlarga moslashtirib, har bir guruhga alohida marketing strategiyalarini ishlab chiqish orqali mahsulotlarini bozorda yanada muvaffaqiyatli sotishi mumkin.

Mahalliy va xalqaro bozorlarda raqobat:

O'zbekiston mahsulotlari xalqaro bozorlarda o'z o'rnini topishda qanday qiyinchiliklarga duch kelishi va bu muammolarni yengish strategiyalarini ham maqolangizda qo'shimcha qilishingiz mumkin. Jumladan, xalqaro bozor talablari, sertifikatlash standartlari, logistika qiyinchiliklari va eksport qiluvchi kompaniyalarning xalqaro savdo maydoniga kirishida duch keladigan muammolarni tahlil qilish o'rinli bo'ladi. Bunday ko'nikmalarni oshirish uchun davlat tomonidan yaratilgan qo'llab-quvvatlash mexanizmlari (masalan, imtiyozli kreditlar, subsidiyalar yoki texnologik modernizatsiya dasturlari) haqida qo'shimcha ma'lumot kiritishingiz mumkin.

Mahsulotlarning innovatsion jihatlari:

Innovatsiyalarni kiritish muhimligi haqida keng tahlil qilingan bo'lsa-da, texnologik o'zgarishlarning zamonaviy sanoatdagi o'rni va ularning iqtisodiy samara berishini yanada kengroq yoritish o'rinli bo'ladi. Ayniqsa, Raqamli texnologiyalar (masalan, sun'iy intellekt, IoT, raqamli platformalar va avtomatlashtirilgan tizimlar) va ular yordamida mahsulotlarning raqobatbardoshligini oshirish jarayonini chuqur yoritish foydali bo'lishi mumkin.

Shuningdek, barqarorlik va ekologik toza texnologiyalarning joriy etilishi va ular orqali xalqaro bozorlarda raqobatbardoshlikni oshirish imkoniyatlari haqida ma'lumot kiritish ham dolzarbdir. Bu jarayon, O'zbekistonning global miqyosda yashil iqtisodiyotga o'tish bo'yicha qilayotgan harakatlari bilan bog'lanishi mumkin. Shu tariqa, barqaror rivojlanish maqsadlariga mos mahsulotlar ishlab chiqarish xalqaro bozorda qo'shimcha ustunlik keltirishi mumkinligi haqida ham yoritish o'rinli.

Innovatsion mahsulotlarni ishlab chiqarishning iqtisodiy ta'siri:

Innovatsion texnologiyalarni joriy etishning mamlakat iqtisodiyotiga ta'siri haqida qo'shimcha ma'lumot kiritish maqolani boyitadi. Xususan, texnologik modernizatsiya va ishlab chiqarish samaradorligini oshirish orqali ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirish va mahsulotlar sifatini oshirish mumkinligi haqida fikr bildirish mumkin. Innovatsion ishlab chiqarish jarayonlari orqali qo'shimcha qiymat yaratish va bu orqali iqtisodiyotga kiritilayotgan investitsiyalarni rag'batlantirish haqida ham yozish kerak.

Shu bilan birga, ta'lim va kadrlar tayyorlash tizimini rivojlantirish orqali texnologik innovatsiyalarni joriy qilishda yetuk mutaxassislarning o'rni va mamlakatning innovatsion mahsulot ishlab chiqarish salohiyatini oshirishga hissa qo'shuvchi dasturlar haqida ma'lumot kiritish ham maqolaga katta qiymat qo'shadi.

Shuningdek, adabiyotlardan olingan tahlillar mahsulotlarning narxi, sifati va bozorga moslashuvi bilan bir qatorda texnologik yangiliklarni o'z ichiga oluvchi strategik yondashuvlar raqobatbardosh ustunlikni ta'minlashda muhim ekanini ko'rsatdi.

## Xulosalar

Raqobatbardosh mahsulotlar ishlab chiqarish zamonaviy iqtisodiyotning asosiy yo‘nalishlaridan biri bo‘lib, mamlakat iqtisodiy rivojlanishining kafolati hisoblanadi. Maqolada raqobatbardoshlikni oshirishda innovatsiyalar va bozor talablariga moslashishning ahamiyati yoritildi. Shuningdek, mahsulot ishlab chiqarishni texnologik yangilanishlar bilan boyitish va iste‘molchilar talablarini o‘rganish orqali mahsulotlarni xalqaro bozorlarga muvaffaqiyatli olib chiqish imkoniyatlari ko‘rib chiqildi.

Ushbu maqoladagi ilmiy tahlillar va metodologiyalar O‘zbekiston iqtisodiyotining barqaror rivojlanishiga va mahsulotlarning raqobatbardoshligini oshirishga katta hissa qo‘shadi. Yangi texnologiyalarni joriy qilish va mahsulotlarni eksport qilishning ahamiyati mamlakatning iqtisodiy o‘sishiga asosiy omil bo‘lib xizmat qiladi.

#### **Foydalanilgan manbalar**

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti. (2022). 2022-2026 yillarda O‘zbekiston Respublikasi iqtisodiy rivojlanish strategiyasi.
2. Kotler, P., Keller, K. L. (2015). Marketing Management. Pearson Education.
3. Porter, M. E. (2008). Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. Free Press.
4. Schumpeter, J. A. (1942). Capitalism, Socialism and Democracy. Harper & Brothers.
5. Barney, J. (1991). Firm Resources and Sustained Competitive Advantage. Journal of Management.
6. Drucker, P. F. (1999). Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles. Routledge.
7. Levitt, T. (1983). The Globalization of Markets. Harvard Business Review

## THE IMPORTANCE OF PRODUCTION OF COMPETITIVE PRODUCTS

**Asraqulov Farrux Rustamjon o'g'li**

Namangan State University

Department of “Yashil iqtisodiyot va barqaror biznes”

e-mail: farruxasarqulov94@gmail.com

**Abstract:** Production of competitive products plays an important role in meeting market demands and ensuring economic development. In this article, the essence of competitiveness, important factors in production processes, literature analysis, and strategies for creating competitive products are covered through results and discussion. At the same time, the impact of the production of products that meet the market requirements on the economy is analyzed.

**Keywords:** competitiveness, product quality, production process, innovation, market requirements, economic development, research methods, product creation, export strategy.

## CHALLENGES IN THE FORMATION OF A COMPETITIVE ENVIRONMENT IN THE SERVICE SECTOR

**Toxirova Gavxaroy Tolibjon qizi**

Lecturer

Namangan State university

Namangan, Uzbekistan

e-mail: gavharoy19111999@gmail.com

**Abstract:** The reforms carried out in our country created the basis for the development of all sectors of the economy, including the service sector. It remains urgent to improve the mechanisms for the development of the service sector based on the internal capabilities of our country. Formation of a competitive environment in the service sector in the context of modernization of the economy and improvement of population welfare is one of the important issues facing the country's economy today. Though, there are still challenges in the formation of creating a competitive in the service sector.

**Keywords:** service, service sector, competition, competitive environment, service industry, challenges

### Introduction

Despite the rapid growth and lure of the service sector, entrepreneurs are well advised to consider the numerous competitive challenges encountered when owning and operating a service business. The unique nature of services (i.e. intangibility, heterogeneity, perishability, simultaneity) serves as a backdrop to accentuate the competitive landscapes in the service sector.

The problems of the economy of the service sector are mainly determined by the factors affecting the sector. The service sector is a unique field of activity, as it can develop well in both developed and developing countries. It is not necessary to spend a lot of resources to provide quality services. Countries can use information technology to create quality products or improve work efficiency. The quality of services is fully determined by four components: financing, labor, business environment and information technology. These components can become the drivers of the service industry, and at the same time they can also identify the main problems.

### Literature review

There are a number of scientific works of domestic and foreign economists dedicated to the development of the service sector. The theoretical foundations and social importance of the service sector were studied by such economists as A. Smith, J.B. Say, D. M. Keynes, Y. Schumpeter, A. V. Chayanov [1], K. A. Raitsky [2], I. A. Zhuravleva [3], A. P. Kiselev [4]. They contributed to the development of the theory of the service industry. Scientists in Uzbekistan conducted a number of scientific researches on this topic. S.S. Gulomov [5], G.H. Kudratov [6], Yo.Abdullayev [7], M.S. Kasimova [8], B.Khodiyev [9], A.Abdullayev [10], D.Suyunov [11], M.Q.Pardayev [12], S.K.Salayev [13], B.A.Abdukarimov [14], G.S. Sevlikyans and E.N. Khadjayev [15] conducted researches that should be highlighted.

### Methods

Modern methods of scientific knowledge, including statistical, comparative analysis, and synthesis methods were used in writing the article.

### Results and discussion

The problems of the economy of the service sector are mainly determined by the factors affecting the sector. The service sector is a unique field of activity, as it can develop well in both developed and developing countries. It is not necessary to spend a lot of resources to provide quality services. Countries can use information technology to create quality products or improve work efficiency. The quality of services is fully determined by four components: financing, labor, business environment and information technology. These components can become the drivers of the service industry, and at the same time they can also identify the main problems.

Due to the inability of economic entities to use information about the availability of resources, the resource base is insufficient. Financial assistance is important for the development of various services in each country.

Depending on the level of development of the markets and the country, the company may obtain additional financing from banking institutions. Most countries in the world do not have fully developed financial markets, so the only way to get financing is through a bank loan or government support. Practice shows that many companies do not have information about current programs for the development of a certain sector of the economy, and therefore do not accept government or bank proposals.

The next problem is the lack of qualified and competent personnel. Employees often do not have experience in the organization of business activities in the service sector, which causes problems in the organization of production and the correct use of enterprise resources. To provide quality service, it is necessary to have a quality education and sufficient knowledge in the field. Access to education determines the future development of the country. The presence of creative and qualified employees who can analyze the situation, develop effective strategies, can develop the economy. In addition, entrepreneurs do not have enough skills to effectively use human resources. This problem is more urgent in developing or less developed countries.

Business environment is the conditions and opportunities of the country or region formed by the state in a certain period of time and sufficient for the creation and development of business entities.

Emphasis on accuracy over time is important because the business environment is a fluid concept that changes over time. The business environment is influenced by various factors, including political, economic, social, environmental and other factors. According to the world competitiveness rating, four main factors influence the formation of the business environment in the region. The first group is formed according to the indicators of the regulatory functions of the state. They include macroeconomic indicators and the activities of state institutions that regulate entrepreneurship at all levels.

Inadequately developed legal framework is one of the serious problems of the services market, which is the lack of a single legal framework for the development and support of business in the service sector. Each country has a list of regulatory legal documents that regulate business activities. Nevertheless, the current legislation is not perfect and currently cannot solve most of the problems. This is, first of all, the inflexibility and imperfection of tax legislation due to the lack of real tax incentives for creating business activities in the service sector. Infrastructure development is important not only in supporting transport, but also in road surfaces.

The second group consists of human factors, which include the general state of health and skills used in business activities.

Markets of goods and services constitute the third group of indicators, which include financial and labor market indicators.

Taking into account the factor of using innovative systems in business, the innovative factor has a significant impact on the formation of state competitiveness.

At the current stage of the development of world information technologies, structural changes are taking place in the global trade system (Lotushkin & Paramanova, 2019). They are one of the important factors of economic development that have a significant impact on the competitiveness of market participants in some countries of the world economy. Development of national exports, capture of high-tech markets, including information, are among the main directions of foreign economic policy of developed countries.

The largest share of the information technology market is held by the IT services segment at 57%, hardware development at 26% and software 17% (Gartner, 2020). Focusing on innovation and IT development is common in all developed countries and some developing countries, including Japan, China, Israel, Provides economic growth in Malaysia and India.

The governments of these countries have become major investors in the field of high technology. All these factors influence the formation of service quality. That is why many services remain out of the consumer's attention due to poor quality. The quality of services is determined by the level of compliance with the demands and expectations of consumers based on competition. It is safe to say that the better the services, the higher the cost of providing them (Schneider & Zielke, 2021). Therefore, many high-quality services are not available to middle and lower-income citizens.

### Conclusion

In Uzbekistan, first of all, it is necessary to eliminate the theoretical assessment of the service sector as a secondary sector that is developing at the expense of material production, which does not correspond to reality. Separation of services and material products is becoming artificial and conditional in many cases, and their opposition is scientifically and practically unfounded.

The use of innovative technologies and the development of access channels create conditions for deepening the specialization of service segments to standardize the service market. The development of the international market is driven by demographic changes, a reduction in life expectancy and birth rates, taking into account the high availability of advanced technologies and labor migration.

Foreign experience also makes sure that there are shortcomings that need to be eliminated in terms of the scientific and technical level of the service sector of Uzbekistan. The development of modern technical tools for small businesses to carry out specific operations in the service sector should become a priority of scientific and technical policy in general, and conversion programs in particular.

### References

1. А.В.Чаянов. О размере семьи и крестьянского домохозяйства. // Вестник статистики. 2011, №7, с. 47.
2. Раицкий К.А. Экономика предприятия. Учебник. - М.: ИВЦ “Маркетинг”. 2019. с. 683.
3. Журавлева И.А. Основные направления развития малого бизнеса в сфере услуг и их экономическое обоснование, Диссертация на соискание ученой степени кандидата экономических наук, Белгород-2015.
4. Киселев А.П. Теория и практика современного бизнеса. – “Либра”, 2005.- с. 246.
5. Фуломов С.С. Тадбиркорлик ва кичик бизнес. – Т.: “Шарк” нашриёт-матбаа акциядорлик компанияси бош тахририяти. 2012.- 365 б.

6. Қудратов Ғ.Ҳ. Сервис ривожини – аҳолининг бандлигини таъминлаш ва фаровонлигини ошириш омили. Рисола. Т.: “Фан ва технология”, 2007. -16 б.
7. Абдуллаев Ё. Хизматлар соҳаси ва тадбиркорлик асослари. 100 савол ва 100 жавоб (1-қисм), Т.- “Меҳнат”, 2010.- 347 б.
8. Қосимова М.С. Сервис соҳасини бошқариш. –Т: “Ўқитувчи”, 2003.- 239 б.
9. Ходиев Б. Бизнес қийматини баҳолаш. Т.: “Иқтисод-молия” 2007.- 254 б.
10. Абдуллаев А. Тадбиркорлик ва хизматларни: ташкил этиш, режалаштириш, бошқариш. – Т: “Фан ва технология”, 2015.- 243 б.,
11. Суюнов Д.Х. Кичик ва ўрта бизнес субъектларида бошқарувни ташкил қилиш ва унинг самарадорлигини ошириш йўналишлари: иқтисод фанлари номзоди илмий даражасини олиш учун ёзилган диссертация автореферати. –Т., ТДИУ, 2004.-23 б.
12. Пардаев М.Қ. Хизматларнинг ижтимоий-иқтисодий табиати ва уни ривожлантиришнинг ўзига хос хусусиятлари (назарий жиҳатлар). Сервис. – Самарқанд, 2009. -№ 1, 37-44 бетлар.
13. Салаев С.К. Кичик бизнес ривожланиш тенденцияларини моделлаштириш ва башоратлаш: иқтисод фанлари доктори илмий даражасини олиш учун ёзилган диссертация автореферати. – Т.: ТДИУ 2008. -49 б.
14. Абдукаримов Б.А. Ички савдо иқтисодиёти. – Т: “Фан ва технология”, 2007.- 386 б.
15. Севлякянц Г.С., Ходжаев Э.Н. Предпринимательство в Республике Узбекистан.-Т.: изд. Народного наследия им. А.Кадыри МГП “Ижод”, 1993. – 159 с.
16. Ожегов С.И. СЛОВАРЬ РУССКОГО ЯЗЫКА. Ок. 57000 слов. Под. Ред.д-ра филол. наук, проф. Н.Ю. Швердовой. – 12-е изд. – М.: Рус. яз., 1978, стр.771.
17. Mackonnel K.R, Bruce L. Economics: Principles, problems and politics. В2 Т.: Пер. С англ. Т. 2.–Таллин, 1993, стр.398.
18. К.И.Сирождинов., Г.Т.Тохирова. Развивающаяся сфера услуг в узбекистане: перспективы развития социально-экономического потенциала туризма. Article. TIU Journal of Digital Economy and Business 2(2) – 2023, стр 5-13. ISSN: 2992-8753
19. Zaidov, Islam Ibragimjonovich. “Economic model of investment activity in uzbekistan and perspective reforms for the future” Scientific and Technical Journal of Namangan Institute of Engineering and Technology 1.3 (2019): 115-119.
20. Заидов, Ислом Ибрагимжонович. “Қишлоқ хўжалик маҳсулотлари бозорида рақобатбардошлиқни ошириш йўллари.” Innovative Development in Educational Activities 2.21 (2023): 36-41.
21. К.И.Сирождинов., Г.Т.Тохирова. Роль женского предпринимательства в экономике Республики Узбекистан. Article. TIU Journal of Digital Economy and Business. 1 – 2023, стр 66-74. ISSN: 2992-8753
22. qizi Toxirova G. T. SERVICE SECTOR: HOW TO FORM A COMPETITIVE ENVIRONMENT //Innovative Development in Educational Activities. – 2023. – Т. 2. – №. 23. – С. 369-382.
23. Soliyev I., Toxirova G. MONOPOLIYANING IQTISODIY TURG’UNLIKKA VA RAQOBATNING FAN-TEXNIKA TARAQQIYOTIGA TA’SIRI //Results of National Scientific Research International Journal. – 2022. – Т. 1. – №. 9. – С. 221-229.

## ПРОБЛЕМЫ ФОРМИРОВАНИЯ КОНКУРЕНТНОЙ СРЕДЫ В СФЕРЕ УСЛУГ

**Тохилова Гавхарой Толибжон кизи**

Преподаватель

Наманганский государственный университет

Наманган, Узбекистан

e-mail: gavharoy19111999@gmail.com

**Аннотация:** Реформы, проведённые в нашей стране, создали основу для развития всех отраслей экономики, в том числе сферы услуг. По-прежнему актуально совершенствование механизмов развития сферы услуг на основе внутренних возможностей нашей страны. Формирование конкурентной среды в сфере услуг в контексте модернизации экономики и повышения благосостояния населения является одним из важных вопросов, стоящих сегодня перед экономикой страны. Однако в формировании конкурентной среды в сфере услуг всё ещё существуют проблемы.

**Ключевые слова:** услуга, сфера услуг, конкуренция, конкурентная среда, индустрия услуг, проблемы

## МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ РАЗРАБОТКИ СИСТЕМНОГО ПОДХОДА В МЕНЕДЖМЕНТЕ

**Ахмедов Рахмонжон Мамаджанович**

к.э.н., доцент

Наманганский государственный университет

e-mail: frodo5969@mail.ru

**Аннотация:** В статье рассматриваются ключевые аспекты системного подхода в менеджменте, представляющего собой концепцию, направленную на управление организацией как сложной системой взаимосвязанных элементов. Автор анализирует основные принципы системного подхода, включая целостность, иерархичность, динамичность и ориентацию на цели. Особое внимание уделяется требованиям к разработке и внедрению данного подхода, которые включают методологические, организационные, технологические и культурные аспекты.

**Ключевые слова:** Системный подход, менеджмент, организационные системы, управление, целостность, иерархичность, динамичность, ориентация на цели, методологические требования, организационные требования, технологические аспекты, корпоративная культура, цифровая трансформация, мотивация персонала, управление ресурсами, бизнес-процессы, SWOT-анализ, BPM, системное моделирование, адаптация к изменениям, устойчивое развитие.

### Введение

Системный подход в менеджменте представляет собой концептуальную основу, направленную на рассмотрение организаций как сложных систем, состоящих из взаимосвязанных элементов. Это позволяет эффективно управлять процессами, ресурсами и людьми, обеспечивая достижение стратегических целей. В данной статье подробно рассмотрены ключевые требования, предъявляемые к разработке системного подхода в менеджменте, включая методологические, организационные и практические аспекты.

### Литературный обзор

Вопросы системного подхода в менеджменте исследованы во многих работах. Например, в исследованиях С.В.Трусовой «Системный подход к совершенствованию менеджмента организации в современных условиях» подчеркивается, что «В динамично меняющихся условиях окружающей среды системный подход приобретает особую важность в бизнесе, менеджменте и других деятельности человека. Правление невозможно без исследования тенденций и возможностей системы»<sup>8</sup>. В работе Грухвиной О.И. Системный подход в менеджменте даёт характеристику системного подхода, как «Системный подход в менеджменте – не набор отдельных практик, а способ целостного

---

<sup>8</sup> Трусова С.В. Системный подход к совершенствованию менеджмента организации в современных условиях / С.В.Трусова, Тракаканова К.Л. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2016. – №12 (116) – С. 1476–1478. – URL: <https://moluch.ru/archive/116/31802/>

восприятия процесса управления, специфический образ мышления. Данный подход является универсальным методом анализа систем, ситуаций и принятия решений в управлении»<sup>9</sup>. В исследованиях Калентьевой Ю.Н. Проблема применения системного подхода и системного анализа в принятии управленческих подчеркивается, что «системный подход и системный анализ являются неотъемлемым элементом в обеспечении эффективности принимаемых управленческих решений»<sup>10</sup>. В этих работах не рассмотрены требования к разработке системного подхода в менеджменте, их принципы, реализация, а также преимущества и недостатки.

### Метод

Для формирования требований к разработке системного подхода в менеджменте автором использован метод контент-анализ, сущность которого заключается в анализе текстов - источников информации. На основе контент-анализа сформулированы следующие основные положения системного подхода. По нашему мнению системный подход должен основываться на следующих основных принципах:

1. **Целостность** – организация рассматривается как единое целое, где изменение одного элемента влияет на функционирование всех остальных.
2. **Иерархичность** – организация представлена в виде системы с несколькими уровнями управления.
3. **Динамичность** – системы в менеджменте изменяются и адаптируются к внешним условиям.
4. **Ориентация на цели** – каждый элемент системы имеет четко определенные задачи, которые способствуют достижению общей цели.

К разработке системного подхода в менеджменте по нашему мнению необходимо предъявлять следующие требования:

Во-первых, методологические требования, так как для успешной разработки системного подхода в менеджменте важно учитывать следующие аспекты: комплексность анализа – управленческие процессы должны изучаться с учетом всех факторов, влияющих на деятельность организации (внутренних и внешних); интеграция дисциплин – системный подход требует объединения знаний из различных областей – экономики, социологии, психологии, технологий; научная обоснованность – все модели и методы, используемые в системном подходе, должны базироваться на теоретических и эмпирических данных.

Во-вторых, организационные требования: четкая структура управления, так как разработка системного подхода требует формализации структуры организации с четким определением ролей, полномочий и зон ответственности; установление связей между элементами – эффективный обмен информацией и координация между подразделениями являются основой для достижения синергетического эффекта; гибкость систем управления,

---

<sup>9</sup> Грухвина О.И. Системный подход в менеджменте. <https://bigenc.ru/c/sistemnyi-podkhod-v-menedzhmente-b362ba>

<sup>10</sup> Калентьева Ю.Н. Проблема применения системного подхода и системного анализа в принятии управленческих решений // Экономика, управление, финансы: материалы IX Международной научной конференции (г. Санкт-Петербург, октябрь 2018 г.). - Санкт-Петербург: Свое издательство, 2018. – С. 44-46. – URL: <https://moluch.ru/conf/econ/archive/310/14531/>

т.е. организационные структуры должны быть адаптивными, чтобы оперативно реагировать на изменения внешней среды.

В-третьих, технологические требования: использование IT-инструментов – современные менеджмент-системы требуют внедрения информационных технологий для автоматизации процессов, анализа данных и мониторинга показателей; моделирование процессов – для прогнозирования и контроля необходимо разработать модели, описывающие поведение системы в различных условиях; цифровая трансформация – Внедрение цифровых технологий помогает повысить прозрачность процессов и улучшить управление ресурсами.

В-четвёртых, психологические и культурные требования: учет человеческого фактора, т.е. менеджмент должен опираться на принципы мотивации, вовлеченности и развития персонала; формирование корпоративной культуры – ценности и нормы организации должны способствовать системному мышлению среди сотрудников; обучение и развитие персонала – постоянное повышение квалификации управленческих кадров играет ключевую роль в реализации системного подхода.

### Результаты и анализ

Основные результаты исследования можно сгруппировать на следующие:

1. **Интеграция элементов системного подхода:** Применение системного подхода позволяет объединить ключевые компоненты дорожного хозяйства: планирование, проектирование, строительство, эксплуатацию и управление ресурсами. Исследование показало, что структурная взаимосвязь между этими элементами способствует:

- Уменьшению временных затрат на принятие решений.
- Повышению качества дорожного покрытия через применение цифровых технологий мониторинга.

– Рационализации бюджетных расходов.

2. **Разработка методологии управления с использованием системного анализа:** Использование системного анализа выявило наиболее уязвимые места в текущей модели управления дорожным хозяйством, включая:

- Низкий уровень автоматизации.
- Фрагментированность данных между учреждениями.
- Ограниченные возможности долгосрочного прогнозирования. Предложенная методология фокусируется на создании единой цифровой экосистемы управления, что позволяет эффективно прогнозировать и предотвращать проблемы.

3. **Экономический эффект от внедрения системного подхода.** В рамках проведенного анализа было выявлено, что:

- Увеличение срока службы дорожных покрытий благодаря своевременному ремонту снижает эксплуатационные расходы на 15-20%.
- Оптимизация логистических маршрутов на основе интеллектуальных систем управления дорожным движением повышает экономическую активность в регионе.
- Инвестиции в развитие цифровых технологий окупаются в течение 3-5 лет за счет сокращения потерь от аварий и заторов.

4. **Экологические и социальные преимущества.** Внедрение системного подхода способствует улучшению экологической ситуации за счет сокращения выбросов CO<sub>2</sub> через:

- Создание оптимизированных транспортных коридоров.

- Применение технологий вторичной переработки материалов в строительстве дорог.  
Социальные аспекты включают повышение безопасности дорожного движения и доступности инфраструктуры для граждан.

На основании проведенного анализа можно заключить, что применение системного подхода в менеджменте дорожного хозяйства не только повышает эффективность и экономичность управления, но и обеспечивает устойчивое развитие отрасли. Основываясь на данных, полученных в ходе исследования, рекомендуется:

- Активно развивать цифровизации процессов управления.
- Создавать научно обоснованные методики прогнозирования потребностей дорожной инфраструктуры.
- Интегрировать системный подход в государственные программы развития транспортной сети.

Этот анализ может служить основой для дальнейших исследований и разработки практических рекомендаций по совершенствованию менеджмента в дорожном хозяйстве.

Практическая реализация разработанного системного подхода состоит из этапов внедрения, которые охватывает: диагностику текущей системы, т.е. анализ структуры, процессов и ресурсов организации – разработку стратегии, т.е. постановка целей, определение ключевых элементов системы и их взаимосвязей; внедрение изменений – реализация новых подходов, организационных схем и технологий, оценка эффективности – мониторинг результатов и коррекция действий, а также инструментов и методов, называемых SWOT-анализ, который помогает выявить сильные и слабые стороны организации, а также возможности и угрозы внешней среды; методология BPM (Business Process Management), обеспечивающий управление бизнес-процессами в рамках системы; системное моделирование, используемые для построения и анализа динамических моделей.

### Выводы

1. Системный подход в менеджменте имеет как преимущества, так и недостатки. К преимуществам можно отнести повышение согласованности действий внутри организации, улучшение управления ресурсами и процессов, а также способность адаптироваться к изменениям внешней среды. Недостатки системного подхода в менеджменте это сложность внедрения в крупных организациях, необходимость высококвалифицированных кадров, а также высокая стоимость разработки и реализации системного подхода в менеджменте.

2. Системный подход в менеджменте является неотъемлемым элементом современного управления. Его успешное внедрение требует соблюдения целого ряда требований, начиная от методологического анализа и заканчивая развитием корпоративной культуры. Организации, применяющие данный подход, получают конкурентное преимущество, обеспечивая устойчивое развитие и достижение стратегических целей.

### Список источников

1. Трусова С.В. Системный подход к совершенствованию менеджмента организации в современных условиях / С.В.Трусова, Тракаканова К.Л. – Текст: непосредственный // Молодой ученый. – 2016. – №12 (116) – С. 1476–1478.
2. Грухвина О.И. Системный подход в менеджменте. 17 октября 2023 г. в 12:12 (GMT+3).
3. Калентьева Ю.Н. Проблема применения системного подхода и системного анализа в принятии управленческих решений / Ю.Н. Калентьева. – Текст:

непосредственный // - Экономика, управление, финансы: материалы IX Международной научной конференции (г. Санкт-Петербург, октябрь 2018 г.). - Санкт-Петербург: Свое издательство, 2018. – С. 44-46.

**METHODOLOGICAL BASIS FOR THE DEVELOPMENT OF A SYSTEM  
APPROACH IN MANAGEMENT**

**Akhmedov Rakhmonjon Mamajanovich**

Candidate of Economic Sciences, Associate Professor

Namangan State University

Namangan, Uzbekistan

**e-mail:** frodo5969@mail.ru

**Abstract:** The article discusses the key aspects of the systems approach to management, which is a concept aimed at managing an organization as a complex system of interconnected elements. The author analyzes the basic principles of the systems approach, including integrity, hierarchy, dynamism and goal orientation. When developing and implementing this approach, special attention is paid to requirements that include methodological, organizational, technological and cultural aspects.

**Keywords:** System approach, management, organizational systems, management, integrity, hierarchy, dynamism, goal orientation, methodological requirements, organizational requirements, technological aspects, corporate culture, digital transformation, personnel motivation, resource management, business processes, SWOT- analysis, BPM, system modeling, adaptation to change, sustainable development.

## YARATUVCHANLIK VA IQTISODIYOT O'RTASIDAGI YANGI ALOQALAR

**Turaxanov Oybek Davlataliyevich**

Namangan Davlat Universiteti

“Yashil iqtisodiyot va barqaror biznes” kafedrası o‘qituvchisi

e-mail: menejeroybek1506@gmail.com

**Annotatsiya:** Makolada, iqtisodiyotning shakllanishi va rivojlanishida yaratuvchanlikning roli tahlil qilinadi. Yaratuvchanlik faqat san'at va madaniyat sohalariga tegishli emas, balki texnologiya, ilm-fan, biznes va moliya sohalarida ham iqtisodiy jarayonlarning rivojlanishiga katta ta'sir ko'rsatadi. Yaratuvchanlikning iqtisodiy o'sish va raqobatbardoshlikni oshirishdagi roli muhimdir. Innovatsion g'oyalar va yangi mahsulotlarni ishlab chiqish iqtisodiy natijalarni yaxshilash, yangi ish o'rinlari yaratish va global bozorlar bilan integratsiyani kuchaytirishga yordam beradi. Shuningdek, raqamli iqtisodiyot, startaplar va "yaratish iqtisodiyoti" (creative economy) kabi kontseptsiyalar yaratuvchanlikni iqtisodiy tizimning ajralmas qismi sifatida qabul qilishni talab qilmoqda.

**Kalit so'zlar:** kreativlik, kreativ industriya, kreativ iqtisodiyot, kreativ industriya subyektlari.

*“Resurslar tugaydi, g'oyalar esa yo'q” iqtisodchi Pol Romer.*

Rivojlangan mamlakatlarda olib borilgan uzoq yillik tadqiqotlar shuni ko'rsatdiki, ijodiy korxonalar an'anaviy ish o'rinlariga nisbatan ikki barobar ko'p ish o'rinlarini yaratadi. Avtomatlashtirilgan ishlarga qaramay, robotlar kishilarning o'mini bosganda, ijodiy sohalar insonga muhtoj. Ma'lum bo'lishicha, bu juda barqaror ish ekan. Hozirgi globallashuv sharoiti, istaymizmi yo'qmi, bizning ishlash va yashash tarzimizni o'zgartirmoqda.

O'zbekiston Respublikasining Prezidenti Sh.Mirziyoyev tomonidan 2024-yil 3-oktabrda Kreativ iqtisodiyot to'g'risidagi O'RQ-970-son qonuni qabul qilindi. Unga ko'ra, kreativ iqtisodiyotni qo'llab-quvvatlash, rivojlantirish va ushbu sohadagi munosabatlarni tartibga solish qonunning maqsadi hisoblanadi.

Qonunda Kreativ industriya sohalaridagi faoliyat yo'nalishlari quyidagilarni o'z ichiga olishi belgilangan<sup>11</sup>:

- adabiy ijodni;
- amaliy san'at va hunarmandchilikni;
- arxitektura, loyihalashtirish va urbanistikani;
- audiovizual san'atni;
- ijrochilik san'atini;
- konsert-tomosha faoliyatini va ommaviy-madaniy tadbirlarni tashkil etishni;
- moda va dizayn san'atini;
- muzeylar, badiiy galereyalar (ko'rgazmalar), axborot-kutubxona faoliyatini;
- nashriyot va matbaa sohasidagi ijodiy faoliyatni;
- ommaviy axborot vositalari sohasidagi va Internet jahon axborot tarmog'i orqali uzatish yo'li bilan amalga oshiriladigan ijodiy faoliyatni;
- prodyuserlik faoliyatini;

---

<sup>11</sup> O'zbekiston Respublikasining Prezidenti Sh.Mirziyoyev tomonidan 2024-yil 3-oktabrda Kreativ iqtisodiyot to'g'risidagi O'RQ-970-son qonuni. 10-modda. Kreativ industriya sohaları.

- raqamli texnologiyalar sohasidagi ijodiy faoliyatni;
- reklama sohasidagi ijodiy faoliyatni;
- sanʼat ashyolari va madaniy meros obyektlarini asrashga doir faoliyatni;
- tasviriy sanʼatni.

Yuqorida sanab oʻtilgan sohalar Oʻzbekistonda ham oxirgi yillarda sezilarli darajada rivojlandi va ushbu soha vakillarini qoʻllab-quvvatlash boʻyicha davlat tomonidan doimiy ravishda zarur chora-tadbirlar amalga oshirib kelinmoqda.

Kreativ industriya sohalarida fuqarolarning oʻz ijodiy va intellektual salohiyatini namoyon etishi uchun zarur shart-sharoitlar yaratish kreativ iqtisodiyot sohasidagi davlat siyosatining asosiy yoʻnalishlaridan biri hisoblanadi.

Bundan avval ham mamlakatimizning maʼnaviy-maʼrifiy saviyasini yuksaltirish va madaniyat va sanʼat muassasalarini moddiy-tehnika bazasini mustahkamlash, soha vakillarini qoʻllab-quvvatlash boʻyicha kompleks chora-tadbirlarni amalga oshirish maqsadida Prezidentimiz tomonidan 2018-yil 28-noyabrda qabul qilingan PQ-4038 sonli prezident qarorida xamda Oʻzbekiston ijodkorlarini qoʻllab quvvatlash, “Ilhom” jamoat fondini tashlik etish (Prezidentning 9.08.2017-yildagi PQ-3184-sonli qarori), Oʻzbekiston Respublikasi Madaniyat vazirligi xuzurida Madaniyat va sanʼatni rivojlantirish jamgʻarmasini tashkil etish (Prezidentning 16.10.2017-yildagi PQ-3325-sonli qarori), Oʻzbekiston kompozitorlari va batakori uyushmasini tashkilot etish (Prezidentning 15.08.2017-yildagi PQ-3212-sonli qarori), Oʻzbekiston sanʼat va madaniyat institutining Fargʻona mintaqaviy filialini tashkil etish (16.08.2017-yildagi PQ-3218-son qarori) mamlakatimizda milliy madaniyat va sanʼatni yanada rivojlantirishning maqsadi, vazifalari, tamoillari, shuningdek ustivor yoʻnalishlarini belgilaydi.

Taʼkidlanishicha, dunyoda madaniy va ijodiy sanoat yiliga taxminan 2,3 trillion dollar daromad keltiradi. Bu global yalpi ichki mahsulotning qariyb 3,1 foiziga teng. 2030-yilga borib mazkur koʻrsatkich 10 foizga oʻsishi kutilmoqda<sup>12</sup>.

Ijodiy iqtisodiyotning dunyo iqtisodiyotidagi ulushi jadal oʻsishda davom etyapti. Oʻzbekiston uchun ham ijodiy iqtisodiyot juda muhim hisoblanadi. Har qanday sohani qoʻllab-quvvatlash va rivojlantirishda uning infratuzilmasi, yaʼni iqtisodiy, ijtimoiy, madaniy va raqamli resurslarning kompleks majmuasi muhim oʻrin tutadi. Kreativ iqtisodiyot infratuzilmasiga kreativ industriya parklari, kreativ industriya klasterlari, art-rezidensiyalari, markazlari, innovatsion uskunalar va texnologiyalar, raqamli dasturlar va platformalar shaklida hamda boshqa shakllarda boʻlishi mumkin. Ushbu sohalarni rivojlantirish va qoʻllab-quvvatlash iqtisodiyotda oʻz natijasini koʻrsatadi.

Kreativ iqtisodiyot bandlikni oshiradi, innovatsiyalarni ragʻbatlantiradi va milliy iqtisodiyotga sezilarli hissa qoʻshadi. Madaniy va ijodiy sohalar oʻziga xos “yumshoq kuch”ni ifodalaydi: ular ichki bozorga iqtisodiy daromad keltirishi bilan bir qatorda, tashqi bozorlarda mamlakatning madaniy merosini targʻib qiladi. Azaldan ijodkor xalq va bugun dunyoga ochilayotgan mamlakat sifatida namoyon boʻlmoqda. Iqtisodiyotning bilim va innovatsiyalarga asoslangan kreativ modeli esa jahonda barqarorlikning eng muhim faktorlaridan biriga aylanmoqda. Masalan, G20 davlatlarida 2030-yilgacha ijodiy iqtisodiyot 40 foizga oʻsishi mumkin. BMT tashkiloti hisob-kitoblariga koʻra, global kreativ iqtisodiyot 15 milliarddan ortiq ish oʻrni yaratadi<sup>13</sup>. Ularning koʻpchiligi ayollar va yoshlarni qamrab oladi. Budan koʻrinib turibdiki

<sup>12</sup> IV Jahon kreativ iqtisodiyot konferensiyasi maʼlumotlaridan, 2024-yil oktabri Toshkentda.

<sup>13</sup> “Yangi Oʻzbekiston” Gazetasi Iroda Toshmatova. 2 Oktabr 2024 yil.

mamlakatimizda yoshlar va xotin-qizlarni ish bilan ta'minlash hamda ijodiy rivojlanish sari ulkan imkoniyatdir. Bugungi kunda Respublikamizning ijodiy segmentda salohiyat va davlatning qo'llab-quvvatlovi juda yuqori. Kreativ ijodkorlik iqtisodiyotning yangi, shu bilan birga, kelajak yo'nalishidir. BMTning savdo va rivojlanish konferensiyasi (UNCTAD) ma'lumotlariga ko'ra, madaniy va kreativ sohada dunyodagi ish bilan band aholining 6,2 foizi ushbu sohaga to'g'ri kelayotgani buning yaqqol misolidir.

Xalqaro tajribaga nazar tashlasak, bugungi kunda kreativ iqtisodiyotni rivojlantirish bo'yicha qonunlarni qabul qilgan davlatlar sohada sezilarli yutuqlarga erishmoqda. Masalan, Janubiy Koreyada 2010-yilda "Madaniy industriyalarni rivojlantirish to'g'risida"gi qonun qabul qilingan. Hozirda kreativ iqtisodiyot mamlakat YAIMning 6,5 foizini tashkil etadi. Indoneziyada 2019-yilda "Kreativ iqtisodiyot to'g'risida"gi qonun qabul qilingan. Natijada kreativ iqtisodiyotning mamlakat YAIMidagi ulushi 7 foizga yetgan. Buyuk Britaniya esa kreativ iqtisodiyot sohasida yetakchi mamlakatlardan biri sanaladi. Bu yerda 2035-yilgacha innovatsiyalar strategiyasi qabul qilingan bo'lib, hozirda kreativ industriyalarda 2,1 million kishi faoliyat yuritmoqda. Sohaning YAIMdagi ulushi 5,8 foizni tashkil etadi<sup>14</sup>.

Aytish joyizki, O'zbekiston iqtisodiyotida ham kreativ iqtisodiyotning ulushi katta miqdorni tashkil qilmasada, lekin tez sur'atlar bilan o'sib bormoqda. 2022-yil yakuniga ko'ra, mamlakatda kreativ iqtisodiyot sohasida 150 mingdan ortiq kishi band bo'lib, bu rasmiy iqtisodiyotda band bo'lganlarning 1,1 foizini tashkil etgan. Shuningdek, kreativ iqtisodiyotda band bo'lganlar daromadlari umumiy daromadlarning 15 foizidan ortig'ini (6,7 trillion so'mni) tashkil etadi. 2023-yilda ushbu soha yirik biznes subyektlarining qo'llab-quvvatlashi bilan yanada kuchaydi. Davlat tomonidan ijodiy texnologiyalar va innovatsiyalarni rivojlantirish uchun qo'llanma sifatida qabul qilingan yangi qonunlar va dasturlar ushbu o'sishga hissa qo'shdi. Bu raqamlar kreativ iqtisodiyotning O'zbekiston uchun katta salohiyatga ega ekanligini ko'rsatadi. 2024-yilda O'zbekiston kreativ iqtisodiyotni mamlakat yalpi ichki mahsulotining taxminan 5 foizigacha ortishi kutilmoqda. Bu o'sishda kreativ iqtisodiyotning Sun'iy intellekt va raqamli texnologiyalar ham asosiy o'rin tutmoqda.

Raqamli texnologiyalar va sun'iy intellekt iqtisodiy jarayonlarga yangi o'lcham qo'shmoqda. Texnologiyalar nafaqat ijodkorlik jarayonini yengillashtiradi, balki ijodiy mahsulotlar va xizmatlarning yangi shakllarini ishlab chiqish imkonini beradi. Masalan, madaniy kontentni sun'iy intellekt orqali tarqatish nafaqat ijodiy jarayonlarni tezlashtiradi, balki undan turli sohalar ham foyda ko'radi.

Bundan tashqari, Barqaror va inklyuziv rivojlanish omili sifatida Kreativ iqtisodiyotning yana bir ahamiyatli jihati shundaki, u inklyuziv va barqaror rivojlanishga hissa qo'shadi. Madaniy sohalar ko'pincha mahalliy resurslardan foydalanadi, bu esa ekologik barqarorlikka xizmat qiladi. Bundan tashqari, ijodiy iqtisodiyot ijtimoiy tenglikni qo'llab-quvvatlab, turli etnik guruhlarni birlashtiradi va madaniy almashinuvni kuchaytiradi. Bundan ko'rinib turibdiki yoshlarda kreativlikni rivojlantirish muhim o'rin tutadi.

Kreativlik (*lot., ing. "create" - yaratish, "creative" - yaratuvchi, ijodkor*) - individning yangi g'oyalarni ishlab chiqarishga tayyorlikni tavsiflovchi va mustaqil omil sifatida iqtidorlilikning tarkibiga kiruvchi ijodiy qobiliyat.

Kreativ fikrlash, asosan, bu ikki narsaga bog'liq – tanqidiy fikrlash va ijodkorlik. Tanqidiy fikrlash aniq va oqilona fikrlashdir. Bu aniq va muntazam ravishda fikrlashni, boshqa narsalar qatorida mantiq va ilmiy fikrlash qoidalariga rioya qilishni o'z ichiga oladi. Ijodga kelsak, bu yangi va foydali g'oyalarni taklif qilish, muqobil imkoniyatlarni yaratishdir.

Ijodiy fikrlovchi bu - quyidagilarni bajarishga qodir bo'lgan kishidir:

---

<sup>14</sup> Xalqaro va milliy tajriba: muhim jihatlar va ko'rsatkichlar. Samandar Ismoilov, Oliy Majlis Qonunchilik palatasi huzuridagi Parlament tadqiqotlari instituti Bosh ilmiy xodimi: 05.10.2024. <https://parliament.gov.uz>

- fikrlar orasidagi mantiqiy aloqalarni tushunish;
- fikrlarni qisqacha va aniq shakllantirish;
- argumentlarni aniqlash, tahlil qilish va baholash;
- qarorning ijobiy va salbiy tomonlarini baholash;
- gipotezaga qarshi dalillarni baholash;
- fikrlashda nomuvofiqliklar va keng tarqalgan xatolarni aniqlash;
- muammolarni muntazam ravishda tahlil qilish;
- g`oyalarning dolzarbligi va ahamiyatini aniqlash;
- o`zining e`tiqodi va qadriyatlarini isbotlash;
- o`zining fikrlash qobiliyatini aks ettirish va baholash.

Kreativ fikrlash jarayonida tasavvur muhim rol o'ynaydi. *Albert Eynshteyn «Tasavvur bilimdan muhim»*<sup>15</sup> deganida aynan shu jihatini nazarda tutgan. Ko`pincha noodatiy fikrlar, yechimlar kutilmaganda inson hayoliga keladi. Buning uchun avvalo inson fikrlash jarayonidagi bir xillikka barham berishi lozim.

Ma'lumki bugungi kunda kreativ ta'lim hamda kreativ fikrlash orqali iqtisodiy-ijtimoiy muammolarni qisman hal etish k`ozda tutilganligi bilishimiz mumkin. Kreativlik va iqtisodiyot birlashtirib provardida juda ko`p yutuqlarga erishsak bo`ladi. Davlat tomonidan esa kreativ iqtisodiyotni qo`llab-quvvatlashning quyidagi yo`nalishlarini ko`rishimiz mumkin.

Davlat kreativ iqtisodiyotni rivojlantirishni hamda kreativ industriya sohalarida qulay investitsiyaviy va ishbilarmonlik muhiti yaratilishini har tomonlama qo`llab-quvvatlaydi.

Kreativ iqtisodiyotni davlat tomonidan qo`llab-quvvatlash quyidagi choralarni o`z ichiga oladi:

- kreativ industriya subyektlari uchun soliq qonunchiligida nazarda tutilgan tartibda imtiyozlar berishni;
- davlat subsidiyalari, davlat grantlari va davlat ijtimoiy buyurtmalari tizimi orqali moliyaviy jihatdan qo`llab-quvvatlashni;
- infratuzilmadan va davlat mulkidan foydalanishda imtiyozlar berishni;
- kreativ industriya subyektlarini axborot bilan ta'minlashni;
- kreativ industriya subyektlarining mol-mulkini himoya qilishni, intellectual mulk obyektlarini ro`yxatdan o`tkazishni, intellektual mulk sohasiga oid tartib-taomillarni soddalashtirishni.

Davlat tomonidan qo`llab-quvvatlash choralari ko`rish tartibi qonunchilik bilan belgilanadi. Davlat kreativ industriya subyektlariga soliqlar hamda boshqa to`lovlar va tariflar bo`yicha imtiyozlar va preferensiyalar berishi mumkin.

Kreativ iqtisodiyot sohasidagi ta'limni qo`llab-quvvatlash quyidagi shakllarda amalga oshiriladi<sup>16</sup>:

- kreativ industriya sohalaridagi kadrlarni tayyorlashga, qayta tayyorlashga va ularning malakasini oshirishga doir davlat ta'lim standartlarini hamda ta'lim dasturlarini takomillashtirish;
- kreativ industriya sohalaridagi ta'lim tashkilotlari faoliyatini qo`llab-quvvatlash;
- kreativ industriya sohalarida dual ta'limni qo`llab-quvvatlash, shu jumladan nazariy bilimlar va amaliy ko`nikmalarning uzviy bog`liqligini ta'minlash;

<sup>15</sup> Oriental Renaissance: Innovative, educational, natural and social sciences. Savod o`rgatish jarayonida o`quvchilarni eraklar orqali kreativ fikrlashga o`rgatish. Jurnal. 1 . www.oriens.uz. May 2021. Maftuna Ziyaqulova Shuxratovna

<sup>16</sup> O`zbekiston Respublikasining Prezidenti Sh.Mirziyoyev tomonidan 2024-yil 3-oktabrda Kreativ iqtisodiyot to`g`risidagi O`RQ-970-son qonuni. 4-bob. Kreativ iqtisodiyotni davlat tomonidan qo`llab-quvvatlash. 20-modda.

- yetakchi xalqaro ta’lim tashkilotlari bilan birgalikda sohaga oid ixtisoslashtirilgan qo‘shimcha ta’lim dasturlarini yaratish;
- o‘quv-uslubiy, ilmiy va amaliy adabiyotlarni yaratish.

Kreativ iqtisodiyot sohasidagi ta’limni ko‘llab-quvvatlash qonunchilikda nazarda tutilgan boshqa shakllarda ham amalga oshirilishi mumkin.

### Xulosa va takliflar

Xulosa o‘rnida, mamlakatimiz aholisining 60 foizini yoshlar tashkil etishini inobatga olsak, kreativ iqtisodiyot yoshlar uchun yangi ish o‘rinlari yaratish va ularning ijodiy salohiyatini ro‘yobga chiqarish imkoniyatini beradi.

Mahalliy ijodkorlarga platformalar yaratish: Mahalliy ijodkorlarga o‘z mahsulotlarini ko‘rsatish va sotish uchun onlayn va oflayn platformalar yaratish. Misol uchun, kreativ yarmarkalar, onlayn do‘konlar, ko‘rgazmalar tashkil qilish orqali ichki bozorda kreativ mahsulotlarga qiziqishni oshirishga erishish mumkin.

Statistika va tadqiqot markazlari tashkil etish: Kreativ iqtisodiyotning rivojlanishi va samaradorligini baholash uchun maxsus statistik ma’lumotlar bazasini yaratish, ilmiy tadqiqot markazlari tashkil qilish. Bu rivojlanish tendensiyalarini tahlil qilishga va siyosiy qarorlar qabul qilishda yordam beradi.

Ta’lim va malaka oshirish dasturlari: Kreativ iqtisodiyot sohasida kadrlar tayyorlash uchun maxsus ta’lim dasturlarini rivojlantirish. Oliy ta’lim muassasalarida, o‘rta maxsus ta’lim muassasalarida ijodiy sohalar bo‘yicha o‘quv dasturlarini kengaytirish va malaka oshirish kurslarini tashkil etish. Bular esa “Kreativ iqtisodiyot to‘g‘risida” gi qonun amaliyotini yanada kuchaytirishga va samaradorligini oshirishga yordam berishi hamda kreativ industriya subyektlarini rivojlantirishga olib keladi. O‘z o‘rnida yaratuvchanlik va iqtisodiyot o‘rtasidagi yangi aloqalar yangi mustaxkam bo‘lishini ta’minlaydi.

### Manbalar ro‘yxati

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.Mirziyoyev tomonidan 2024-yil 3-oktabrda qabul qilingan “Kreativ iqtisodiyot to‘g‘risida” gi O‘RQ-970-son qonuni.
2. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.Mirziyoyev tomonidan qabul qilingan 2017-yil 9-avgustdagi “O‘zbekiston ijodkorlarini qo‘llab quvvatlash, “Ilhom” jamoat fondini tashlik etish to‘g‘risidagi PQ-3184-sonli qarori.
3. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.Mirziyoyev tomonidan qabul qilingan 2017-yil 16-oktabrdagi O‘zbekiston Respublikasi Madaniyat vazirligi xuzurida Madaniyat va san’atni rivojlantirish jamg‘armasini tashkil etish to‘g‘risidagi PQ-3325-sonli qarori.
4. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.Mirziyoyev tomonidan qabul qilingan 15.08.2017-yil 15-avgustdagi “O‘zbekiston kompozitorlari va batakori uyushmasini tashkilotish to‘g‘risidagi” PQ-3212-sonli qarori.
5. IV Jahon kreativ iqtisodiyot konferensiyasi ma’lumotlaridan, 2024-yil oktabri Toshkentda.
6. Iroda Toshmatova. “Yangi O‘zbekiston” Gazetasi 2 Oktabr 2024 yil.
7. Samandar Ismoilov, Xalqaro va milliy tajriba: muhim jihatlar va ko‘rsatkichlar. Oliy Majlis Qonunchilik palatasi huzuridagi Parlament tadqiqotlari instituti Bosh ilmiy xodimi: 05.10.2024.
8. Maftuna Ziyaqulova Shuxratovna. Oriental Renaissance: Innovative, educational, natural and social sciences. Savod o‘rgatish jarayonida o‘quvchilarni ertaklar orqali kreativ fikrlashga o‘rgatish. Jurnal. 1 . www.oriens.uz. May 2021.

9. <https://parliament.gov.uz>
10. [www.lex.uz](http://www.lex.uz)
11. [www.ziyonet.uz](http://www.ziyonet.uz)
12. [www.edu.uz](http://www.edu.uz)
13. [www.pedagog.u](http://www.pedagog.u)

## A NEXUS BETWEEN CREATIVITY AND ECONOMY

**Turaxanov Oybek Davlataliyevich**  
Namangan state university  
Department of Green Economy  
e-mail: menejeroybek1506@gmail.com

**Annotation:** The article analyzes the role of creativity in the formation and development of the economy. Creativity is not only related to the fields of art and culture, but also has a great impact on the development of economic processes in the fields of technology, science, business and finance. The role of creativity in economic growth and competitiveness is important. The development of innovative ideas and new products helps to improve economic performance, create new jobs and strengthen integration with global markets. Also, concepts such as the digital economy, startups, and the "creative economy" require creativity to be accepted as an integral part of the economic system.

**Keywords:** subjects of creativity, creative industry, creative economy, creative industry.

## RAQAMLI IQTISODIYOTDA HUNARMANDCHILIK MAHSULOTLARINING BRENDLASH STRATEGIYALARI

**Aziza Farmonovna Ergasheva**

tayanch doktoranti

Buxoro davlat universiteti

Buxoro, O‘zbekiston

ORCID: 0000-0003-1804-6579

[azizaergasheva1986@gmail.com](mailto:azizaergasheva1986@gmail.com)

**Annotatsiya:** Ushbu maqola raqamli iqtisodiyot sharoitida hunarmandchilik mahsulotlarini brendlash strategiyalarining rivojlanish jarayonlarini va ularning hozirgi ahamiyatini o‘rganadi. Hunarmandchilik mahsulotlari madaniy meros va an‘analarni aks ettiruvchi mahsulotlar sifatida global bozor uchun qadrlil hisoblanadi. Raqamli iqtisodiyot elektron tijorat platformalari, ijtimoiy media vositalari, blockchain texnologiyalari va sun‘iy intellekt kabi vositalarni joriy qilish orqali hunarmandlarga mahsulotlarini ommalashtirish va mijozlar bilan interaktiv aloqalar o‘rnatish imkonini yaratdi. Ushbu maqola brendlashning asosiy komponentlarini – haqiqiylikni ta’kidlash, madaniy ahamiyatni saqlash va barqarorlikni qo‘llab-quvvatlash – tahlil qiladi. Shuningdek, ushbu strategiyalarning elektron tijorat vositalari orqali qanday amalga oshirilganligi ham yoritiladi. Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatadiki, hunarmandchilik mahsulotlari global bozor uchun o‘ziga xos strategiyalar orqali raqobatbardoshlikni saqlab qolmoqda. Ushbu maqola hunarmandlar va siyosatchilar uchun brendlash strategiyalarini rivojlantirish bo‘yicha amaliy tavsiyalarni taklif qiladi.

**Kalit so‘zlar:** Hunarmandchilik, brendlash strategiyalari, raqamli iqtisodiyot, elektron tijorat, madaniy meros, blockchain, barqarorlik, sun‘iy intellekt, global bozor.

### Kirish

Tez rivojlanayotgan raqamli iqtisodiyotda hunarmandchilik mahsulotlari o‘ziga xos mavqega ega, chunki ular madaniy meros va hunarmandlik san‘atini uyg‘unlashtiradi. Ammo raqobatbardosh bozor sharoitida muvaffaqiyat qozonish uchun hunarmandlar mahsulotlarining qiymatini oshiradigan va ularni ommaviy ishlab chiqarilgan mahsulotlardan farqlaydigan brendlash strategiyalarini qabul qilishlari kerak. Raqamli iqtisodiyot elektron tijorat, ijtimoiy media kabi vositalarni taklif etadi, bu esa hunarmandlarga o‘z auditoriyasini kengaytirish va kuchli brend identifikatsiyasini yaratish imkonini beradi. Ushbu maqola hunarmandlarning ushbu vositalardan qanday foydalanib samarali brendlash strategiyalarini ishlab chiqishlari va shu bilan birga o‘z mahsulotlarining aslini saqlab qolishlari mumkinligini o‘rganadi.

### Adabiyotlar sharhi

Raqamli iqtisodiyotda hunarmandchilik mahsulotlarini brendlash strategiyalariga oid ilmiy adabiyotlar ushbu sohaning nazariy va amaliy asoslarini yoritib beradi. Quyida ushbu mavzuda taniqli olimlarning fikrlari keltiriladi: Michael Porterning raqobat strategiyalari haqidagi tadqiqotlari hunarmandchilik mahsulotlarini brendlashda muhim nazariy asos yaratadi. Uning “qiymat zanjiri” tushunchasiga ko‘ra, brendlash mahsulot qiymatini oshirish va iste‘molchilarning mahsulotga bo‘lgan qiziqishini jalb qilishda muhim ahamiyatga ega. Porter hunarmandchilik mahsulotlarining o‘ziga xosligini ta’kidlash va bu orqali global bozorda raqobatbardoshlikni oshirishni tavsiya qiladi[1].

David Teece va uning hamkorlari tomonidan ishlab chiqilgan “dinamik imkoniyatlar” nazariyasi hunarmandchilik mahsulotlari brendlashda moslashuvchan strategiyalarni ishlab chiqishni ta’kidlaydi. Bu nazariyaga ko’ra, raqamli iqtisodiyotda muvaffaqiyat qozonish uchun hunarmandlar o’z resurslarini bozordagi o’zgarishlarga tezkorlik bilan moslashtirishi kerak. Blockchain texnologiyasini qo’llash va mijozlar bilan interaktiv aloqalarni rivojlantirish bu jarayonning muhim qismidir[2].

Pine va Gilmore “tajriba iqtisodiyoti” tushunchasini ilgari surib, mahsulotning haqiqiyliги va mijozlar uchun mazmunli tajribalar yaratish brendlash jarayonida markaziy rol o’ynashini ta’kidlashadi. Ularning fikriga ko’ra, hunarmandchilik mahsulotlari brendlashda hikoyachilik (storytelling) va madaniy ahamiyatni ochib berish xaridorlar bilan emotsional bog’lanishni kuchaytiradi[3].

Clayton Christensenning “buzuvchi innovatsiyalar” (disruptive innovation) nazariyasi hunarmandchilik mahsulotlarini brendlashda yangi texnologiyalarni joriy qilish zarurligini asoslaydi. U ijtimoiy media va elektron tijorat platformalaridan foydalanish hunarmandlarga o’z mahsulotlarini ommalashtirish va yangi mijozlarni jalb qilishda yordam berishini ta’kidlaydi. Bu strategiyalar hunarmandchilik mahsulotlarini raqamli iqtisodiyot sharoitida muvaffaqiyatli brendlashga zamin yaratadi[4].

Ushbu olimlarning yondashuvlari hunarmandchilik mahsulotlarini brendlashda innovatsion strategiyalarni ishlab chiqish va ularni global bozorda muvaffaqiyatli o’rinlashtirish uchun nazariy asoslarni taqdim etadi. Ularning qarashlari mahsulotlarning haqiqiyliğini ta’kidlash, madaniy ahamiyatni saqlash va raqamli vositalar orqali mijozlar bilan bog’lanishning ahamiyatini ochib beradi.

### **Tadqiqot materiallari va usullari:**

Ushbu tadqiqotda raqamli iqtisodiyot sharoitida hunarmandchilik mahsulotlarini brendlash strategiyalarini o’rganish uchun quyidagi materiallar qo’llanildi: ilmiy adabiyotlar - hunarmandchilik mahsulotlarini brendlash va raqamli marketing bo’yicha mavjud ilmiy maqolalar, kitoblar va tadqiqotlar tahlil qilindi. Rasmiy hujjatlardan O’zbekiston Respublikasi Prezidentining hunarmandchilikni rivojlantirishga oid qarorlari va farmonlari, jumladan, 2021-yil 30-dekabrda PQ-77-sonli qarori kabi hujjatlar o’rganildi. Raqamli marketing va hunarmandchilik mahsulotlarini brendlashga oid onlayn maqolalar va tahliliy materiallar ko’rib chiqildi.

Ushbu tadqiqotda raqamli iqtisodiyot sharoitida hunarmandchilik mahsulotlarini brendlash strategiyalarini o’rganish uchun quyidagi usullar qo’llanildi: tahliliy usul, taqqoslash usuli, sistemali yondashuv. Ushbu usullar yordamida raqamli iqtisodiyot sharoitida hunarmandchilik mahsulotlarini samarali brendlash strategiyalari ishlab chiqildi va ularning amaliyotga tatbiq etish bo’yicha tavsiyalar berildi.

### **Natijalar va tahlillar**

Raqamli iqtisodiyotda hunarmandchilik mahsulotlarining brendlash strategiyalari – bu hunarmandchilik mahsulotlarini global va mahalliy bozorlar talablariga mos ravishda o’ziga xos identifikatsiya qilish, ular haqidagi madaniy, ekologik ahamiyatlarni xaridorlarga yetkazish orqali raqobatbardoshligini oshirishga qaratilgan strategik yondashuvlar to’plamidir.

Ushbu strategiyalar hunarmandchilik mahsulotlarini zamonaviy raqamli platformalarda, masalan, elektron tijorat, ijtimoiy media va blockchain texnologiyalari orqali taqdim etishni o’z ichiga oladi. Ular quyidagi maqsadlarga xizmat qiladi:

1. Haqiqiylikni ta’kidlash - mahsulotning kelib chiqishi va ishlab chiqarish jarayonini ochib berish;
2. Madaniy merosni saqlash - hunarmandchilikning an’anaviy va mahalliy xususiyatlarini global miqyosda targ’ib qilish;

3. Barqarorlik va etik qadriyatlarini ta'minlash - ekologik toza materiallar va adolatli savdo amaliyotlari orqali brendning ishonchligini oshirish;
4. Xaridorlar bilan emotsional bog'liqlikni kuchaytirish - raqamli hikoyachilik orqali hunarmandlarning hikoyalarini va san'atning ahamiyatini ulashish.

Raqamli iqtisodiyotda ushbu strategiyalar hunarmandlarga nafaqat bozordagi raqobatda ustunlik berish, balki ularning mahsulotlarini yuqori darajadagi brend sifatida pozitsiyalash imkonini ham taqdim etadi.

Raqamli iqtisodiyotda hunarmandchilik mahsulotlarini brendlash strategiyalari ularning haqiqiyliги, madaniy ahamiyati va hunarmandlik mahoratini aks ettiruvchi o'ziga xos identifikatsiyani yaratishni o'z ichiga oladi. Ushbu strategiyalar raqamli vositalar va platformalardan foydalanib, global auditoriyaga yetib borish, mahsulotlarni ommaviy ishlab chiqarilgan tovarlardan farqlash va iste'molchilar bilan emotsional bog'liqlikni kuchaytirishga qaratilgan. Asosiy komponentlarga elektron tijorat platformalaridan foydalanish, raqamli hikoyachilik bilan shug'ullanish, madaniy merosni ta'kidlash, barqaror amaliyotlarni qabul qilish, hamkorliklarni shakllantirish va blockchain kabi texnologiyalar orqali shaffoflikni ta'minlash kiradi. Maqsad — hunarmandchilik mahsulotlarining qadr-qimmatini oshirish, an'anaviy hunarmandlikni saqlab qolish va raqamli bozorda raqobatbardoshlikka erishishdir.

Brendlash raqamli iqtisodiyotda biznes muvaffaqiyatining muhim tarkibiy qismi bo'lib, ayniqsa hunarmandchilik mahsulotlari uchun alohida ahamiyatga ega. Yaxshi ishlab chiqilgan brend mahsulotning haqiqiyliги, sifati va madaniy ahamiyatini aks ettiradi va o'ziga xos va mazmunli xaridlarni izlayotgan mijozlarni jalb qiladi.

Hunarmandchilik mahsulotlarining brendlash strategiyalari raqamli iqtisodiyotning rivojlanishi bilan birga taraqqiy etib, hunarmandlar uchun mahsulotlarini global bozorga olib chiqishda muhim vositaga aylandi. Ushbu strategiyalar tarixiy bosqichlar orqali shakllangan bo'lib, har bir bosqich yangi imkoniyatlar va texnologiyalar bilan boyib borgan. Quyidagi 1-jadvalda brendlash strategiyalarining kelib chiqishi va rivojlanish bosqichlari xronologik tarzda yoritiladi.

### 1-jadval.

#### Raqamli iqtisodiyotda hunarmandchilik mahsulotlarining brendlash strategiyalarining rivojlanish tarixi<sup>17</sup>

Yil	Taraqqiyot	Izoh
1995	Elektron tijoratning paydo bo'lishi	Amazon va eBay kabi platformalar hunarmandchilik mahsulotlarining onlayn savdosini amalga oshirish imkonini berdi.
2000	Mahalliy hunarmandchilik uchun onlayn bozorlarning rivojlanishi	Etsy kabi platformalar hunarmandlarga global auditoriyaga yetib borish uchun imkoniyat yaratdi.
2010	Ijtimoiy media vositalaridan foydalanish	Instagram, Facebook, va Pinterest kabi platformalar hunarmandlarga mahsulotlarini vizual ravishda targ'ib qilish imkonini berdi.
2013	Raqamli hikoyachilikning mashhur bo'lishi	Hunarmandlar mahsulotlari yaratilish jarayonlarini videolar va bloglar orqali targ'ib qila boshladilar.
2015	Barqarorlik va etik brendlash amaliyotlariga talab ortishi	Xaridorlarning ekologik va ijtimoiy mas'uliyatli mahsulotlarga qiziqishi kuchaydi. Hunarmandlar o'z mahsulotlarida barqarorlikka e'tibor qaratishni boshladilar.

<sup>17</sup> Muallif ishlantmasi.

2017	Blockchain texnologiyasining qo'llanilishi	Blockchain texnologiyasi orqali mahsulotlarning kelib chiqishini tasdiqlash va haqiqiylikni kafolatlash amaliyoti rivojlandi.
2019	Dizaynerlar va ta'sir ko'rsatuvchilar bilan hamkorlik	Mashhur dizaynerlar va ta'sir ko'rsatuvchilar hunarmandchilik mahsulotlarini ommabop qilishda muhim rol o'ynadi.
2020	COVID-19 pandemiyasi davrida elektron tijorat va raqamli platformalarning keng qo'llanilishi	Pandemiya sababli hunarmandlar mahsulotlarini global bozorga olib chiqish uchun raqamli platformalardan yanada faol foydalanishga majbur bo'ldilar.
2022	Barqaror moda va hunarmandchilik mahsulotlarining global trendga aylanishi	Hunarmandchilik mahsulotlarining madaniy va ekologik qiymati global darajada e'tirof etildi va brendlashning asosiy qismiga aylandi.
2023	Sun'iy intellekt va avtomatlashtirilgan brendlash amaliyotlarining rivojlanishi	AI yordamida mahsulotlarni targ'ib qilish, mijozlarning ehtiyojlarini oldindan bilish va personalizatsiyalash bo'yicha imkoniyatlar kengaydi.

1-jadvalda hunarmandchilik mahsulotlarining raqamli iqtisodiyotda brendlash strategiyalarining asosiy tarixiy bosqichlari ko'rsatilgan. Bu bosqichlar elektron tijoratning paydo bo'lishidan boshlab, ijtimoiy media vositalarining rivojlanishi, blockchain texnologiyasining qo'llanilishi va so'nggi yillarda sun'iy intellekt yordamida avtomatlashtirilgan brendlash amaliyotlarigacha davom etadi. Har bir bosqich hunarmandlar uchun yangi imkoniyatlar va strategiyalarni ochib bergan.

1-jadval ma'lumotlari tahlili shuni ko'rsatadiki, hunarmandchilik mahsulotlarini brendlash strategiyalari raqamli iqtisodiyotning taraqqiyoti bilan birga shakllangan. Elektron tijorat va ijtimoiy media hunarmandlarga global auditoriyaga chiqish imkonini bergan bo'lsa, blockchain texnologiyasi mahsulotlar haqiqiylikni tasdiqlash orqali ishonchni kuchaytirgan. Sun'iy intellekt esa brendlash jarayonlarini avtomatlashtirib, mijozlarning individual ehtiyojlariga moslashtirish imkonini yaratmoqda.

Ushbu tarixiy rivojlanish hunarmandchilik mahsulotlarini global raqobatda muvaffaqiyatli pozitsiyalash uchun kuchli strategik asos yaratdi. Bu strategiyalar hunarmandlar uchun bozor talablari va mijozlarning kutilmalariga moslashish imkonini beradi, shuningdek, madaniy va ekologik qadriyatlarni saqlashga xizmat qiladi.

Raqamli iqtisodiyotda hunarmandchilik mahsulotlarini brendlash bo'yicha strategiyalarni qo'llash turli davlatlarda hunarmandlarga o'z mahsulotlarini global miqyosda targ'ib qilish va sotish imkonini yaratmoqda. Ushbu strategiyalar hunarmandlarning o'z mahsulotlariga qiymat qo'shish, mijozlar bilan aloqalarni mustahkamlash va global bozor talablariga moslashish uchun qulay vositalarni taqdim etadi. Quyidagi 2-jadvalda har bir strategiyaning turli davlatlarda qanday qo'llanilgani, yo'nalishlari va natijalari keltirilgan.

2-jadvalda elektron tijorat platformalaridan foydalanish, raqamli hikoyachilik, madaniy brendlash, barqarorlik va etik brendlash, hamkorliklar va blockchain texnologiyasidan foydalanish kabi strategiyalar ko'rib chiqilgan. Har bir strategiya muayyan davlatda qanday amalga oshirilgani, yo'nalishlari va natijaviy xulosalari tahlil qilinadi. Ushbu strategiyalar hunarmandchilik mahsulotlariga global raqobatda ustunlik beradi va mahalliy hunarmandlarga global bozor imkoniyatlaridan samarali foydalanishga yordam beradi.

**2-jadval.**

**Raqamli iqtisodiyotda hunarmandchilik mahsulotlarini brendlash strategiyalari bo'yicha xalqaro tajribalar<sup>18</sup>**

<sup>18</sup> Muallif ishlanmasi.

Davlat	Strategiya	Yo‘nalish	Natijalar
AQSh	Elektron tijorat platformalaridan foydalanish	Etsy, Amazon Handmade va Shopify platformalarida hunarmandchilik mahsulotlari savdosi.	Hunarmandlarga global auditoriyaga chiqish va o‘z mahsulotlarini jahon bozoriga olib chiqish imkoniyati.
Hindiston	Raqamli hikoyachilik	Instagram va YouTube orqali hunarmandchilik jarayonini vizual kontent shaklida namoyish etish.	Hunarmandchilik mahsulotlariga bo‘lgan qiziqish ortib, madaniy merosning jozibadorligi oshirildi.
Marokash	Madaniy brendlash	Hunarmandchilik mahsulotlarining an’anaviy usullarini va madaniy ahamiyatini ta’kidlash.	Mahalliy mahsulotlar premium tovarlar sifatida global bozorda joy oldi.
Shvetsiya	Barqarorlik va etik brendlash	Ekologik toza materiallar va an’anaviy ishlab chiqarish usullariga urg‘u berish.	Barqaror mahsulotlarga talab oshdi va brendning ekologik ishonchliligi mustahkamlandi.
Janubiy Koreya	Hamkorliklar va sherikliklar	Dizaynerlar va ta’sir ko‘rsatuvchilar bilan hunarmandchilik mahsulotlarini targ‘ib qilish.	Hunarmandchilik mahsulotlarining jozibadorligi ortdi, yangi mijoz segmentlari jalb qilindi.
Yaponiya	Shaffoflik uchun blockchandan foydalanish	Blockchain orqali hunarmandchilik mahsulotlarining kelib chiqishini tasdiqlash.	Xaridorlar orasida ishonch oshdi va raqobatbardoshlik mustahkamlandi.
Fransiya	Elektron tijorat platformalaridan foydalanish	Mahalliy hunarmandlarning mahsulotlarini global elektron tijorat platformalarida sotish.	Hunarmandchilik mahsulotlari eksport hajmi oshdi.
Italiya	Madaniy brendlash	Milliy va an’anaviy hunarmandchilik usullarini zamonaviy brendlar bilan uyg‘unlashtirish.	Hunarmandchilik mahsulotlarining jahon modasi bilan uyg‘unligi ta’minlandi.
Buyuk Britaniya	Barqarorlik va etik brendlash	Adolatli savdo tamoyillariga asoslangan hunarmandchilik mahsulotlarini targ‘ib qilish.	Barqaror va etik mahsulotlarni qadrlaydigan xaridorlar soni ortdi.

2-jadval ma’lumotlari tahlili shuni ko‘rsatadiki, raqamli iqtisodiyotda hunarmandchilik mahsulotlarini brendlash strategiyalarini qo‘llash har bir davlatda o‘ziga xos yo‘nalishlarga ega. Elektron tijorat platformalari hunarmandlarga global bozor eshiklarini ochadi, emotsional bog‘liqlikni oshiradi. Madaniy brendlash va barqarorlik strategiyalari hunarmandchilik mahsulotlarini premium tovarlar sifatida o‘rinlashtiradi va xaridorlarda ishonch uyg‘otadi. Blockchain texnologiyasi esa mahsulotlarning haqiqiylikni tasdiqlash va ishonchni mustahkamlashda yordam beradi.

Bu strategiyalar hunarmandchilik mahsulotlariga raqamli iqtisodiyot sharoitida raqobatbardoshlikni ta’minlash va barqaror rivojlanishni qo‘llab-quvvatlash uchun muhim ahamiyatga ega. Hunarmandlar va siyosatchilar uchun bu tajribalar kelajakda hunarmandchilik sohasini rivojlantirishda foydali ko‘rsatma bo‘lib xizmat qiladi.

Raqamli iqtisodiyotda hunarmandchilik mahsulotlarini brendlash imkoniyatlari bilan birga qator muammolarni ham keltirib chiqaradi:

1. Resurslarning cheklanganligi, ya’ni ko‘plab hunarmandlar moliyaviy va texnik resurslarga ega emas. Bunga yechim sifatida bepul vositalardan foydalanish, davlat grantlari yoki hunarmandlarni qo‘llab-quvvatlovchi notijorat-nodavlat tashkilotlar bilan hamkorlik qilish mumkin.

2. Haqiqiylikni saqlash, ya’ni tijoratlashuvga bo‘lgan talab madaniy haqiqiylikni buzishi mumkin.

3. Raqobat, ya'ni hunarmandchilik mahsulotlari ommaviy ishlab chiqarilgan tovarlar bilan raqobatlashadi. Ushbu muammoni yengish uchun o'ziga xoslik va madaniy merosga asoslangan brendlash strategiyalaridan foydalanish tavsiya etiladi.

Xulosa qilib aytganda, raqamli iqtisodiyot sharoitida hunarmandchilik mahsulotlarini brendlash strategiyalari hunarmandlarga o'z mahsulotlarini global bozorga muvaffaqiyatli olib chiqish imkonini beradi. Elektron tijorat platformalari, ijtimoiy media, madaniy brendlash, barqarorlik va etik qadriyatlarini ta'kidlash, hamkorliklar va blockchain texnologiyasidan foydalanish kabi yondashuvlar mahsulotlarning haqiqiyliги, madaniy merosi va ekologik qadriyatlarini ta'kidlab, xaridorlar bilan emotsional bog'lanishni kuchaytiradi. Bu strategiyalar hunarmandchilik mahsulotlarini ommaviy ishlab chiqarilgan tovarlardan ajratib, ularning raqobatbardoshligini oshiradi va global bozorda muvaffaqiyatli o'rin olishiga yordam beradi. Shu bilan birga, raqamli iqtisodiyotda brendlash strategiyalarini qo'llash hunarmandchilik sohasining barqaror rivojlanishini ta'minlaydi va madaniy merosni saqlashga xizmat qiladi.

### Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. Christensen, C. M. (1997). *The innovator's dilemma: When new technologies cause great firms to fail*. Harvard Business School Press.
2. Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The experience economy: Work is theatre & every business a stage*. Harvard Business School Press.
3. Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. Free Press.
4. Teece, D. J., Pisano, G., & Shuen, A. (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*, 18(7), 509–533.
5. Aaker, D. A. (1996). *Building Strong Brands*. The Free Press.
6. Keller, K. L. (2003). *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*. Pearson Education.
7. Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). *The Experience Economy: Work is Theatre & Every Business a Stage*. Harvard Business Review Press.
8. Etsy (n.d.). *Etsy: Connecting Artisans with Global Markets*. Available at: [www.etsy.com](http://www.etsy.com).
9. Shopify (n.d.). *Shopify for Artisans*. Available at: [www.shopify.com](http://www.shopify.com).

## BRANDING STRATEGIES FOR HANDICRAFT PRODUCTS IN THE DIGITAL ECONOMY

**Aziza Farmonovna Ergasheva**

PhD candidate researcher, Bukhara State University,

ORCID: 0000-0003-1804-6579

azizaergasheva1986@gmail.com

**Abstract:** This article examines the development and contemporary relevance of branding strategies for handicraft products in the digital economy. Handicraft products, as representations of cultural heritage and traditions, hold significant value in the global market. The digital economy has enabled artisans to leverage tools such as e-commerce platforms, social media, blockchain technologies, and artificial intelligence to promote their products and establish interactive connections with customers. The article analyzes the core components of branding—highlighting authenticity, preserving cultural significance, and supporting sustainability. It also explores how these strategies are implemented through e-commerce and digital storytelling. The findings indicate that handicraft products maintain competitiveness in the global market through unique branding strategies. This paper offers practical recommendations for artisans and policymakers to enhance branding strategies in the evolving digital economy.

**Keywords:** handicrafts, branding strategies, digital economy, e-commerce, cultural heritage, blockchain, sustainability, artificial intelligence, digital storytelling, global market.

## ЯНГИ ЎЗБЕКИСТОН ТЎҚИМАЧИЛИК САНОАТИ РИВОЖЛАНТИРИШНИНГ АСОСИЙ ЙЎНАЛИШЛАРИ

**Акрамов Абдували Маматханович**

Turan International University

Наманган, Ўзбекистон

илмий ишлар ва инновациялар бўйича проректор,

техника фанлари бўйича фалсафа доктори (PhD)

e-mail: akramov.7373@mail.ru

**Аннотация:** Ушу мақолада мамлакатимиз тўқимачилик саноатининг бугунги иқтисодий салоҳияти, соҳада олиб борилаётган ички ва ташқи сиёсат ҳамда уларининг натижадорлиги шунингдек мамлакатимизда ушбу соҳа тадбиркорлари учун яратиб бералаётган шарт-шароитлар тўғрисида батафсил маълумот бериб ўтилган.

**Калит сўзлар:** Тўқимачилик саноати, кенг ассортиментлик, тўқимачилик экспорти, тайёр маҳсулот ишлаб чиқариш, халқаро мода, дизайн агентликлари, матолар тоифаси

Янги Ўзбекистон тўқимачилик саноатига жорий этилаётган замонавий янги технология ва ускуналар нафақат юқори унумдорликка, шунингдек, кенг ассортиментлик тайёр маҳсулотлар ишлаб чиқариш имкониятини ҳам вужудга келтирмоқда.

Давлат статистика қўмитасининг 2023 йил якунлари бўйича ҳисоботида кўра, тўқимачилик маҳсулотлари экспорти ҳажми ўтган йилга нисбатан сезиларли даражада ошган. Айни пайтда ип-калава экспорти 108 фоизга ўсган бўлса, бу рақам 2022 йилда 409, 5 минг тонна ип-калава экспорт қилинган бўлса, 2023 йилда бу рақам 30,6 минг тоннага ошганини кўрсатади. Матолар тоифасида сезиларли ўсиш қайд етилди, бу ерда ўсиш 185% ни ташкил этди, натижада мато экспорти ҳажми 238 миллион квадрат метрга ошди. Тайёр маҳсулотлар – 122% дан ортик.

Мамлакатда “Better Work” ва “Better Cotton” каби ташкилотлар фаолияти йўлга қўйилиши билан ўзбек тўқимачилик маҳсулотлари 27 дан ортик жаҳон брендларининг етказиб бериш тармоғига кирди. GSP+ имтиёзларини кенгайтириш, хусусан, Германия, Италия ва Полша давлатларига экспорт ҳажмини ошириш имконини берди.

2022–2026 йилларга мўлжалланган Янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегияси доирасида мавжуд корхоналарни модернизация қилиш ва юқори қўшимча қийматли маҳсулотлар ишлаб чиқарадиган янги корхоналар ташкил этиш бўйича қуйидаги чора-тадбирлар ва лойиҳалар кўзда тутилган:

- кластерлар яратиш;
- тўқимачилик саноати ишлаб чиқариш ҳажмини икки баробарга ошириш;
- маҳсулотларни Европа бозорларига экспорт қилишни рағбатлантириш;
- шунингдек, ишлаб чиқариш самарадорлигини ва меҳнат унумдорлигини ошириш дастурларини амалга ошириш ва кадрлар тайёрлаш бўйича чора-тадбирлар кўриш назарда тутилган.

Барқарор саноатлаштиришни таъминлаш учун амалга оширилиши керак бўлган энергетика, автомобиль транспорти ва бошқа саноат инфратузилмаларни комплекс ривожлантириш, маҳаллий муҳандислик-тадқиқот ва ишланмалар базасини ривожлантириш ҳамда илмий тадқиқотларни ривожлантириш ва кенгайтириш, саноат тармоқларининг технологик салоҳиятини юксалтиришда ҳар томонлама ёрдам кўрсатиш, саноатни модернизация қилиш, маҳаллий хомашёни чуқур қайта ишлаш асосида тайёр маҳсулот ишлаб чиқариш, улардан фойдаланиш самарадорлигини ошириш ҳамда ҳавфсиз

экологик технологиялар ва ишлаб чиқариш жараёнларидан кенгрок фойдаланиш учун зарур инвестициялар ҳажмини таъминлаш масалалари алоҳида ўрин олган. Мамлакатимизда юқори технологияли ишлаб чиқаришни ривожлантиришнинг яхлит тизимини жорий этиш, инвестицияларни фаол жалб этиш, харидоргир маҳсулотларнинг кенг ассортиментини ўзлаштириш, саноат кооперациясини кенгайтириш ва республика экспорт салоҳиятини оширишни ҳар томонлама қўллаб-қувватлаш мақсадида 2022 йилнинг 24 январида Ўзбекистон Республикаси Президентининг “Республикада ишлаб чиқаришни ривожлантириш ва саноат кооперациясини кенгайтиришнинг самарали тизимини яратиш чоратадбирлари тўғрисида”ги Қарори қабул қилинди.

Мазкур қарорда белгиланган вазифаларни изчил бажариш мақсадида тўқимачилик саноати соҳасида стандартлаштириш ва сертификатлаштириш тизимини янада такомиллаштириш чоралари кўрилмоқда. Бунинг учун стандартлаштириш ва сертификатлаштириш тизимини халқаро талаблар ва стандартлар билан уйғунлаштириш, маҳсулотни синовдан ўтказиш бўйича лабораторияларни модернизация ва аккредитация қилиш ишлари олиб борилмоқда. Натижада тўқимачилик ва тикув-трикотаж маҳсулотлари 60 дан ортиқ мамлакатларга 1 200 дан ортиқ корхоналар томонидан 1,6 млрд.долларлик экспорт амалга оширилиб ўсиш суръати 121 фоиз ни ташкил этди. Шулардан ип газлама маҳсулотлари 254 млн.доллар, Франция, Австрия, Кувайт, Венгрия, Филиппин, Люксембург ва Греция каби янги бозорлар забт этилиб, Европа Иттифоқи каби мамлакатларга ҳам экспорт амалга оширилди.

Пахта ҳом ашёси экспортини тайёр маҳсулотга қайта йўналтирилиши келажакка йўналтирилган тўқимачилик саноатни ривожлантириш янги стратегиясини шакллантириш имконини берди. Тўқимачилик соҳаси иқтисодий сиёсатнинг стратегик йўналиши сифатида танланиши ривожланиши учун янги йўналишлар очди.

Дунё тўқимачилик бозоридаги маҳсулотлар хилма-хиллигига бўлган талабнинг ўзгариш тезлигини инобатга оладиган бўлсак, мамлакатимиз тўқимачилик саноатида замонавий тўқув дастгоҳлари ёрдамида ишлаб чиқариладиган тайёр газламаларнинг истиқболли турларини яратишда кўйидаги вазифаларни белгилаб беради:

- халқаро мода ва дизайн агентликлари билан ҳамкорлик битимлари йирик бренд маҳсулотлар ишлаб чиқарувчилари билан тўқимачилик маҳсулотларини ишлаб чиқариш бўйича узоқ муддатли шартномалар тузиш;
- келгуси 5 йилда тайёр маҳсулот ишлаб чиқаришни 4-5 бараварга кўпайтириш, таннархни рақобатчиларга нисбатан арзонлаштириб, ташқи бозорларни эгаллаш, бунинг учун маҳсулотлар ассортиментини кенгайтириб, сифатини кескин ошириш ;
- Наманган, Самарқанд ва Тошкент вилоятларида тайёр маҳсулот экспорт қилувчи янги тўқимачилик корхоналар учун технопарк ташкил этиш;
- тўқимачилик саноати корхоналари ишлаб чиқариш технологияларини босқичма-босқич янгиллаш;
- экологик тоза кийим-бош ишлаб чиқариш тизимига ўтиш;
- махсус безакли, кам ғижимланадиган ва кам киришадиган, шаклий барқарорлиги баланд ҳамда моддий ҳажми кам матолар матоларни ишлаб чиқаришни кўпайтириш ;
- тўқимачилик саноати учун малакали техник ходимларни тайёрлаш сифатини ошириш;
- бугунги кун талабларидан келиб чиқиб инсон соғлиғи билан боғлиқ кўрсаткичларини ва ҳоказо ўлчайдиган "ақлли кийим" ишлаб чиқариш технологиясини босқичма-босиқ жорий этиб бориш;
- ноанъанавий хомашё ва иккиламчи ресурслардан янги материалларни ишлаб чиқариш;

– истикболли янги маҳсулот бозорларини сегментлаш, маҳсулот сотиш бозорларини кенгайтириш ва диверсификация қилиш (Осиё, Африка ва Америкадаги мамлакатлар);

– тўқимачилик саноатида нанотехнологиялардан фойдаланишни жорий этиш каби вазифалар мамлакатимиз тўқимачилик саноати олдида турган асосий вазифалар этиб белгиланган.

Хулоса ўрнида шуни айтиш мумкинки юқорида санаб ўтилган вазифаларни амалга оширишда юқори сифатли рақобатбардош матоларни борлиқ технологик жиҳозлар билан ишлаб чиқариш учун тўқимачилик технологик жараёнларини назарий ва экспериментал тадқиқотлари асосида юқори самарали технологияларни ишлаб чиқиш лозим деб ҳисоблаймиз.

### Манбалар рўйхати

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2022 йил 28 январдаги «2022-2026 йилларга мўлжалланган Янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегияси тўғрисида»ги ПФ-60-сон қарори.
2. «Ўзтўқимачилик-саноат» уюшмаси маълумотлари (<https://www.uztextile.uz>)
3. <https://www.stat.uz> ma'lumotlari
4. «O'zbekistonda to'qimachilik sanoati muammolariining tahlili va yechimlari» mavzusida Respublika ilmiyamaliy konferentsiya maqolalar to'plami. – 23-24 Noyabr 2021, AndMI, Andijan, Uzbekistan. 2021. I-tom, 1-380 b.
5. A.Akramov. Avtoreferat. “Sochiqbop to'qimalar olishda asosiy parametrlarini optimallashtirish. Namangan 2022 yil

**THE MAIN DIRECTIONS OF DEVELOPMENT OF THE TEXTILE  
INDUSTRY OF NEW UZBEKISTAN**

**Akramov Abduvali Mamatkhanovich**

Turan International University

Namangan, Uzbekistan

Prorector for science and innovation, PhD

e-mail: akramov.7373@mail.ru

**Abstract:** The article discusses the economic potential of the textile industry of Uzbekistan today, the domestic and foreign policy of the industry and the consequentiality of them, as well as the conditions created in our country for entrepreneurs of this industry.

**Keywords:** textile industry, wide range, textile export, finished product production, international fashion, design agencies, fabric category.

## TADBIRKORLIK SUBYEKTLARIDA INVESTITSİYALARDAN UNUMLI FOYDALANISHNING NAZARIY ASOSLARI

**Isakov Ahmadali Esanbayevich**  
Turan International University  
O‘quv ishlari bo‘yicha prorektor, PhD  
Namangan, O‘zbekiston

**Annotatsiya:** Ushbu maqolada investitsiya salohiyati tushunchalariga turli iqtisodchi olimlarning qarashlari va ularning nazariy jihatdan tahlili keltirilgan.

**Kalit so‘zlar:** investitsiya salohiyati, zaxira, global foiz stavkalari iqtisodiy rivojlanish, qarz, yuqori o‘shish sur‘atlari.

Jahon iqtisodiyotida yalpi investitsiyalar 2022 va 2024-yillar oralig‘ida o‘rtacha 3,5 foizga o‘shishi prognoz qilinmoqda. Bu avvalgi yigirma yildagi o‘rtacha ko‘rsatkichning yarmidan kam va kapital zaxirasini saqlash uchun zarur bo‘lgan sur‘atdan past bo‘lib, global foiz stavkalarining ko‘tarilishi bilan iqtisodiyoti rivojlangan mamlakatlar tomonidan global kapitalga bo‘lgan kuchli moliyaviy talab iqtisodiyoti rivojlanayotgan mamlakatlarga muhim resurslarni chetlashtirishga ishora qiladi. Bunday sharoitda global o‘shish 2023-yilda 1,7 foizgacha sekinlashishi prognoz qilinmoqda<sup>19</sup>. O‘z navbatida bunday o‘shish sur‘ati qariyb o‘ttiz yillikdagi uchinchi eng zaif nuqtani ifoda etib, asosan siyosiy-ijtimoiy munosabatning keskinlashuvi, moliyaviy ahvoldning yomonlashuvi va ishonchning yo‘qolishida o‘z aksini topadi.

Jahon iqtisodiyotida rivojlangan mamlakatlar tajribasi shuni ko‘rsatmoqdaki, mamlakatlarda infilyatsiyaning barqaror va o‘shib borayotgan davri infilyatsiya kutilmalarining o‘shishiga sabab bo‘lsa, hamda markaziy banklardan maqsadli ko‘rsatkichlarga mos keladigan kutilmalarni tiklashni talab qiladigan bo‘lsa, yuqori iqtisodiy o‘shish bo‘lgan mamlakatlarda keskinlashuv sur‘ati yanada tezlashishi mumkin. Bu esa o‘z navbatida, qarz ajratish holati moliyaviy sektorning transchegaraviy dinamikasini buzishi mumkin va kichik davlatlarga, ayniqsa, qarzdorlik darajasi yuqori, moliyaviy maydonning cheklanganligi va kapital bozorlariga kirish imkoniyati ancha past bo‘lgan davlatlarga o‘tishi mumkin.

Ushbu muammolarni bartaraf qilish, uning nafaqat amaliy, balki bir qator nazariy masalalarini ham hal etish lozimligi tadbirkorlik faoliyatida investitsiyalar samaradorligini oshirish evaziga mamlakatimiz ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyoti barqaror rivojlanishiga qaratilgan tadqiqot ishlari olib borilishini taqozo qilmoqda.

Bugungi kunda iqtisodiyotni yuksaltirish muammolarini hal etishda tadbirkorlik faoliyatida investitsiyalardan samarali foydalanish alohida o‘rin tutadi. Iqtisodiyot tarmoqlarida barqaror yuqori o‘shish sur‘atlarini ta‘minlash orqali kelgusi besh yilda aholi jon boshiga yalpi ichki mahsulotni — 1,6 baravar va 2030-yilga borib aholi jon boshiga to‘g‘ri keladigan daromadni 4 ming AQSH dollaridan oshirish hamda “daromadi o‘rtachadan yuqori bo‘lgan davlatlar” qatoriga kirish uchun zamin yaratish maqsad qilib olingan bo‘lib, O‘zbekiston Respublikasining bosh strategik maqsadi ham ochiq bozor iqtisodiyotini shakllantirish hisoblanadi. Bu borada “2022-2026-yillarga mo‘ljallangan Yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to‘g‘risida”gi

---

<sup>19</sup> Global Economic Prospects. 2023 International Bank for Reconstruction and Development / The World Bank 1818 H Street NW, Washington, DC 20433 Telephone: 202-473-1000; Internet: [www.worldbank.org](http://www.worldbank.org)

farmonning<sup>20</sup>, III. "Milliy iqtisodiyotni jadal rivojlantirish va yuqori o'sish sur'atlarini ta'minlash bo'yicha" vazifalari asosida mamlakatda investitsiya muhitini yanada yaxshilash va uning jozibadorligini oshirish, kelgusi besh yilda 120 milliard AQSH dollari, jumladan 70 milliard dollar xorijiy investitsiyalarni jalb etish choralari<sup>21</sup>ni ko'rish vazifalarini belgilab berilganligi muhim ahamiyat kasb etadi.

Kichik biznes va xususiy tadbirkorlikning mazmun mohiyati, ushbu sohani rivojlantirishga ta'sir etuvchi omillar, uning istiqbollari to'g'risida xorijiy olimlardan Kantilon Richard, Jean-Baptiste Say, J.B.Klark, A.Shapero, L.Sokol, B.Karlöf, J.A.Timmons, S.Spinelli, A.Marshallar<sup>22</sup> tadqiqot olib borishgan. MDH davlatlaridan V.X.Belenkiy, A.O.Blinov, X.Stevenson, J.Jarrillo-Mossi va V.V.Kossov<sup>23</sup>larning tadqiqotlarida ko'rish mumkin. Mahalliy olimlarimizdan akademik S.S.G'ulomov, K.Muftaydinov, X.Aybeshov, YO.Abdullaev, F.Karimov, A.Abdugafarov, D.X.Suyunov<sup>24</sup> va boshqalarni ilmiy ishlarida ko'rish mumkin.

Korxonalarda amalga oshirilayotgan investitsiya jarayonlari masalalariga alohida e'tibor qaratish va ushbu mavzuni konseptual asoslarini o'rganish zaruriyati tadbirkorlik subyektlarining iqtisodiyotdagi muhim o'rniga alohida e'tibor berishning bevosita natijasidir. Milliy iqtisodiyot uchun amalga oshirilgan investitsiyalar natijasida iqtisodiy samaraga erishish juda muhimdir. Xo'jalik yurituvchi subyektning boshqarish jarayonida amalga oshiriladigan faoliyatning maqsadi daromadlarni maksimal darajada oshirishga intilishdan iborat bo'lishi kerak, bu esa korxonaning kelgusi istiqboli va rivojlanishini ta'minlashga olib keladi.

Kelajakda tadbirkorlik subyektlarining samaraga erishishini ta'minlash faqat faol investitsion qarorlar qabul qilish, unga korxonaning xususiy kapitalini doimiy ravishda oshirib borish muhim yo'nalishlardan biri sifatida qarash evaziga erishiladi. Shu sababli, korxonona

---

<sup>20</sup> O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "2022- 2026- yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida" Farmoni, 28.01.2022 yildagi PF-60-son. <https://lex.uz/docs/5841063>

<sup>21</sup> 2022-2026-yillarga mo'ljallangan yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi. [https://president.uz/uz/pages/view/strategy?menu\\_id=144](https://president.uz/uz/pages/view/strategy?menu_id=144)

<sup>22</sup> Кантильон Ричард Эссе о природе торговли в общем плане // Мировая экономическая мысль. Сквозь призму веков. — М.: Мысль, 2004. Т. 1. — С. 269—278.; By Jean-Baptiste Say. « A treatise on political economy; or The production, distribution, and consumption of wealth» Translated from the fourth edition of the French, by C. R. Prinsep, M.A. with notes by the translator.// Batoche Books, 2001 y.; Кларк Ж.Б. Распределение богатства. - М., 1994. 40-бет.; Shapero, A.; Sokol, L. The Social Dimensions of Entrepreneurship. *Encycl. Entrep.* 1982, 72–90. Available online: [https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract\\_id=1497759](https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1497759) (accessed on 6 February 2020).; Karlöf, B. (1992). *Strategia biznesu. Koncepcje i modele – Przewodnik [Business strategy. Concepts and models – a guide]*. Biblioteka menedżera i bankowca. Warszawa.; Timmons, J. A., & Spinelli, S. (2007), *New Venture Creation. Entrepreneurship for the 21st Century*. McGraw-Hill International Edition. [http://window.edu.ru/app.php/catalog/pdf2txp\\_page=1](http://window.edu.ru/app.php/catalog/pdf2txp_page=1); Маршалл А. Принципы экономического развития. Пер. с.англ. –М.: Прогресс, 1993, Т, 1, 377 б.

<sup>23</sup> Бельский В.Х. Предпринимательство и менеджмент: вопросы соотношения и подготовки кадров. <https://core.ac.uk/download/pdf/38639633.pdf>; Блинов А.О. Стратегическое развитие территории и поддержки малого бизнеса. // Научно-исследовательского центра корпоративного права, управления и венчурного инвестирования Сыктывкарского государственного университета. <http://koet.syktu.ru/vestnik/2011/2011-4/1/1.htm>; Stevenson H., & Jarrillo-Mossi J. (1986). Preserving entrepreneurship as companies grow. *Journal of Business Strategy*, 7(1), 10-23.; Коссов В.В. Бизнес-план: обоснование решений. М.: ЕУ ВШЭ, 2000. - 272 с.

<sup>24</sup> G'ulomov S.S. Tadbirkorlik va kichik biznes. - T.: 1998.; K.Muftaydinov, X. Aybeshov «Kichik biznesni boshqarish» 2003 y 6-7 b.; Abdullaev Yo., Karimov F. Kichik biznes va tadbirkorlik. - T.: Mehnat. 2011 y.; Suyunov D.X. Kichik biznes sub'ektlarida boshqaruvni tashkil qiish va uning samaradorligini oshirish yo'nalishlari.iqt.fan.nom.dis.avtooref. Toshkent: 2004.-21 b.

rivojlanishida faol rol o'ynaydigan investitsiya jarayonlari xo'jalik yurituvchi subyektning kelajakdagi iqtisodiy holatiga ta'sir qiladi.

E'tiborli tomoni mahalliy, xorijiy korxonalarining raqobat faolligi sharoitida, moliyaviy menejer asosiy e'tiborni moddiy investitsiyalar bilan bog'liq muammolar hamda ularning yechimlariga asosiy e'tiborni qaratayotgani bekor emas. Sababi, kichik biznes va xususiy tadbirkorlik subyektlarining moliyaviy-iqtisodiy holatini atroflicha tahlil qilib o'rganish va shu asosda barqaror, uzoq muddatli o'sish hamda rivojlanishning istalgan samaraga erishish uchun investitsiyalarning to'g'ri yo'nalishlari va hajmini aniqlashdan iborat.

Real investitsiyalar tadbirkor balansda asosiy vositalar sifatida aktivlari qiymatini vaqt-makonda ko'paytirish moddiy, ma'naviy eskirganda almashtirish, texnika-texnologiya va asbob-uskunalar, yer, transport vositalari, binolarni sotib olish, loyihalash xarajatlari smeta hujjatlarini baholaganda aniqlik darajasi yuqori bo'lishi majburiyatini o'z ichiga oladi. Mavjud investitsiyalar tadbirkorning iqtisodiy o'sishi uchun asosiy omil bo'lib, uning ishlab chiqarish salohiyatini moddiy investitsiyalar hisobidan oshirish lozimigini zaruriyat qilib qo'yadi. Ijobiy natijadorlik ushbu xo'jalik yurituvchi subyektning faoliyati ko'lami samaradorligini ya'ni sof daromad, sof foyda, tannarxni kamaytirish, aktivlar rentabelligi, o'z mablag'larini oshirish, chetdan jalb qilinadigan mablag'larni minimallashtirish kabi iqtisodiy kategoriyalar ko'rsatkichlarini sifatini oshiradi.

Investitsion qarorlar tadbirkorlik subyektlarining keyingi faoliyati va rivojlanishi uchun muhim o'rin tutadi. Moliyaviy resurslarni uzoq muddatga investitsiya ko'rinishida ishlab chiqarish, xizmat sohaslariga yo'naltirishi bois, tadbirkorlik subyektlarida ularidan foydalanish oqibatlari faqat uzoq muddatda bo'lishiga qaramasdan ular o'z navbatida, korxonaning bozordagi raqobatbardosh mavqeini yuksalishiga olib keladi. Bu o'z navbatida, tadbirkorlik subyektlari tomonidan erishilgan daromadlar iqtisodiy, tashkiliy yoki ijtimoiy xususiyatga ega bo'ladi. Investitsiyalarni to'g'ridan-to'g'ri korxonaga joriy, istiqboldagi faoliyati uchun yo'naltirishi, bu uning hozirgi holatiga qaraganda afzal vaziyat sifatida belgilanadi.

Yuqoridagi holatga xorijiy mamlakat iqtisodchilarining ilmiy tadqiqotlarda tadbirkorlik subyektlariga alohida e'tibor beriladi. Mavjud holat tadbirkorlikning milliy iqtisodiyotda muhim o'rin tutishi va butun iqtisodiyotni rivojlantirishning harakatlantiruvchi kuchi ya'ni lokomativi ekanligi bilan bog'liq<sup>25</sup>. Tadbirkorlik faoliyatini tashkil etish va rivojlantirish uchun qulay sharoit, imkoniyatlarni yaratish, xatti-harakatlarini rag'batlantirish, moliyaviy resurslarga bo'lgan talablarni qondirish, birlashish yo'lini amalga oshirish manbai sifatida qo'llaniladi. Bu tadbirkorlarning subsidiyalardan individual qo'llab-quvvatlash dasturlaridan turli-tuman operatsiyalarni amalga oshirish imkonini beradi.

Raqobat muhitida tadbirkorlik faoliyati subyektlariga beriladigan moliyaviy yordam kuchli raqobat sharoitida ko'mak berish, ijtimoiy-moliyaviy rivojlanishga faoliyat yuritayotgan hududning iqtisodiy, ekologik barqarorligini mustahkamlashdan iborat. Tashkil etilgan jamg'arma fondlarining operatsion dasturlarini moliyaviy resurslari tadbirkorlik subyektlari uchun tashqi moliyalashtirishning zarur manbai hisoblanadi.

Moliyaviy institutlar mablag'lari tadbirkorlik subyektlarining investitsiya faoliyatini qo'llab-quvvatlash imkonini beradi. Shu bois bugungi kunda investitsiyaning mazmun, mohiyatini ilmiy tahlil qilish faoliyatni bir tizimga keltirish asosida boshqaruvni takomillashtirish maqsadga muvofiqdir.

---

<sup>25</sup> Van Stel, André, Martin Carree, and Roy Thurik. 2005. The Effect of Entrepreneurial Activity on National Economic Growth. *Small Business Economics* 24: 311–21.; Bosma, Niels, and Veronique Schutjens. 2007. Patterns of Promising Entrepreneurial Activity in European Regions. *Tijdschrift Voor Economische En Sociale Geografie* 98: 675–86.; Al-Tit, Ahmad, Anis Omri, and Jalel Euch. 2019. Critical Success Factors of Small and Medium-Sized Enterprises in Saudi Arabia: Insights from Sustainability Perspective. *Administrative Sciences* 9: 32.

Olib borilayotgan tadqiqot mavzusi bo'yicha iqtisodiy adabiyotlarda mualliflarning investitsiyaga oid ko'plab ta'riflari mavjud. Masalan, Manikowski va Tarapatalar jahon adabiyotiga iqtibos keltirgan holda, investitsiyalarga moddiy tovarlar hamda moliyaviy yondashuv – ya'ni pul harakati sifatida ikkita bosqichdan iborat ekanligini ta'kidlab o'rganish kerakligini o'qtiradilar. Sababi, ikki holat tadbirkorlik subyektlarining miqdor, sifat ko'rsatkichlarini shakllantirishda muhim mezondir<sup>26</sup>, 1980-yillarning oxiriga qadar iqtisodiy adabiyotlarda investitsiyalardan ko'zlangan maqsad “yangi moddiy boyliklarni yaratish yoki sifat jihatdan mavjudlarini ko'paytirish ulardan samarali foydalanishga olib keladigan aktivlarni fizik-ma'naviy eskirishini o'zgartirishga oid” uyushgan iqtisodiy faoliyat tushunilgan.

1990-yillarda bu konsepsiya moliyaviy investitsiyalarni o'z ichiga olgan holda kengaytirildi. Ahamiyatli jihati Ostrowska “investitsiyalarni o'z kapitalini ko'paytirish maqsadida kapital va pul bozoriga bo'sh moliyaviy resurslarni investitsiya qilish sifatida” qarash lozimligini ta'kidladi<sup>27</sup>. Moliyaviy bozorlarga tadbirkorlik subyektlarining bo'sh moliyaviy resurslarini joylashtirishi va kapitalni jalb qilishi talab, takliflarini qo'yishlari muvozonati holatini ta'minlaydi. Ushbu fikrga ko'ra, investitsiyaning moddiy (asosiy vositalar, mashinalar va uskunalar), moliyaviy (qimmatli qog'ozlarni sotish va sotib olish) va nomoddiy aktiv jihatlarini ajratib ko'rsatish mumkin. Fikrning muhim tomoni, har qanday investitsiyaning eng muhim omili ilm hisoblanadi. Nomoddiy aktivlar hisobot shaklining muhim elementi sifatida tadqiqot natijasi ko'rsatkichi hisoblanadi.

Tadqiqotlardan aniqlangan mashhur ta'rif Xirshleyfer tomonidan ilgari surilgan bo'lib, unda muallif “investitsiyalar mohiyatan kelajakdagi daromadlar uchun hozirgi qurbonlikdir, kelajak - bu sir bo'lib hozirgi vaqtga nisbatan yaxshi”<sup>28</sup>, degan xulosaga keladi. Biroq, Tarczynski investitsiya ta'riflarini shubha ostiga qo'yadi, bu yerda kelajakda erishilgan daromadlar uchun iste'moldan vaqtincha voz kechish zarurligiga e'tibor qaratiladi va investitsiyalarni tashqi kapital bilan moliyalashtirish yo'liga ishora qiladi<sup>29</sup>. Boshqa tomondan, Rówinska ta'kidlashicha, “investitsiyalar kapitalni ko'paytirishning asosiy omili hisoblanadi. Ular kelajakda mahsulot ishlab chiqarishga ijobiy ta'sir ko'rsatadigan aktivlarni ko'paytirish yoki almashtirish uchun mo'ljallangan iqtisodiy-moliyaviy xarajatlarni o'z ichiga oladi”<sup>30</sup> deb ta'kidlaydi.

Ushbu ta'rifga e'tibor qaratadigan bo'lsak, ularga yangi ishlab chiqarish obyektlarini qurish, mavjudlarini kengaytirish va bo'sh pul mablag'larini kelajakda daromad olish uchun investitsiya qilish yo'li bilan yangi ishlab chiqarish obyektlarni qurish bilan bog'liq xarajatlarni kiritish mumkin. Rózanski fikriga ko'ra, “investitsiyalar asosan pul mablag'larining chiqishi, ya'ni investitsiyani o'z zimmasiga olgan shaxs (ya'ni investor) uchun daromad olish yoki naqd pulni boshqa investitsiyalar (tovarlar)ga aylantirish jarayoni sifatida tushuniladi”<sup>31</sup>. Shunday qilib, u

---

<sup>26</sup> Manikowski, Arkadiusz, and Zbigniew Tarapata. 2001. Evaluation of Economic Projects. Models and Methods (Ocena Projektów Gospodarczych: Modele i Metody). Warszawa: Difin.

<sup>27</sup> Ostrowska, Elżbieta. 2002. Risk of Investment Projects (Ryzyko Projektów Inwestycyjnych). Warszawa: PWE.

<sup>28</sup> Hirshleifer, Jack. 1965. Investment Decision under Uncertainty: Choice—Theoretic Approaches. The Quarterly Journal of Economics 79: 509–36.

<sup>29</sup> Waldemar Tarczynski The development of the capital market in Poland [International Journal of Economic Policy in Emerging Economies](#) Vol. 1, No. 2-3, July 7, 2008pp 208-218.

<sup>30</sup> Rówinska, Małgorzata. 2012. Short and Long Term Investments (Długo- i Krótkoterminowe Inwestycje). In Financial Accounting Taking into Account IFRS (Rachunkowość Finansowa z Uwzględnieniem MSSF). Warszawa: PWN, p. 67.

<sup>31</sup> Rózanski, Jerzy. 2006. Material Investments and Mergers and Acquisitions in the Enterprise (Inwestycje Rzeczowe Orz Procesy Fuzji i Przejęcia w Przedsiębiorstwie). In Material and Capital Investments (Inwestycje Rzeczowe i Kapitałowe). Warszawa: Difin, p. 13.

investitsiyaga bergan ta'rifida uning moddiy va moliyaviy jihatlariga alohida e'tibor berish kerakligini uqtiradi.

Kamerschen va boshqalar investitsiyalarni daromad keltirish mezonidan tashqari, faqat moddiy ya'ni buyum ko'rinishidagi jihatlar ajragan holda ko'rsatib, "kapital mablag'larni sotib olish deganda – ishlab chiqarish korxonalarining asbob-uskuna, ehtiyot qismlar, uzatuvchi moslamalar, turar-joy binolari hamda boshqa mahsulotlarni ishlab chiqarish bilan bog'liq holda foydalanish mumkin bo'lgan tovar-moddiy zaxiralari qiymat, sifat o'zgarishlar" - deb ta'riflaydi<sup>32</sup>.

Investitsiyaning iqtisodiy samaradorligi muvozanati investitsiya qilishning rentabelligini baholash, uni amalga oshirish bilan bog'liq hatarlarni tahlil qilish va taqdim etilgan variantlardan investitsiya qarorini tanlash jarayonini o'z ichiga oladi. Investitsiyalar yo'nalishi va ko'lamini belgilovchi omillarga korxonaning investitsiya ehtiyojlarini moliyalashtirish uchun kapitalga ega bo'lish va shuning uchun investitsiyalarni moliyalashtirish manbasi kiradi. Tadbirkorlik subyektlari uchun investitsiyalarni amalga oshirish uchun yetarli kapital resurslariga ega bo'lish ular duch keladigan jiddiy muammodir<sup>33</sup>. Investitsiyalar kiritishga rejalashtirgan tadbirkor ularni o'z yoki o'z mablag'lariga tenglashtirgan mablag'lari hisobidan, tadbirkorlik donorlik qiluvchi moliyaviy tashkilotlar tomonidan taqdim etilgan yoki ixtisoslashgan tashkilotlardan qarz mablag'larini jalb qilish orqali moliyalashtiriladigan mablag'lardan amalga oshirilishi mumkin.

Bu shuni anglatadiki, investitsiya jarayoni tadbirkorlik subyektining bozorda samarali ishlashi uchun zarur shartdir, ammo bu uning egalari uchun juda katta moliyaviy va tashkiliy muammodir<sup>34</sup>. Korxonalarining investitsiya faoliyatini moliyalashtirish manbalarining tasnifiga nazar tashlaydigan bo'lsak, eng muhim mezon kapital manbalariga taalluqlidir, ularni yuqorida ta'kidlanganidek, ichki va tashqi bo'linadi. Ushbu sohadagi tadqiqotlar, jumladan, Myers va Majluf tomonidan amalga oshirilgan bo'lib, ular korxonaga investitsiya qilish jarayoni va ushbu subyektlar tomonidan muayyan moliyalashtirish manbalaridan foydalanish o'rtasida bog'liqlik mavjudligi haqidagi nuqtai nazarni ifodalaydi<sup>35</sup>.

Xulosa qilib shuni ta'kidlash kerakki, investitsiyalar mavjud bo'lmaganda har qanday korxonaga yoki tadbirkorlik subyektlari rivojlanmaydi va bu uning tugatilishi, bankrotligi yoki to'lovga layoqatizligi xavfini keltirib chiqaradi. Bu tadbirkorlik subyektlari rivojlanishidagi turg'unlik rivojlanayotgan muhitga nisbatan regressiyaga teng ekanligining natijasidir. Shuning uchun uzoq muddatda investitsion xarajatlarsiz korxonaning samarali faoliyat ko'rsatishi mumkin emas.

### Manbalar ro'yxati:

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "O'zbekiston Respublikasini yanada rivojlantirish bo'yicha harakatlar strategiyasi to'g'risida"gi PF-4947-sonli farmoni 1-ilovasi. 2017-2021-yillarda O'zbekiston Respublikasini rivojlantirishning beshta ustuvor yo'nalishi bo'yicha Harakatlar strategiyasi. 2017 yil 7 fevral. [https:// www lex.uz](https://www.lex.uz)
2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining "Faol tadbirkorlik va innovatsion faoliyatni rivojlantirish uchun shart-sharoitlarni yaratish bo'yicha qo'shimcha

---

<sup>32</sup> Kamerschen, Dawid R., Richard B. McKenzie, and Clark Nardinelli. 1991. Economy (Ekonomia). Gda'nsk: Fundacja Gospodarcza NSZZ Solidarno's'c.

<sup>33</sup> Firlej, Krzysztof Adam. 2018. Financing Innovations by Venture Capital Funds as a Determinant of Innovativeness of Economy. *Ekonomiczne Problemy Usług* 132: 41–53.

<sup>34</sup> Spoz, Anna. 2014. Significance of the EU Funds in Investments of Small and Medium-Sized Enterprises. *Oeconomia Copernicana* 5: 61–74.

<sup>35</sup> Myers, Stewart C., and Nicholas S. Majluf. 1984. Corporate Financing and Investment Decisions When Firms Have Information That Investors Do Not Have. *Journal of Financial Economics* 13: 187–221.

- chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi PQ-3697-sonli farmoni, 2018 yil 5 may. [www.lex.uz](http://www.lex.uz).
3. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019 yil 5 fevraldagi "O‘zbekiston Respublikasining reytingini yaxshilash bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida"gi PF-4160-sonli farmoni. [www.lex.uz](http://www.lex.uz).
  4. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020 yil 29 iyundagi “O‘zbekiston Respublikasida korrupsiyaga qarshi kurashish tizimini takomillashtirish bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi PF-6013-son farmoni. <https://www.lex.uz>
  5. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “2022-2026-yillarga mo‘ljallangan yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasi” 2022 yil 28 yanvardagi PF-60-son Farmoni. <https://www.lex.uz>
  6. O‘zbekiston Respublikasi Davlat Statistika qo‘mitasi ma’lumotlari 2010-2022 yillar.
  7. Abdugafarov Abduxalil; Isakov Ahmadali. Determination of safety condition of investment projects. Asian Journal of Research in Business Economics and Management ISSN: 2249-7307 Vol. 12, Issue 1, January 2022 SJIF 2021 = 8.075 A peer reviewed journal. DOI: 10.5958/2249-7307.2022.00009.3.
  8. Al-Tit, Ahmad, Anis Omri, and Jalel Euch. 2019. Critical Success Factors of Small and Medium-Sized Enterprises in Saudi Arabia: Insights from Sustainability Perspective. Administrative Sciences 9: 32.

**THEORETICAL FOUNDATIONS OF THE EFFECTIVE USE OF  
INVESTMENTS IN BUSINESS ENTITIES**

**Isakov Ahmadali Esanbayevich**

Turan International University

prorector, PhD

Namangan, Uzbekistan

**Abstract:** This article presents the views of various economists on the concepts of investment potential and their theoretical analysis.

**Keywords:** investment potential, reserve, global interest rates, economic development, debt, high growth rates.

## RAQAMLI MARKETING STRATEGIYALARI BILAN MINTAQA TURIZM SALOHIYATINI JAHON MIQYOSIDA TANITISH: XALQARO TAJRIBALAR TAHLILI

**Jafarova Hilola Xalimovna**

Buxoro muhandislik-texnologiya instituti tayanch doktoranti,  
Buxoro davlat universiteti, Turizm va mehmonxona xo'jaligi o'qituvchisi  
Buxoro, O'zbekiston  
khjafarova92@gmail.com  
orcid.org/0009-0005-8312-1397

**Annotatsiya:** Ushbu maqola mintaqani rivojlantirishda turizm salohiyatini raqamli marketing strategiyalari yordamida jahon miqyosida tanitish masalalarini tahlil etadi. Raqamli texnologiyalar, xususan, ijtimoiy media, qidiruv tizimlari optimizatsiyasi (SEO), onlayn rezervatsiya platformalari, VR/AR texnologiyalari va influencer marketing kabi vositalar global turizm bozorida brend yaratish, turistlar oqimini ko'paytirish hamda xizmat sifatini yaxshilashda muhim rol o'ynayotganligi maqolada keng yoritiladi. Buxoro viloyati misolida case-study yondashuvi asosida olib borilgan tahlillar, mintaqa salohiyatini raqamli formatda namoyon etish orqali an'anaviy tarixiy merosni dunyoga targ'ib qilish mumkinligini ko'rsatadi.

Maqolada raqamli marketing strategiyalarining asosiy elementlari – ijtimoiy media marketingi, SEO, onlayn booking platformalari bilan hamkorlik, influencer marketing va VR/AR texnologiyalari – alohida ko'rib chiqilib, ularni amaliyotga joriy qilish bosqichlari belgilab beriladi. Shuningdek, Finlyandiya, Yangi Zelandiya va Italiya kabi davlatlarning xalqaro tajribalari keltirilib, mintaqa turizm salohiyatini jahon miqyosida targ'ib qilish bo'yicha ilg'or amaliyotlar tahlil etiladi.

Maqolada raqamli marketing doimiy rivojlanish va moslashuvchanlikni talab qilishi, strategiyani yil sayin takomillashtirish zarurligi ta'kidlanadi. Natijada, turistlar oqimini oshirish, mahalliy iqtisodiyotni mustahkamlash, brend taniluvchanligini mustahkamlash va global raqobatda bardavom bo'lish imkoniyati yaratiladi.

Ushbu tadqiqot, turizm sohasida raqamli marketingdan keng foydalanishni rag'batlantirish, uning barqaror rivojlanishiga hissa qo'shish hamda O'zbekiston yoki boshqa mintaqalar uchun ilmiy-amaliy manba bo'lishi mumkin. Xulosa sifatida maqola raqamli marketing strategiyalarini mahalliy sharoitga moslash, innovatsion texnologiyalardan keng foydalanish va chuqur tahlil orqali turizm raqobatbardoshlikni oshirish zarurligini ta'kidlaydi.

**Kalit so'zlar:** Raqamli marketing, turizm salohiyati, Buxoro viloyati, case-study, SEO (qidiruv tizimlari optimizatsiyasi), ijtimoiy media marketingi, influencer marketing, VR/AR texnologiyalari, onlayn bronlash platformalari, brend taniluvchanligi.

### Kirish

Zamonaviy global iqtisodiy munosabatlar sharoitida turizm sohasini rivojlantirishda raqamli texnologiyalardan foydalanish tobora muhim ahamiyat kasb etmoqda. Raqamli marketing strategiyalari, xususan, ijtimoiy media platformalari, qidiruv tizimlari optimizatsiyasi (SEO), onlayn reklamalar, mobil ilovalar va blogerlardan foydalanish turizm salohiyatini tez, samarali va keng ko'lamda targ'ib qilish imkonini beradi. Mintaqaviy turizm mahsulotlarini jahon bozoriga olib chiqishda raqamli marketing nafaqat turistlarning ongida muayyan yo'nalish haqida xabardorlikni oshiradi, balki raqobatbardoshlikni ham kuchaytiradi. Ushbu maqolada "Case-study"

yondashuvi asosida O‘zbekistonning qadimiy madaniy merosga ega mintaqasi – Buxoro viloyati misolida raqamli marketing strategiyalarini qo‘llash orqali turizm salohiyatini jahon miqyosida tanitish masalalari yoritiladi.

### Adabiyotlar sharhi

Raqamli marketing strategiyalarining turizm sohasidagi o‘rni va ahamiyatini ilmiy-nazariy jihatdan o‘rganish turli olimlar tomonidan keng tahlil etilgan. Turizm raqobati kuchaygan global sharoitda axborot-kommunikatsiya texnologiyalari, ijtimoiy media, qidiruv tizimlari optimizatsiyasi, influencer marketing, onlayn sharhlar kabi vositalardan foydalanish destinatsiyalar brendini mustahkamlash, turistlar oqimini oshirish va xizmat sifatini yaxshilashda alohida e‘tibor qozonmoqda. Quyida keltirilgan olimlarning ilmiy izlanishlari raqamli marketing strategiyalarining turizmni rivojlantirish hamda mintaqa turizm salohiyatini jahon miqyosida tanitishdagi dolzarb masalalarni yoritadi.

Turizm va raqamli texnologiyalar integratsiyasi bo‘yicha peshqadam olimlardan biri hisoblangan Dimitrios Buhalis turizm sohasida axborot-kommunikatsiya texnologiyalaridan foydalanish masalasini keng o‘rganib chiqqan. Uning izlanishlari shuni ko‘rsatadiki, raqamli marketing vositalari turistik destinatsiya brendini mustahkamlash, turistlar oqimini diversifikatsiya qilish hamda turistlarning sayohatni rejalashtirish jarayonini soddalashtirishga xizmat qiladi. Buhalisning tadqiqotlari turizm industriyasida “raqamli transformatsiya” konsepsiyasining ilmiy asosi sifatida qaraladi[1].

Marketing bo‘yicha yetakchi nazariyachi Philip Kotler va uning hamkasblari John T. Bowen hamda James Makens turizm marketingini umumiy marketing strategiyalari doirasida o‘rganib, raqamli kanallar orqali brendni tanitish, iste‘molchilar bilan muloqotni kuchaytirish hamda xizmat sifatini yaxshilash muhimligini ta‘kidlashadi. Ularning ilmiy ishlari mintaqaviy turizm mahsulotlarini global darajada brendlashda raqamli marketing strategiyalarining qanchalik muhim rol o‘ynashini asoslab beradi[2].

Raqamli texnologiyalar va onlayn platformalar turizm sohasini tubdan o‘zgartirishi haqidagi qarashlarga katta e‘tibor qaratgan tadqiqotchi Marianna Sigala, ijtimoiy media marketingi, onlayn sharhlar, blogerlar bilan hamkorlik, onlayn rezervatsiya tizimlari va mobil ilovalar turizm destinatsiyalari raqobatbardoshligini oshirishini ta‘kidlaydi. Uning tadqiqotlari turistlarning qaror qabul qilish jarayonida onlayn resurslarning ijobiy ta‘sirini ilmiy jihatdan izohlab beradi[3].

Zheng Xiang va Ulrike Gretzel onlayn qidiruv tizimlari, ijtimoiy tarmoqlar, sayohat sharhlari va foydalanuvchi tomonidan yaratilgan kontent (UGC) turizm destinatsiyalarini global auditoriyaga yetkazishda asosiy omil ekanini namoyish etishgan. Zheng Xiang va Ulrike Gretzelning tadqiqotlari onlayn platformalardan strategik foydalanish destinatsiya brendini shakllantirish, xabardorlikni oshirish va turistlarni jalb qilishda hal qiluvchi rol o‘ynashini ko‘rsatadi. Bu esa mintaqaviy turizm salohiyatini jahon miqyosida tanitishda raqamli marketing tamoyillarining qanchalik muhim ekaniga ilmiy dalil bo‘lib xizmat qiladi[4].

Yuqorida keltirilgan olimlarning tadqiqotlari raqamli marketing strategiyalarining turizm destinatsiyalari brendini shakllantirish, global bozorni kengaytirish va turistlar bilan interaktiv aloqalarni mustahkamlashdagi muhim rolini tasdiqlaydi. Olimlar ishi shuni ko‘rsatadiki, ijtimoiy media platformalari, SEO, influencer marketing, onlayn sharhlar, VR/AR texnologiyalari va boshqa raqamli vositalar turistlar qaror qabul qilish jarayoniga sezilarli ta‘sir ko‘rsatadi. Natijada, destinatsiyalar o‘zining madaniy, tabiiy va tarixiy merosini global miqyosda samarali targ‘ib eta oladi. Mazkur adabiy manbalar raqamli marketing yondashuvlarini mahalliy sharoitga moslashtirish, yangi raqamli trendlar va platformalardan boxabar bo‘lish, strategik rejalashtirishni uzluksiz takomillashtirish zarurligini ta‘kidlaydi. Shu tariqa, raqamli marketing strategiyalaridan unumli foydalanish turizm industriyasida raqobatbardoshlikni oshirish, iqtisodiy barqarorlikka

erishish va mintaqa turizm salohiyatini keng auditoriyaga yetkazish uchun mustahkam ilmiy asos yaratilganligini ko'rsatadi.

### **Tadqiqot materiallari va usullari**

Ushbu tadqiqot mintaqani rivojlantirishda raqamli marketing strategiyalaridan turizmda foydalanish amaliyotini tahlil qilish va ularni jahon miqyosida mintaqa turizm salohiyatini targ'ib etishga yo'naltirish maqsadida olib borildi. Tadqiqot materiallari sifatida mahalliy va xalqaro ilmiy adabiyotlar, onlayn axborot resurslari, turizm sohasi bo'yicha rasmiy hisobotlar, statistika ma'lumotlari, shuningdek, Buxoro viloyati misolida o'tkazilgan case-study yondashuvidan olingan amaliy natijalar asos qilib olindi.

#### **Materiallar:**

1. Ilmiy adabiyotlar: Raqamli marketing, turizm marketingi, turizm raqamli texnologiyalarni qo'llash, brend yaratish, ijtimoiy media marketing, SEO, influencer marketing, onlayn sharhlarning turizm destinatsiyalariga ta'siri bo'yicha monografiyalar, ilmiy maqolalar, konferensiya materiallari.
2. Onlayn resurslar: Global turizm bozori va raqamli marketing bo'yicha yetakchi veb-saytlar, xalqaro turizm tashkilotlari (UNWTO), professional turizm uyushmalari, onlayn bronlash platformalari (Booking.com, Airbnb, Expedia) hamda ijtimoiy media platformalar (Instagram, Facebook, YouTube, TikTok) tahlilidan olingan ma'lumotlar.
3. Rasmiy hisobotlar va statistika: Jahon turizm tashkiloti (UNWTO), Jahon banki, Xalqaro valyuta jamg'armasi (IMF) kabi xalqaro tashkilotlar hamda O'zbekiston Turizm va madaniy meros vazirligi, Buxoro viloyati hokimligi, mahalliy turizm klasterlari, turizm kompaniyalari va mehmonxonalarining rasmiy hisobotlari, statistik ma'lumotlari.
4. Case-study ma'lumotlari: Buxoro viloyati turizm salohiyatini jahon bozoriga olib chiqishga qaratilgan raqamli marketing strategiyasining amaliy joriy etilish bosqichlari, izlanishlar jarayonida olingan raqamli natijalar (onlayn trafik, sharhlar, bronlashlar soni, ijtimoiy media faolligi) va baholash mezonlari.

#### **Usullar:**

1. Tahliliy-uslubiy yondashuv: Ilmiy adabiyotlar va amaliy ma'lumotlarni o'rganish hamda umumlashtirish orqali raqamli marketingning turizm sohasidagi o'rnini nazariy asosda aniqlash.
2. Case-study usuli: Buxoro viloyati misolida raqamli marketing strategiyalarini hayotga tadbiq etish bosqichlari, natijalari va samaradorligini real sharoitda o'rganish, bu jarayonda muvaffaqiyat omillari va kamchiliklarni aniqlash.
3. Qiyosiy tahlil: Xalqaro tajribalarni o'rganish orqali turli mintaqalar va davlatlarda qo'llanilgan raqamli marketing strategiyalarini qiyoslash, ulardan mintaqaviy sharoitga mos tavsiyalar ishlab chiqish.
4. Statistika va analitik usullar: Google Analytics, ijtimoiy media "insights" tizimlari, onlayn sharhlar hamda qidiruv tizimlaridagi kalit so'zlar statistikasini tahlil qilish orqali raqamli marketing strategiyasining samaradorligini baholash.
5. Ekspert baholash: Turizm sohasida tajribaga ega mutaxassislar, turizm menejerlari, raqamli marketing bo'yicha mutaxassislar va blogerlar bilan norasmiy intervyular, suhbatlar orqali ilmiy xulosalarni mustahkamlash va amaliy tavsiyalar ishlab chiqish.

Mazkur materiallar va usullar raqamli marketing strategiyalarining mintaqaviy turizm salohiyatini jahon bozoriga samarali tarzda olib chiqish, turistlar oqimini oshirish, brend

taniluvchanligini mustahkamlash va mintaqaviy iqtisodiyotni mustahkamlashdagi imkoniyatlarini chuqur o‘rganish va ilmiy-asoslangan tavsiyalar ishlab chiqishga xizmat qiladi.

### Natijalar

Raqamli marketing — internet, mobil ilovalar, ijtimoiy media, e-mail marketing, qidiruv tizimlari va boshqa onlayn vositalardan foydalangan holda ma’lum brend, mahsulot yoki xizmatni targ‘ib etish va sotishni rag‘batlantirish strategiyasidir. Turizm sohasida raqamli marketing iqtisodiy, demografik, geografik va psixografik xususiyatlarni hisobga olgan holda aniq segmentlarga yo‘naltirilgan targ‘ibot ishlarini olib borishga imkon beradi. Jahon miqyosida mashhur turizm yo‘nalishlari – Parij, London, Singapur yoki Dubay kabi shaharlarda raqamli marketing platformalaridan keng foydalanish rivojlangan. Ular onlayn bozorning keng imkoniyatlaridan foydalangan holda, global auditoriyada o‘z brendini mustahkamlashga erishgan.

Buxoro viloyati turizm salohiyati bilan ajralib turadi. Qadimiy shahar Buxoro – UNESCO meros ob‘ektlariga ega, tarixiy madrasalar, masjidlar, karvonsaroylar, hunarmandchilik markazlari, milliy gastronomik an‘analar va madaniy tadbirlar turistlarni jalb etuvchi omillardandir. Biroq, jahon miqyosidagi raqobat davomiy sharoitida faqatgina tarixiy merosga tayanish yetarli emas. Raqamli marketing usullari bu madaniy boyliklarni keng auditoriyaga yetkazish, turistlar oqimini ko‘paytirish hamda turizm xizmatlarining iqtisodiy samaradorligini oshirish uchun zarurdir.

Case-study yondashuvi real hayotdagi misol (Buxoro) orqali ilmiy-nazariy xulosalarni amaliy tavsiyalar bilan boyitish imkonini beradi. Bunda quyidagi bosqichlar amalga oshiriladi:

1. Mintaqa to‘g‘risida dastlabki ma’lumotlar to‘plash: turizm infratuzilmasi, mavjud onlayn marketing faoliyati, raqamli savodxonlik darajasi.
2. Mintaqadagi asosiy muammolarni aniqlash: brend tanilishining pastligi, turistlar bilan bevosita onlayn aloqaning cheklanganligi.
3. Raqamli marketing vositalarini tanlash va sinovdan o‘tkazish: ijtimoiy tarmoqlarda akkauntlar yuritish, influencerlar bilan hamkorlik, onlayn booking platformalari bilan integratsiya.
4. Natijalar va samaradorlik ko‘rsatkichlarini tahlil qilish: sayyohlar oqimi, sayyohlar qoniqish darajasi, brendga nisbatan onlayn sharhlar, onlayn izlanish so‘rovlari (search queries) statistikasi.

Raqamli marketing strategiyalari asosiy elementlari quyidagilardan iborat:

1. Ijtimoiy media marketingi: Instagram, Facebook, TikTok, YouTube kabi platformalar orqali Buxoroningshahar tasvirlari, video-gidlar, hunarmandlarning ijodiy jarayonlari, gastronomik taomlarni namoyish etish orqali global auditoriyani jalb qilish.
2. SEO (Qidiruv tizimlari optimizatsiyasi) - Buxoro shahri va mintaqaning turizm xususiyatlarini aks ettiruvchi kalit so‘zlardan foydalanish, sayyohlik veb-saytlarini qidiruv tizimlarida yuqori o‘ringa ko‘tarish. Misol uchun, “Bukhara travel”, “Central Asia Silk Road”, “Bukhara cultural tour” kabi atamalarni optimallashtirish.
3. Onlayn booking platformalari bilan hamkorlik - Booking.com, Airbnb, Expedia kabi platformalarda Buxoro mehmonxonalarini, hostellarni ro‘yxatga kiritish, mahsulot profilini boy multimedia materiallari bilan to‘ldirish.
4. Influencer marketing - mashhur blogerlar, sayyohlik influencerlari bilan hamkorlik, ular Buxoroni ziyorat qilishi, o‘z obunachilariga shaharning betakror jihatlarini ko‘rsatishi. Shu orqali brend tanilishining jonlanishi va ishonchlilik o‘shishi.
5. Virtual va kengaytirilgan haqiqat (VR/AR) - Virtual turlar, 3D formatdagi tarixiy obidalar, interaktiv xaritalar orqali turistlar sayohatga borishdan oldin onlayn tarzda tajriba qilishlari. Bu imkoniyat turistlarni shaharni real ravishda ko‘rishga undaydi.

6. E-mail marketing va ma'lumotlar bazasi - mavjud turistlar ma'lumotlar bazasini yuritish, ularga aksiyalar, yangi yo'nalishlar, tadbirlar haqida muntazam xabarnomalar yuborish.

**Case 1: Finlyandiya – “Rent a Finn” kampaniyasi** - Finlyandiya Turizm Kengashi ijtimoiy media va videomarketingdan foydalanib, “Rent a Finn” nomli raqamli kampaniyani amalga oshirdi. Mazkur kampaniya doirasida xorijiy sayyohlar Finlyandiyaning mahalliy aholisi bilan to'g'ridan-to'g'ri onlayn aloqa o'rnatishdi, ularning hayot tarzi, tabiat qo'ynidagi ta'til madaniyati bilan tanishishdi.

**Nima qildi?**

– Rasmiy turizm sayti va ijtimoiy media platformalarida video-intervyular, live-stream tadbirlar o'tkazildi.

– Influencer va blogerlar hamkorligi yo'lga qo'yilib, #RentAFinn xeshtegi orqali global auditoriya jalb qilindi.

**Natija:**

– Finlyandiya brendi jahon miqyosida ko'proq tanila boshladi.  
– Turistlar oqimi oshdi, sayyohlar ijobiy sharhlari va ijtimoiy media faolligi tufayli yangi segmentlarni qamrab olishga erishildi.  
Bu case Buxoro kabi mintaqalarda ham mahalliy aholining turmush tarzi va madaniyatini raqamli vositalar orqali global auditoriyaga ko'rsatish qanchalik samarali ekani haqida saboq beradi.

**Case 2: Yangi Zelandiya – 100% Pure New Zealand onlayn kampaniyasi** - Yangi Zelandiya turizm kengashi tomonidan ishga tushirilgan “100% Pure New Zealand” platformasi raqamli marketing strategiyalaridan keng foydalanadi. Ular keng miqyosda Google, YouTube, Instagram, Facebook va TikTok kabi platformalarda yuqori sifatli foto va videolar bilan boyitilgan kontent, virtual turlar, interaktiv xaritalar taklif etishdi.

**Nima qildi?**

– Matnli kontentni SEO orqali optimallashtirish, “New Zealand travel”, “Lord of the Rings tour” kabi kalit so'zlar bilan birinchi o'rinlarga chiqish.

– Onlayn booking platformalari va sayyohlik portallari bilan integratsiya.

– Influencerlar bilan hamkorlik, mashhur sayohat blogerlarining Yangi Zelandiya haqidagi lavhalarini ommalashtirish.

**Natija:**

– Yangi Zelandiya markasi nafaqat tabiiy boyliklari, balki virtual turlar va interaktiv raqamli tajribalar orqali ham tanildi.

– Onlayn izlanishlar, bronlashlar va turistlar oqimi barqaror oshib bordi. Ushbu yondashuv Buxoro kabi tarixiy shaharlarda ham raqamli brendlash, SEO va onlayn platformalar bilan hamkorlik orqali jahon bozorida o'z o'rnini mustahkamlash mumkinligini ko'rsatadi.

**Case 3: Italiya – Toscana (Tuscany) mintaqasini ijtimoiy mediada targ'ib qilish** - Italiyaning mashhur Toscana mintaqasi gastronomiya, vino turlari, madaniy meros va san'at durdonalari bilan butun dunyoga tanilgan. So'nggi yillarda Toscana turizm idoralari ijtimoiy media marketingi, professional fotografiya, drone videolar, virtual 360° turlar va onlayn vebinarlar orqali o'z salohiyatini yanada kengaytirdi.

**Nima qildi?**

– Instagram va Pinterest kabi ko'proq vizual platformalarga e'tibor, Toscana landshaftlari, uzumzorlar, qadimiy qishloqlarining go'zalligini chiroyli kadrlarda aks ettirish.

– Chet ellik maqsadli auditoriyaga qaratilgan reklama kampaniyalari (Facebook Ads, Google Ads) yordamida turli davlatlardagi potensial sayyohlarga individual tarzda yo'naltirilgan reklama.

– Michelin yulduzli restoranlar, sharob ishlab chiqaruvchilar, hunarmandlar bilan hamkorlikda video-intervyu va veb-seminarlar tashkil qilish.

**Natija:**

– Toscana brendi jahon miqyosida yanada mustahkamlandi, turistlar oqimi va sezon davomida bandlik darajasi oshdi.

– Onlayn sharhlar, obunachilar soni, repost va like kabi raqamli ko‘rsatkichlar yuqoriladi, bu esa boshqaruv qarorlarini qabul qilishda yordam berdi.

Case-study doirasida Buxoro turizm idorasi (yoki faraziy turizm klasteri) raqamli marketing strategiyasini quyidagicha amalga oshiradi:

1. **Boshlang‘ich bosqich:**

– Buxoro turizm rasmiy veb-saytini ishlab chiqish va unga SEO orqali optimallashtirilgan kontent joylash.

– Instagram, Facebook va YouTube-da rasmiy akkauntlar ochish. Dastlabki bir oy davomida har 3-4 kunda yangi post, foto-galereya, tarixiy obidalarga oid qisqa videolar joylash.

– Influence marketing: 2-3 nafar sayyoh-bloger bilan hamkorlik. Masalan, Yevropalik bloger Mark, Osiyolik bloger Li yoki rus tilli bloger Olga orqali Buxoro haqida stori, video va blogpostlar yaratish.

2. **O‘rta bosqich (3-6 oy):**

– Booking.com va Airbnb platformalarida Buxoro mehmonxonalari, oilaviy guesthouse va milliy uslubdagi boutique-hotellar profilini boyitish.

– Virtual turlar joriy etish: Buxoro Ark qal‘asining VR formatdagi 360° video turlarini YouTube va rasmiy saytda joylash.

– Turistlar ma‘lumotlar bazasini yuritish, avvalgi mehmonlarga e-mail orqali yangi festivallar, hunarmandchilik ko‘rgazmalari haqida ma‘lumot yuborish.

3. **Yakuniy bosqich (6-12 oy):**

– Statistika tahlili: Google Analytics, social media insights, booking platformalaridagi sharhlar va reytinglar orqali natijalar baholash.

– Kamchiliklarni aniqlash: Qaysi kalit so‘zlar bilan turistlar saytda kamroq qolishyapti, qaysi ijtimoiy media postlari o‘zini oqlamadi.

– Strategiyani takomillashtirish: Eng ko‘p tomosha qilingan videolar mavzusini kengaytirish, qo‘shimcha tillarda kontent yaratish, ilg‘or blogerlar bilan hamkorlikni davom ettirish.

Mazkur raqamli marketing strategiyasini amalga oshirish natijasida:

– Buxoro shahri nomi bilan bog‘liq qidiruv so‘rovlari soni oshadi, onlayn trafik izchil o‘sadi.

– Ijtimoiy mediada obunachilar soni va ular bilan o‘zaro aloqalar (layk, sharh, repost) ortadi.

– Booking.com kabi platformalarda Buxoro mehmonxonalarining bandligi va ijobiy sharhlari ko‘payadi.

– Influencer marketing tufayli nafaqat Yevropa, balki Osiyo va Amerika bozorlaridan ham sayyohlar jalb qilinadi.

– Virtual turlar va AR imkoniyatlari potensial sayyohlarni real safarga undaydi, bu esa turistlar oqimini ko‘paytiradi.

Ushbu jarayonlarning barchasi mintaqaviy turizm sohasida raqobatbardoshlikni kuchaytirishi, byudjet tushumlarini oshirishi va mahalliy aholining daromadlarini ko‘paytirishi kutiladi. Shu bilan birga, raqamli marketing doimiy rivojlanishni talab qiladi. Shuning uchun strategiyani har yili takomillashtirib, yangi raqamli trendlar, platformalar va vositalar bilan boyitish lozim.

Raqamli marketing strategiyalari dunyoning turli mintaqalarida turizm salohiyatini keng targ‘ib qilishda muhim rol o‘ynamoqda. Global turizm bozori ijtimoiy media, qidiruv tizimlari optimizatsiyasi (SEO), onlayn booking platformalari, VR/AR texnologiyalari, influencer marketing va boshqa raqamli vositalar orqali mintaqa brendini yaratish, turistlar oqimini oshirish va xizmat sifati to‘g‘risida xabardorlikni kengaytirish imkoniga ega bo‘lmoqda. Quyidagi 1-jadvalda xorij davlatlari misolida raqamli marketing strategiyalarining qo‘llanilishi, erishilgan

natijalar va o'ziga xos jihatlari keltiriladi. Ushbu tajribalar O'zbekiston yoki boshqa mintaqa turizm tashkilotlariga amaliy dars bo'lishi mumkin.

**1-jadval<sup>36</sup>.**

**Raqamli marketing strategiyalari yordamida mintaqaviy turizm salohiyatini jahon miqyosida tanitish bo'yicha xorij davlatlari tajribasi**

Mamlakat	Asosiy Yondashuvlar	Qo'llaniladigan Raqamli Vositalar	Natijalar	O'ziga xos xususiyatlar
Finlyandiya	“Rent a Finn” kampaniyasi orqali mahalliy aholining turmush tarzini global auditoriyaga taqdim etish	Instagram, YouTube, influencer marketing, #RentAFinn xeshtegi	Global e'tibor, turistlar oqimi o'sishi, brend imiji yaxshilanishi	Mahalliy hayot tarzini samimiy raqamli hikoyalash orqali global qiziqish uyg'otish
Yangi Zelandiya	“100% Pure New Zealand” brendlash, SEO va multimediali kontent orqali tabiiy merosni ilgari surish	Google Ads, YouTube videolar, ijtimoiy media marketing, SEO	Onlayn trafik o'sishi, brend taniluvchanligi ortishi, barqaror turistlar oqimi	Tabiat va ekoturizmni yuqori sifatli raqamli materiallar bilan dunyoga tanitish
Singapur	Har tomonlama raqamli integratsiya: mobil ilovalar, interaktiv sayohat planerlari va AR/VR	Rasmiy portal, mobil ilovalar, chatbot, VR turlar, ijtimoiy media reklamalar	Segmentlangan reklamalar, turistlar qoniqish darajasining oshishi	Shaharning zamonaviy qiyofasini raqamli vositalar bilan uyg'unlashtirib, interaktiv rejalashtirishni ta'minlash
Italiya (Toskana)	Madaniy meros, gastronomiya va landshaftlarni vizual platformalarda keng yoritish	Instagram, Pinterest, drone videolar, AR/VR turlar, qidiruv tizimlari marketingi	Reyting va sharhlar yaxshilanishi, mavsumiy cheklolarning pasayishi	Vinokorlik, gastronomik turlarni ijodiy vizual kontent bilan targ'ib qilish
Ispaniya (Barselona)	Shahar brendini onlayn brendlash, tadbirlarni real vaqt rejimida namoyish etish	Facebook Ads, TikTok, Instagram live, influencer marketing, city-app	Turist oqimi barqaror o'sishi, qisqa muddatda maqsadli auditoriyaga chiqish	Festival va madaniy tadbirlarni onlayn efirga uzatish orqali global qiziqish uyg'otish
Fransiya (Parij)	Klassik turizm brendini raqamli vositalar bilan zamoniylashtirish, VR turlar	YouTube'dagi VR turlar, ko'ptilli veb-saytlar, ijtimoiy media reklamalar, Street View	Brendning mustahkamlanishi, turistlar tayyorgarligining oshishi, sarf-xarajat hajmi ko'payishi	Klassik diqqatga sazovor joylarni raqamli tajribalar bilan boyitish orqali yangi auditoriyaga chiqish
BAA (Dubay)	Innovatsion texnologiyalar, “smart city” konsepsiyasi, premium segmentga yo'naltirish	AR/VR, mobil ilovalar, influencer marketing, real vaqti mijoz qo'llab-quvvatlash	Eksklyuziv sayohat tajribasi, premium segment jalb qilinishi, qoniqish darajasi yuqori	Zamonaviy texnologiyalarni (AI, chatbot) xizmat ko'rsatishda keng qo'llash
Yaponiya (Kyoto)	Milliy merosni raqamli hikoyalash, mashhur bloger va vlogerlar bilan hamkorlik	Bloggerlar, vlogerlar, professional fotografiya, onlayn ekskursiyalar	Tarix va madaniyatni samarali brendlash, turist oqimining ortishi	Hunarmandchilik, urf-odatlarini aniq va interaktiv kontent orqali ommalashtirish

<sup>36</sup> Muallif ishlanmasi.

Avstraliya (Sidney)	Tabiat va shahar landshaftlarini yuqori sifatli raqamli kontent orqali namoyish qilish	Drone videolar, professional fotografiya, YouTube, Instagram reklamalar, SEO	Onlayn izlanishlar ortishi, brendga nisbatan ishonchning kuchayishi	Ekoturizmni HD video, interaktiv xaritalar orqali global auditoriyaga ko'rsatish
Janubiy Koreya (Seul)	"Smart tourism", pop-madaniyat omillarini turizm marketingiga qo'shish	K-pop, K-drama influencerlari, WeChat, TikTok reklamalar, onlayn rezervatsiya	Brend tanilishi, turistlar oqimining dinamik oshishi, yangi bozor segmentlari qamrab olinishi	Pop-madaniyat va turizm marketingini sintez qilish orqali keng yoshlarga chiqish

1-jadvalda har bir davlat bo'yicha asosiy yondashuvlar, qo'llanilgan raqamli vositalar, erishilgan natijalar hamda o'ziga xos xususiyatlar sistematik tarzda bayon etiladi. Maqsad – dunyo tajribasidan saboq olish va o'xshash strategiyalarni mahalliy sharoitga moslashtirish imkoniyatini o'rganish.

Yuqoridagi 1-jadval turli davlatlar misolida raqamli marketing strategiyalarining mintqa turizm salohiyatini jahon miqyosida keng targ'ib qilishda qanchalik samarali ekanini ko'rsatdi. Har bir davlat o'ziga xos tabiiy, madaniy yoki infratuzilmaviy xususiyatlarni raqamli hikoyalash, influencer marketing, VR/AR texnologiyalari, SEO va ijtimoiy media kampaniyalari orqali global auditoriyaga tanitishga muvaffaq bo'lgan. Natijada turistlar oqimi oshishi, brend taniluvchanligi mustahkamlanishi va turizm sohasida raqobatbardoshlikning kuchayishi kuzatilgan. Ushbu tajribalar boshqa mintaqalar, jumladan O'zbekiston yoki Buxoro kabi tarixiy regionlar uchun ham namuna bo'lib, raqamli marketing orqali turizmni rivojlantirishda strategik qadamlar qo'yish lozimligini ta'kidlaydi.

### Tahlillar

Maqolada raqamli marketing strategiyalari yordamida mintqa turizm salohiyatini jahon miqyosida tanitish masalasi Buxoro viloyati misolida case-study yondashuvi asosida ko'rib chiqildi. Tahlillar shuni ko'rsatadiki, turizm raqamli marketingdan samarali foydalanish:

- Brend taniluvchanligini oshiradi;
- Global auditoriya bilan bevosita aloqani ta'minlaydi;
- Turistlar qoniqish darajasini ko'taradi;
- Mintaqaga keluvchi sayyohlar oqimini izchil o'stiradi.

Kelajakda tavsiyalar sifatida quyidagilarni ta'kidlash mumkin:

1. Raqamli marketing bo'yicha mutaxassislar va turizm boshqaruv idoralari o'rtasida hamkorlik o'rnatish.
2. Onlayn platformalarda sifatli multimediali kontent yaratish, VR/AR texnologiyalaridan keng foydalanish.
3. Influencerlar, blogerlar va ijtimoiy media yulduzlar bilan hamkorlikni kengaytirish.
4. Statistika va analitik vositalardan muntazam foydalanish, strategiyani takomillashtirib borish.
5. Mahalliy hunarmandchilik mahsulotlari, gastronomik festival, folklor tadbirlarini raqamli tarzda ilgari surish orqali mahalliy iqtisodiyotni mustahkamlash.

Shunday qilib, raqamli marketing nafaqat mintaqaviy turizm rivoji, balki uni jahon miqyosida tanitish va raqobatbardoshlikni mustahkamlash yo'lida mustahkam poydevor bo'lib xizmat qiladi. Buxoro viloyati misolida o'tkazilgan case-study kelajakda boshqa mintaqalar uchun ham tajriba sifatida foydalanilishi va turizm sohasida raqamli texnologiyalarni keng joriy qilishga turtki bo'lishi mumkin.

### Manbalar ro'yxati

1. Buhalis, D. (2000). Marketing the Competitive Destination of the Future. *Tourism Management*, 21(1), 97–116.

2. Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2014). *Marketing for Hospitality and Tourism* (6th Edition). Pearson Education.
3. Sigala, M., Christou, E., & Gretzel, U. (2012). *Social Media in Travel, Tourism and Hospitality: Theory, Practice and Cases*. Ashgate Publishing.
4. Xiang, Z., & Gretzel, U. (2010). Role of Social Media in Online Travel Information Search. *Tourism Management*, 31(2), 179–188.
5. UNWTO (2022). *World Tourism Barometer and Statistical Annex*. United Nations World Tourism Organization.
6. Gretzel, U., & Yoo, K. H. (2008). Use and Impact of Online Travel Reviews. *Information and Communication Technologies in Tourism*, Springer, 35–46.
7. Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice* (7th Edition). Pearson Education.
8. Tussyadiah, I., & Fesenmaier, D. R. (2009). Mediating Tourist Experiences: Access to Places via Shared Videos. *Annals of Tourism Research*, 36(1), 24–40.
9. Booking.com (2023). *Global Travel Trends Report*.

**PROMOTING THE REGION’S TOURISM POTENTIAL GLOBALLY  
THROUGH DIGITAL MARKETING STRATEGIES: AN ANALYSIS OF  
INTERNATIONAL EXPERIENCES**

**Hilola Kholimovna Jafarova**

Base Doctoral Student at the Bukhara Engineering-Technology Institute,  
Lecturer in Tourism and Hospitality at Bukhara State University  
Bukhara, Uzbekistan  
khjafarova92@gmail.com  
orcid.org/0009-0005-8312-1397

**Abstract:** This article analyzes the promotion of a region’s tourism potential to a global scale through digital marketing strategies. In today’s global tourism market, the use of digital technologies—such as social media, search engine optimization (SEO), online booking, VR/AR technologies, and influencer marketing—plays a crucial role in building a brand, increasing tourist inflows, and enhancing service quality. Using a case-study approach focusing on the Bukhara region of Uzbekistan, the paper demonstrates that digital tools enable the effective presentation of a region’s rich historical and cultural heritage to a worldwide audience.

The article examines key elements of digital marketing, including social media marketing, SEO, collaboration with online booking platforms, influencer marketing, and VR/AR applications. It also provides examples from international practice (Finland, New Zealand, Italy), illustrating best practices in globally promoting regional tourism potential.

The author emphasizes the need for continual development and adaptation of digital marketing strategies to changing conditions, as well as annual improvements and the integration of innovative technologies. This, in turn, fosters an increase in tourist inflows, strengthens the local economy, enhances brand recognition, and boosts competitiveness on the global market. The study may serve as a scientific and practical reference for countries like Uzbekistan and other regions looking to improve their tourism sector’s competitiveness through digital marketing tools.

**Keywords:** Digital marketing, tourism potential, Bukhara region, case study, SEO (Search Engine Optimization), social media marketing, influencer marketing, VR/AR technologies, online booking platforms, brand recognition.

## HUNARMANDCHILIK BOZORIDA XIZMAT KO‘RSATISHNING IQTISODIY VA IJTIMOY TA‘SIRINI BAHOLASH: INNOVATSION INDIKATORLAR VA ULARNING AHAMIYATI

**Aziza Farmonovna Ergasheva**

Buxoro davlat universiteti  
tayanch doktorant

ORCID: 0000-0003-1804-6579

azizaergasheva1986@gmail.com,  
Buxoro, O‘zbekiston

**Annotatsiya:** Hunarmandchilik mahsulotlari bozorida xizmat ko‘rsatishning iqtisodiy va ijtimoiy ta‘sirini baholash jamiyat rivojlanishi va madaniy merosni saqlash uchun muhim ahamiyatga ega. Ushbu tadqiqotda hunarmandchilik sohasida xizmat ko‘rsatishning iqtisodiy samaradorligi, ijtimoiy inklyuziya, gender tengligi, va madaniy merosni asrash kabi jihatlar o‘rganiladi. Innovatsion indikatorlar, jumladan, Hunarmandchilik Qo‘shilgan Qiymat Nisbati, Mahalliy Ta‘minotchilar Integratsiya Indeksi, Ayollar Ishtiroki Indeksi, va Mavsumiy Daromad Barqarorligi Indeksi yordamida sektorning turli jihatlarini tahlil qilish imkoniyati yaratildi.

Tadqiqot natijalari hunarmandchilik sektorida iqtisodiy samaradorlikni oshirish, bandlikni ta‘minlash, va ijtimoiy rivojlanishni qo‘llab-quvvatlash uchun muhim tavsiyalar beradi. Shu bilan birga, indikatorlar orqali gender tengligini kuchaytirish va madaniy merosni xalqaro darajada targ‘ib qilish masalalari ham ko‘tarildi. Tadqiqot xulosalari davlat siyosatini rivojlantirish, mahalliy va xalqaro bozorda raqobatbardoshlikni oshirish uchun ilmiy asos bo‘lib xizmat qiladi.

**Kalit so‘zlar:** Hunarmandchilik, iqtisodiy samaradorlik, ijtimoiy inklyuziya, gender tengligi, madaniy meros, barqaror rivojlanish, indikatorlar, qo‘shilgan qiymat, daromad barqarorligi, xizmat ko‘rsatish.

### Kirish

Hunarmandchilik mahsulotlari bozorida xizmat ko‘rsatish, nafaqat iqtisodiy o‘sishga hissa qo‘shadigan muhim omil, balki ijtimoiy barqarorlikni ta‘minlash va madaniy merosni asrashda ham katta ahamiyatga ega. Xalqaro statistik ma‘lumotlarga ko‘ra, 2023-yilda global hunarmandchilik mahsulotlari bozorining yillik hajmi 600 milliard AQSh dollaridan oshdi, bu ko‘rsatkich sohaning xalqaro iqtisodiy ahamiyatini tasdiqlaydi[6].

O‘zbekiston bozorida ham hunarmandchilik sektori salmoqli ulushga ega bo‘lib, 2023-yilda hunarmandchilik mahsulotlari eksport hajmi 180 million AQSh dollarini tashkil etdi[7]. Mamlakatda faoliyat yuritayotgan 28 mingdan ortiq hunarmand bor bo‘lib, ularning aksariyati, ya‘ni 65%, qishloq hududlarida istiqomat qiluvchi oilaviy biznes vakillaridir. Ushbu ko‘rsatkichlar hunarmandchilik sektorini rivojlantirish nafaqat iqtisodiy, balki ijtimoiy ahamiyatga ega ekanligini ko‘rsatadi.

Tadqiqotning asosiy maqsadi hunarmandchilik mahsulotlari bozorida xizmat ko‘rsatishning iqtisodiy samaradorligi va ijtimoiy ta‘sirini baholashdir. Ushbu maqsadda yangi indikatorlar, jumladan, Hunarmandchilik Qo‘shilgan Qiymat Nisbati, Ayollar Ishtiroki Indeksi va Mavsumiy Daromad Barqarorligi Indeksi ishlab chiqilgan. 2023-yilda ushbu indikatorlar asosida hunarmandchilik bozorining rivojlanish tendensiyalari va uning jamiyatga ta‘siri tahlil qilindi.

Shuningdek, maqolada Xitoy, Hindiston va AQSh kabi mamlakatlarning tajribalariga asoslanib, hunarmandchilik sohasida xalqaro amaliyotlar va strategiyalar yoritiladi. Mazkur

yondashuvlar O‘zbekistonda hunarmandchilik sektorini yanada rivojlantirish va uning xalqaro bozorga integratsiyasini ta’minlash uchun muhim ilmiy va amaliy asos yaratadi. Statistika va indikatorlar asosida maqolada sektorning raqobatbardoshligini oshirish bo‘yicha aniq tavsiyalar keltirilgan.

### Adabiyotlar sharhi

Amartya Senning o‘z ilmiy tadqiqotlarida barqaror rivojlanish va iqtisodiy imkoniyatlarning kengaytirilishi masalalariga qaratilgan. Muallif jamiyatda iqtisodiy resurslarni boshqarish va ularni inklyuziv rivojlanish uchun yo‘naltirishning ahamiyatini ta’kidlaydi. Hunarmandchilik sektori Senning “erkinlik sifatida rivojlanish” tamoyillariga mos keladi, chunki u iqtisodiy mustaqillikni kuchaytiradi va madaniy merosni rivojlantirishga xizmat qiladi. Asosiy jihatlari: hunarmandchilik orqali iqtisodiy erkinlik va ijtimoiy imkoniyatlarni kengaytirish, mahalliy ishlab chiqaruvchilarning global bozorlar bilan integratsiyasida ijtimoiy omillarning roli, hunarmandchilikni rivojlantirish orqali gender tengligi va ijtimoiy inklyuziyani ta’minlash[1].

Muhammad Yunus mikroqarzlash tizimining asoschilaridan biri sifatida hunarmandchilik mahsulotlarini moliyalashtirish masalalariga alohida e’tibor qaratgan. U kambag‘al qatlamlarni iqtisodiy faoliyatga jalb qilish orqali ularning hayot sifatini yaxshilash yo‘nalishlarini taklif etadi. Yunusning fikriga ko‘ra, hunarmandchilik sektori mikroqarzlash dasturlarining samarali vositasi bo‘lib, daromadni oshirish va barqaror iqtisodiy rivojlanishni ta’minlashda muhim o‘rin tutadi. Asosiy jihatlarga quyidagilarni kiritish mumkin: hunarmandchilik sohasida kichik biznesni rivojlantirish uchun mikroqarz tizimini qo‘llash, kambag‘al va zaif guruhlar uchun moliyaviy resurslarga kirish imkoniyatlarini kengaytirish, mahalliy mahsulotlarni xalqaro bozorlarga chiqarishda moliyaviy qo‘llab-quvvatlashning roli[2].

Edward Barbierning o‘z ilmiy asarlarida ekologik barqarorlik va iqtisodiy rivojlanish o‘rtasidagi bog‘liqlik tahlil qilingan. Hunarmandchilik mahsulotlari ishlab chiqarish jarayonida ekologik barqarorlik tamoyillarini qo‘llash Barbierning fikricha, nafaqat iqtisodiy samaradorlikni oshiradi, balki madaniy va ekologik merosni saqlashda ham muhim rol o‘ynaydi. Hunarmandchilik sektorida yashil texnologiyalar va ekologik innovatsiyalarni joriy etish Barbier konsepsiyasining asosiy elementlaridan biridir. Asosan, ekologik barqarorlikka asoslangan hunarmandchilik mahsulotlari ishlab chiqarish, madaniy va ekologik merosni asrash orqali mahalliy bozorlarning raqobatbardoshligini oshirish, hunarmandchilik sektorida yashil investitsiyalar va energiya tejamkor usullarni joriy etishga e’tiborni qaratgan[3].

Joseph Stiglitz asarida globalizatsiyaning mahalliy iqtisodiyotlar, jumladan hunarmandchilik sektoriga ta’siri o‘rganilgan. U hunarmandchilik mahsulotlari bozorida xalqaro talab va taklifni muvofiqlashtirish zarurligini ta’kidlaydi. Muallif global moliyaviy integratsiya orqali mahalliy hunarmandlarni xalqaro bozorga chiqish imkoniyatlari bilan ta’minlash masalalariga urg‘u beradi[4].

Michael Porter asarida raqobatbardoshlik masalalariga qaratilgan diqqat hunarmandchilik mahsulotlari ishlab chiqaruvchilari uchun ham qiziqarli. Muallif milliy iqtisodiyotning global raqobatga ta’sir qiluvchi omillarini tahlil qilgan. Hunarmandchilik sektorida xizmat sifatini oshirish orqali raqobatbardoshlikni kuchaytirish usullari ushbu asarning dolzarb mavzularidan biridir[5].

Mazkur mualliflarning ilmiy ishlari hunarmandchilik mahsulotlari bozorining turli jihatlarni yoritadi: iqtisodiy samaradorlik, infratuzilma va bozor integratsiyasi, globalizatsiya va xalqaro talablarga moslashuv, shuningdek, raqobatbardoshlik. Ushbu asarlar hunarmandchilik bozorining rivojlanishi va global miqyosda raqobatbardoshligini oshirish bo‘yicha muhim nazariy va amaliy tavsiyalar beradi.

### Tadqiqot materiallari va usullari

Tadqiqot materiallari sifatida moliyaviy ma'lumotlar: hunarmandchilik korxonalarining daromadlari, xarajatlari, investitsiya hajmi va foyda ko'rsatkichlari, ish o'rinlari yaratish statistikasi: hunarmandchilik sohasida band bo'lgan ishchi kuchi, ularning malaka darajasi va ish o'rinlarining rivojlanishi; ijtimoiy ko'rsatkichlar to'plami, madaniy merosni saqlash ma'lumotlari, ilmiy adabiyotlar va ma'lumotnomalar.

Tadqiqot davomida deskriptiv usul: ushbu usul orqali hunarmandchilik mahsulotlari bozorining umumiy holati va asosiy tendensiyalari o'rganiladi. Regresion tahlil: hunarmandchilik bozorining iqtisodiy ko'rsatkichlari (masalan, daromad va bandlik) bilan ijtimoiy omillar (masalan, ayollar ishtiroki va madaniy merosni saqlash) o'rtasidagi bog'liqlikni o'rganish.

Korrelyatsion tahlil: bozor ko'rsatkichlari o'rtasidagi bog'liqlik darajasini aniqlash. SWOT tahlil: Ushbu usul orqali hunarmandchilik mahsulotlari bozorining kuchli va zaif tomonlari, imkoniyatlari va xavflari aniqlanadi. Statistik tahlil: hunarmandchilik mahsulotlari bozorida xizmat ko'rsatishning iqtisodiy va ijtimoiy ta'sirini raqamlar asosida baholash. Case study: mahalliy va xalqaro hunarmandchilik bozorlaridagi muvaffaqiyatli tajribalarni o'rganish va ular asosida strategik tavsiyalar ishlab chiqish.

### Natijalar

Hunarmandchilik mahsulotlari bozorida xizmat ko'rsatishning iqtisodiy va ijtimoiy ta'sirini baholash bu – hunarmandchilik sohasida amalga oshirilayotgan faoliyatning iqtisodiy samaradorligi va uning jamiyatga bo'lgan ijtimoiy ta'sirini o'lchash, tahlil qilish va baholash jarayonidir. Ushbu baholash orqali mahsulot va xizmatlarning qiymat zanjirida yaratgan iqtisodiy qo'shilgan qiymati, ishchi kuchining bandligi, daromadlarning barqarorligi, madaniy merosni saqlashga qo'shgan hissasi, gender tengligi va jamoaviy inklyuziya kabi masalalar aniqlanadi.

Hunarmandchilik mahsulotlari bozorida xizmat ko'rsatishning iqtisodiy va ijtimoiy ta'sirini baholash asosiy tarkibiy qismlariga quyidagilarni kiritish mumkin:

Iqtisodiy ta'sir - mahalliy iqtisodiyotni rivojlantirish, ya'ni xomashyo, ishlab chiqarish va sotuv jarayonlarida yaratilgan iqtisodiy qo'shilgan qiymat. Bandlik va daromad barqarorligi, ya'ni hunarmandlar uchun yangi ish o'rinlari yaratish va mavsumiy daromadlarning barqarorligini ta'minlash. Mahalliy va xalqaro integratsiya, bu mahsulotlarning eksporti va mahalliy iqtisodiyotga kiritilayotgan investitsiyalar hajmi.

Ijtimoiy ta'sir – ayollarning hunarmandchilik faoliyatida ishtiroki va iqtisodiy imkoniyatlarini kengaytirish. Ijtimoiy inklyuziya, ya'ni jamoada ijtimoiy qatlamlar, ayniqsa zaif guruhlar faoliyatini rivojlantirish orqali ularning jamiyatda tutgan o'rnini mustahkamlash. Madaniy merosni saqlash, ya'ni an'anaviy usul va naqshlarni mahsulotlarda qo'llash orqali milliy madaniyatni targ'ib qilish.

Hunarmandchilik mahsulotlari bozorida xizmat ko'rsatishning iqtisodiy va ijtimoiy ta'sirini baholash vositalariga quyidagilarni kiritish mumkin:

Iqtisodiy samaradorlik ko'rsatkichlari - mahsulot narxlari barqarorligi, daromad o'sishi va investitsiyalarning hajmi;

– Ijtimoiy inklyuziya ko'rsatkichlari - hunarmandchilik faoliyatida gender tengligini ta'minlash va jamoaviy ko'nikmalarni oshirish;

– Madaniy ko'rsatkichlar - an'anaviy hunarmandchilik usullari va naqshlarning mahsulotlardagi ulushi.

Hunarmandchilik bozorida xizmat ko'rsatishning iqtisodiy va ijtimoiy ta'sirini baholash quyidagi maqsadlarda ishlatiladi:

– Strategik rejalar tuzish - mahalliy va xalqaro bozorlarda raqobatbardoshlikni oshirish uchun samarali strategiyalar ishlab chiqishga yordam beradi;

– Madaniy merosni asrash - hunarmandchilik orqali milliy madaniyatni global miqyosda targ'ib qilish imkonini yaratadi;

– Ijtimoiy rivojlanishni qo‘llab-quvvatlash – gender tengligi, jamoaviy o‘shish va zaif guruhlarni iqtisodiy faoliyatga jalb qilish orqali jamiyatdagi inklyuziyani mustahkamlaydi.

Case study usuli orqali Xitoy, Hindiston va Amerikaning hunarmandchilik mahsulotlari bozorini o‘rganish bu mamlakatlarning hunarmandchilik faoliyati, uning iqtisodiy va ijtimoiy ta‘siri hamda bozor strategiyalari haqidagi batafsil ma‘lumotlarni tahlil qilish imkonini beradi. Quyida ushbu mamlakatlar bo‘yicha asosiy jihatlar keltirilgan.

**Xitoy hunarmandchilik mahsulotlari bozorining umumiy tavsifi:**

– Xitoyning hunarmandchilik mahsulotlari, jumladan, ipak, chinni buyumlar, yog‘och o‘ymakorligi va qog‘ozdan yasalgan san‘at asarlari, global miqyosda mashhurdir;

– Xitoy hukumatining madaniy merosni rivojlantirish dasturlari hunarmandchilikni iqtisodiyotning muhim qismiga aylantirdi.

**Hunarmandchilikning iqtisodiy ta‘siri:**

– Xitoy hunarmandchiligi ichki va xalqaro bozorlarda katta iqtisodiy salohiyatga ega;

– 2022-yilda hunarmandchilik mahsulotlari eksporti Xitoyning umumiy eksport hajmining 15% ni tashkil etdi;

– Hunarmandchilik korxonalarini mahalliy iqtisodiy rivojlanishda muhim rol o‘ynab, xomashyo yetkazib beruvchilar va ishlab chiqaruvchilar o‘rtasidagi iqtisodiy integratsiyani kuchaytirdi.

**Hunarmandchilikning ijtimoiy ta‘siri:**

– Hunarmandchilik sohasida zaif ijtimoiy guruhlarni, xususan, ayollar va qishloq aholisining bandligini ta‘minlashda asosiy o‘rin tutadi;

– “One Village, One Product” strategiyasi hunarmandchilik markazlarini rivojlantirishga xizmat qiladi.

**Hindiston hunarmandchilik mahsulotlari bozorining umumiy tavsifi:**

– Hindiston hunarmandchiligi boy tarixga ega bo‘lib, zardo‘zlik, yog‘och o‘ymakorligi, kulolchilik va ipak mahsulotlari bilan mashhur;

– Hunarmandchilik mahsulotlari Hindistonning turizm sektoriga ham katta ta‘sir ko‘rsatmoqda.

**Hunarmandchilikning iqtisodiy ta‘siri:**

– Hunarmandchilik sektori Hindistonning yalpi ichki mahsulotiga sezilarli hissa qo‘shadi. 2022-yilda bu ko‘rsatkich qariyb 2% ni tashkil etdi;

– Hunarmandchilikda kichik va o‘rta korxonalar faoliyat ko‘rsatib, ular asosan mahalliy va xalqaro bozor uchun ishlab chiqaradilar;

– Hindiston hukumati “Make in India” dasturi doirasida hunarmandchilik mahsulotlarini xalqaro bozorlarga chiqarishni qo‘llab-quvvatlaydi.

**Hunarmandchilikning ijtimoiy ta‘siri:**

– Hunarmandchilik sektori Hindistonda 30 milliondan ortiq ish o‘rmini ta‘minlaydi, ayniqsa ayollar va qishloq aholisining bandligini oshirishda muhim ahamiyatga ega;

– Hunarmandchilik mahsulotlarida an‘anaviy naqshlardan foydalanish madaniy merosni asrashga yordam beradi.

**Amerika hunarmandchilik mahsulotlari bozorining umumiy tavsifi:**

– AQSh hunarmandchiligi asosan kichik va individual korxonalar tomonidan rivojlantirilgan. Yog‘ochdan yasalgan buyumlar, qo‘lda tayyorlangan zargarlik mahsulotlari va kulolchilik bu sektorning asosiy yo‘nalishlaridir;

– Amerika bozorida hunarmandchilik mahsulotlari ko‘proq premium segmentga yo‘naltirilgan.

**Hunarmandchilikning iqtisodiy ta‘siri:**

– Hunarmandchilik sektori AQShda kichik biznes faoliyatining muhim qismini tashkil etadi. 2022-yilda ushbu mahsulotlarning iqtisodiy hajmi 40 milliard dollarni tashkil etdi;

– Amerika hunarmandchiligi xalqaro bozor talablariga mos ravishda yuqori sifatli va ekologik toza mahsulotlar ishlab chiqarishga yo‘naltirilgan.

**Hunarmandchilikning ijtimoiy ta’siri:**

– Qo‘lda tayyorlangan hunarmandchilik mahsulotlari mahalliy iqtisodiyotda aholi uchun yangi imkoniyatlar yaratadi;

– Mahalliy hunarmandlar o‘z mahsulotlarini onlayn platformalar orqali sotish imkoniyatiga ega bo‘lib, bu ularning daromadlarini oshirishga xizmat qiladi.

– Amerika hunarmandchilik sektorida ekologik barqarorlikka katta e’tibor qaratilgan bo‘lib, bu xalqaro bozorlarda raqobatbardosh bo‘lishga yordam beradi.

Bu mamlakatlarning tajribalari O‘zbekistonda hunarmandchilik mahsulotlari bozorini rivojlantirish uchun strategik yondashuvlarni ishlab chiqishda foydali bo‘lishi mumkin. Har bir mamlakatning o‘ziga xos yondashuvi O‘zbekiston sharoitida ham qo‘llanilishi mumkin bo‘lgan muhim model hisoblanadi.

Hunarmandchilik bozori nafaqat iqtisodiy rivojlanish, balki madaniy merosni saqlash va ijtimoiy barqarorlikni ta’minlashda muhim ahamiyatga ega. Ushbu sektorning iqtisodiy va ijtimoiy ta’sirini chuqurroq anglash uchun SWOT tahlili samarali vosita hisoblanadi. SWOT tahlili hunarmandchilik bozorida xizmat ko‘rsatishning kuchli va zaif tomonlarini, shuningdek, mavjud imkoniyatlar va tahdidlarni aniqlash imkonini beradi. Ushbu tahlil nafaqat mavjud muammolarni aniqlash, balki bozorni rivojlantirishga qaratilgan strategik tavsiyalarni ishlab chiqishda ham muhim ahamiyat kasb etadi(1-jadval).

**1-jadval<sup>37</sup>.**

**Hunarmandchilik bozorida xizmat ko‘rsatishning iqtisodiy va ijtimoiy ta’siri bo‘yicha SWOT tahlili**

<b>Kuchli tomonlar (Strengths)</b>	<b>Zaif tomonlar (Weaknesses)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Hunarmandchilikning milliy madaniyat va merosni saqlashdagi roli;</li> <li>- Mahalliy aholi bandligini ta’minlashdagi hissasi;</li> <li>- Mahalliy va xalqaro bozorlar uchun yuqori darajadagi raqobatbardosh mahsulotlar;</li> <li>- An’anaviy naqshlar va dizaynlar tufayli noyob mahsulotlar ishlab chiqarish imkoniyati;</li> <li>- Turizm bilan bog‘liq yuqori talab.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Xomashyo yetishmovchiligi va yuqori xarajatlar;</li> <li>- Mahalliy ishlab chiqaruvchilarning zamonaviy texnologiyalarga cheklangan kirish imkoniyati;</li> <li>- Hunarmandlarning biznes ko‘nikmalari yetishmasligi;</li> <li>- Iqtisodiy barqarorlikning mavsumiy ta’sirlarga qaramligi;</li> <li>- Tashqi bozorlar bilan integratsiya darajasining pastligi.</li> </ul>
<b>Imkoniyatlar (Opportunities)</b>	<b>Tahdidlar (Threats)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Mahalliy va xalqaro bozorlarda hunarmandchilik mahsulotlariga bo‘lgan talabning oshishi;</li> <li>- Yashil texnologiyalar va ekologik mahsulotlar tendensiyasidan foydalanish;</li> <li>- Hunarmandchilikni rivojlantirish uchun davlat tomonidan moliyaviy qo‘llab-quvvatlash;</li> <li>- Turizm sektorining o‘sishi va yangi bozorlarni rivojlantirish imkoniyati.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Global iqtisodiy o‘zgarishlar va inflyatsiya.</li> <li>- Mahalliy bozorlarda arzon, past sifatli import mahsulotlar raqobati;</li> <li>- Hunarmandchilik faoliyatining rivojlanishi uchun zarur bo‘lgan infratuzilmaning yetarli darajada rivojlanmagani;</li> <li>- Ekologik inqiroz va xomashyo resurslarining kamayishi;</li> <li>- Mehnat bozorida malakali ishchi kuchining yetishmasligi.</li> </ul>

Hunarmandchilik bozorining SWOT tahlili sektorning ko‘plab ijobiy va salbiy jihatlarini aniqlashga yordam berdi. Kuchli tomonlar sifatida madaniy merosni saqlash, noyob mahsulotlar ishlab chiqarish va mahalliy aholi bandligini ta’minlash kabilarni ta’kidlash mumkin. Biroq, xomashyo yetishmovchiligi, mavsumiy barqarorlikning pastligi va zamonaviy texnologiyalarga kirish imkoniyatining cheklangani zaif tomon sifatida belgilandi.

<sup>37</sup> Muallif ishlannasi.

Imkoniyatlar orasida hunarmandchilik mahsulotlariga bo‘lgan global talabning oshishi va ekologik toza mahsulotlarga qiziqishning ortishi alohida o‘rin tutadi. Shu bilan birga, tahdidlar orasida global iqtisodiy o‘zgarishlar, arzon import mahsulotlar bilan raqobat va xomashyo resurslarining kamayishi kabi omillar mavjud.

Mazkur SWOT tahlil natijalari sektorni rivojlantirish uchun muhim strategik yo‘nalishlarni belgilashga xizmat qiladi. Xususan, davlat tomonidan moliyaviy qo‘llab-quvvatlashni kuchaytirish, hunarmandlarni zamonaviy texnologiyalar bilan ta‘minlash va ekologik mahsulot ishlab chiqarishni rag‘batlantirish sektorning iqtisodiy samaradorligi va ijtimoiy barqarorligini oshirishga yordam beradi. Ushbu tahlil hunarmandchilik sektorini nafaqat milliy, balki xalqaro miqyosda raqobatbardosh qilish uchun amaliy asos yaratadi.

Hunarmandchilik mahsulotlari bozorida xizmat ko‘rsatish nafaqat iqtisodiy rivojlanishning muhim omili, balki ijtimoiy rivojlanish, madaniy merosni saqlash va gender tengligini qo‘llab-quvvatlashda ham katta ahamiyatga ega. Global iqtisodiy sharoitda hunarmandchilik sektori hududiy va xalqaro bozorlar uchun raqobatbardosh mahsulotlarni yaratishda muhim rol o‘ynaydi. Bunday sharoitda sektorning iqtisodiy va ijtimoiy ta‘sirini samarali baholash imkonini beruvchi indikatorlarni ishlab chiqish va qo‘llash zaruratga aylanadi. Ushbu indikatorlar sektorning rivojlanish dinamikasini kuzatib borish, davlat siyosati va tadbirkorlik tashabbuslarini takomillashtirish uchun ishonchli vosita sifatida xizmat qiladi.

Quyidagi 2-jadvalda tavsiya etilayotgan indikatorlar yordamida hunarmandchilik mahsulotlari bozorida xizmat ko‘rsatishning iqtisodiy samaradorligi, ijtimoiy inklyuziya, madaniy merosni saqlash va boshqa muhim jihatlarini tahlil qilish imkoniyati yaratildi.

Quyida hunarmandchilik mahsulotlari bozorida xizmat ko‘rsatishning iqtisodiy va ijtimoiy ta‘sirini baholash uchun yangi indikatorlar keltirilgan. Har bir indikator uchun formula, tavsif va qanday kategoriyaga tegishli ekani ko‘rsatilgan.

## 2-jadval.

### Hunarmandchilik mahsulotlari bozorida xizmat ko‘rsatishning iqtisodiy va ijtimoiy ta‘sirini baholash indikatorlari

Kategoriya	Indikator nomi	Formula	Tavsif
Iqtisodiy samaradorlik	Hunarmandchilik qo‘shilgan qiymat nisbati (HQQN)	$HQQN = \frac{\text{((Mahsulot sotishdan tushgan daromad - Xomashyo va material xarajatlari) / Mahsulot sotishdan tushgan daromad)} \times 100\%$	Mahalliy hunarmandlarning xomashyo xarajatlarini chegirib tashlagandan so‘ng, sotuv qiymatiga nisbatan qancha qo‘shilgan qiymat yaratayotganini ko‘rsatadi. Yuqori nisbati mahalliy iqtisodiy foyda kattaligini bildiradi.
Iqtisodiy integratsiya	Mahalliy ta‘minotchilar integratsiya indeksi (MTII)	$MTII = \frac{\text{(Mahalliy ta‘minotchilar soni / Umumiy ta‘minotchilar soni)} \times 100\%$	Hunarmandchilik sohasida xizmat ko‘rsatuvchi korxonalar nechog‘li mahalliy ta‘minotchilar bilan ishlayotganini ko‘rsatadi. Mahalliy ulush oshishi hududiy iqtisodiy integratsiyaning kuchayishini bildiradi.
Iqtisodiy barqarorlik	Narx barqarorligi indeksi (NBI)	$NBI = \frac{\text{(Oyma-oy narxlarning o‘rtacha standart og‘ishi / O‘rtacha narx)} \times 100\%$	Hunarmandchilik mahsulotlari narxining o‘zgaruvchanligini o‘lchaydi. Past indeks narxlarning barqarorligini, barqaror narx esa bozor ishonchiligi va iste‘molchi ishonchini anglatadi.
Mehnat bozorini rivojlantirish	Malakali hunarmandlar ulushi (MHU)	$MHU = \frac{\text{(Malakali (sertifikatga ega yoki aniq malakaga ega) hunarmandlar soni / Jami hunarmandlar soni)} \times 100\%$	Ishchi kuchining malakali qismiga qancha e‘tibor berilayotganini ko‘rsatadi. Malakali hunarmandlar ulushi oshishi – sifatli mahsulot va raqobatbardoshlikni oshiradi.
Ijtimoiy inklyuziya	Ayollar ishtiroki indeksi (AII)	$AII = \frac{\text{(Ayollar tomonidan boshqariladigan hunarmandchilik korxonalari soni / Umumiy}}{\text{korxonalari soni / Umumiy}}$	Ayollarning hunarmandchilik bozorida faol ishtirok etishi va iqtisodiy rolini ifodalaydi. Bu gender tengligini qo‘llab-quvvatlash ko‘rsatkichi sifatida ham xizmat qiladi.

		hunarmandchilik korxonalari soni) × 100%	
Madaniy merosni saqlash	An'anaviy naqshlardan foydalanish skori (ANFS)	ANFS = (An'anaviy naqshlar bilan ishlab chiqarilgan buyumlar soni / Jami ishlab chiqarilgan buyumlar soni) × 100%	Mahsulotlarda an'anaviy dizayn, naqsh yoki uslublar ulushini o'lchaydi. Yuqori ko'rsatkich madaniy merosning yaxshi saqlanayotganini bildiradi.
Jamiyatning bilim va ko'nikmalarini oshirish	Jamoaviy treninglarda qatnashish darajasi (JTQD)	JTQD = (Hunarmandchilik ko'nikmalariga oid treninglarda qatnashgan jamoa a'zolari soni / Jamoa aholi soni) × 100%	Hunarmandchilik sohasida jamoa a'zolari orasida kasbiy o'qitish, treninglar va mahorat darslaridan foydalanishni ko'rsatadi. Yuqori daraja bilim va ko'nikma oshishini bildiradi.
Daromad barqarorligi	Mavsumiy daromad barqarorligi indeksi (MDBI)	MDBI = (Yillik o'rtacha oylik daromad / Oylik daromadlarning standart og'ishi) × 100%	Daromadning mavsumiy o'zgaruvchanligini o'lchaydi. Yuqori MDBI daromadning bir tekis taqsimlanishini, mavsumiy tavakkalchiliklarning kamayganini ko'rsatadi.

Ushbu yangi taklif qilinayotgan indikatorlar hunarmandchilik mahsulotlari bozorida xizmat ko'rsatishning iqtisodiy va ijtimoiy ta'sirini yanada chuqurroq tahlil qilish, madaniy merosni saqlash, gender tengligi, mahalliy iqtisodiy integratsiya, malaka oshirish va daromad barqarorligini kuzatish imkonini beradi. Yuqoridagi indikatorlar hunarmandchilik mahsulotlari bozorida xizmat ko'rsatishning iqtisodiy va ijtimoiy ta'sirini yanada chuqurroq o'rganish imkonini beradi. Ushbu indikatorlar yordamida quyidagi natijalarga erishish mumkin:

1. Iqtisodiy samaradorlikni aniqlash - HQQN va NBI kabi indikatorlar orqali hunarmandlarning iqtisodiy faoliyati natijasida mahalliy iqtisodiyotga qo'shilgan qiymat o'lchanadi;

2. Hududiy integratsiyani baholash - MTII orqali mahalliy ta'minotchilar ulushi aniqlanadi, bu esa hududiy iqtisodiy hamkorlikni rivojlantirishga xizmat qiladi;

3. Ijtimoiy rivojlanishni kuzatish - AII va ANFS indikatorlari gender tengligi va madaniy merosni saqlash bo'yicha qilingan ishlarni baholash imkonini beradi;

4. Mehnat va bilimlarni rivojlantirish - MHU va JTQD indikatorlari orqali malaka oshirish va jamiyatda hunarmandchilik ko'nikmalarining rivojlanish holati aniqlanadi;

5. Daromad barqarorligini ta'minlash - MDBI yordamida hunarmandlarning moliyaviy barqarorligi kuzatilib, mavsumiy tavakkalchiliklar tahlil qilinadi.

Ushbu indikatorlar nafaqat iqtisodiy, balki ijtimoiy va madaniy jihatlarni ham qamrab oladi. Bu esa hunarmandchilik mahsulotlari bozorida xizmat ko'rsatishning barcha yo'nalishlarini har tomonlama tahlil qilish va rivojlantirish uchun keng imkoniyat yaratadi. Shu bilan birga, ushbu ko'rsatkichlar davlat siyosati, biznes strategiyalari va jamoa rivojlanish loyihalarini takomillashtirish uchun ishonchli ilmiy asos bo'lib xizmat qiladi.

### Tahlillar

Hunarmandchilik bozorida xizmat ko'rsatishning iqtisodiy va ijtimoiy ta'sirini baholash uchun tahlillar iqtisodiy samaradorlik, ijtimoiy inklyuziya, gender tengligi va madaniy merosni asrash kabi asosiy yo'nalishlarda olib borildi. Ushbu bo'limda yangi indikatorlar yordamida olingan ma'lumotlar chuqur tahlil qilinadi.

Hunarmandchilik Qo'shilgan Qiymat Nisbati (HQQN) yordamida O'zbekistondagi hunarmandlarning iqtisodiy samaradorligi baholandi. 2023-yil natijalariga ko'ra, mahalliy hunarmandchilik mahsulotlarining umumiy daromadining 62% i qo'shilgan qiymat sifatida hisoblanadi. Bu ko'rsatkich iqtisodiy jihatdan mahalliy ishlab chiqarishning yuqori salohiyatini tasdiqlaydi.

Narx Barqarorligi Indeksi (NBI) ma'lumotlariga ko'ra, hunarmandchilik mahsulotlarining narxlari mavsumiy farqlardan kelib chiqib 8% ga o'zgaradi, bu esa iste'molchilarning mahsulotga bo'lgan ishonchini oshiruvchi omil sifatida talqin qilinadi.

Ayollar Ishtiroki Indeksi (AII) ko'rsatkichlari tahlil qilinarkan, ayollar boshqaruvidagi hunarmandchilik korxonalari soni 2023-yilda 32% ni tashkil etdi. Ushbu natija gender tengligini mustahkamlash va ayollarning iqtisodiy faolligini oshirishda hunarmandchilik sohasining muhim o'rin tutishini ko'rsatadi.

Ijtimoiy inklyuziya bo'yicha o'tkazilgan so'rov natijalari zaif ijtimoiy guruhlar, jumladan, qishloq aholisining 45% i hunarmandchilik faoliyatida bevosita ishtirok etishini tasdiqlaydi.

An'anaviy naqshlardan foydalanish skori (ANFS) bo'yicha o'tkazilgan tahlillarga ko'ra, hunarmandchilik mahsulotlarining 78% i an'anaviy dizayn va naqshlarni o'zida saqlagan. Bu madaniy merosni saqlash va uni xalqaro miqyosda targ'ib qilish uchun katta ahamiyat kasb etadi.

Xitoy, Hindiston va AQShdagi hunarmandchilik sektorining muvaffaqiyatli tajribalaridan kelib chiqib, quyidagi xulosalar chiqarildi: Xitoyda, mahalliy va xalqaro integratsiya orqali mahsulotlarning global eksporti oshirilmoqda. Hindistonda, gender tengligini ta'minlash va qishloq hududlarida iqtisodiy faoliyatni rag'batlantirish yo'nalishida sezilarli natijalarga erishilgan. AQShda, yuqori sifatli mahsulotlar va ekologik barqarorlik xalqaro bozordagi raqobatbardoshlikni oshirish omili sifatida xizmat qilmoqda.

Tahlillar natijasida O'zbekistonda hunarmandchilik sohasini rivojlantirish uchun quyidagi tavsiyalar ishlab chiqildi:

- Mahalliy ta'minotchilar integratsiyasini oshirish orqali iqtisodiy samaradorlikni kuchaytirish.
- Gender tengligi va ijtimoiy inklyuziyani qo'llab-quvvatlash maqsadida ayollar boshqaradigan korxonalarni moliyaviy qo'llab-quvvatlash.
- Madaniy merosni saqlash va xalqaro miqyosda targ'ib qilish uchun an'anaviy dizayn va naqshlardan keng foydalanish.

### Manbalar ro'yxati

1. Amartya Sen (1999). *Development as Freedom*. Oxford University Press.
2. Muhammad Yunus (2006). *Banker to the Poor: Micro-Lending and the Battle Against World Poverty*. PublicAffairs.
3. Edward Barbier (2010). *A Global Green New Deal*. Cambridge University Press.
4. Stiglitz, J. (2003). *Globalization and its Discontents*. W.W. Norton & Company.
5. Porter, M.E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. Free Press.
6. UNESCO (2023). *Cultural and Creative Industries Global Report*. Paris: UNESCO Publishing.
7. O'zbekiston Respublikasi Statistika qo'mitasi (2023). *O'zbekistonning iqtisodiy rivojlanish ko'rsatkichlari*. Toshkent: Davlat nashriyoti.
8. Mamatqulov X.M. (2011). *Turizm infratuzilmasi*. Toshkent: O'zbekiston faylasuflar jamiyati.
9. OECD (2023). *Handicrafts and Local Economic Development*. OECD Publishing.

**ASSESSING THE ECONOMIC AND SOCIAL IMPACT OF SERVICE  
DELIVERY IN THE HANDICRAFTS MARKET: INNOVATIVE INDICATORS AND  
THEIR SIGNIFICANCE**

**Aziza Farmonovna Ergasheva**

PhD candidate

Bukhara State University

Bukhara, Uzbekistan

ORCID: 0000-0003-1804-6579

azizaergasheva1986@gmail.com

**Abstract:** The handicrafts market plays a crucial role in societal development and cultural heritage preservation. This study examines the economic efficiency of service delivery in the handicrafts sector and addresses aspects such as social inclusion, gender equality, and cultural heritage preservation. Innovative indicators, including the Handicrafts Added Value Ratio, Local Suppliers Integration Index, Women’s Participation Index, and Seasonal Income Stability Index, were utilized to analyze various dimensions of the sector. The findings provide essential recommendations for enhancing economic efficiency, ensuring job creation, and supporting social development in the handicrafts sector. Additionally, the indicators emphasize the importance of strengthening gender equality and promoting cultural heritage on an international scale. The conclusions serve as a scientific basis for developing public policies and improving competitiveness in local and global markets.

**Keywords:** handicrafts, economic efficiency, social inclusion, gender equality, cultural heritage, sustainable development, indicators, added value, income stability, service delivery.

## GLOBAL GREEN INVESTMENTS AND THEIR IMPACT ON TOURISM

**Azimov Olimjon Orifovich**

Lecturer

Department of Economics

Bukhara State University

Uzbekistan, Bukhara

olimjon.azimov1988@gmail.com

ORCID: 0009-0003-8010-8213

**Abstract:** Green investments have become essential in addressing pressing environmental challenges and fostering sustainable economic growth. This paper investigates the concept of global green investments and their significant impact on the tourism sector, emphasizing their role in achieving sustainability. Green investments focus on renewable energy, eco-friendly infrastructure, waste management, and biodiversity conservation, offering innovative solutions for reducing carbon footprints in tourism operations. By examining case studies from Costa Rica, Iceland, and the Maldives, the research highlights the transformative effects of green financing on tourism development. Costa Rica demonstrates how renewable energy and conservation efforts enhance eco-tourism, while Iceland showcases the integration of geothermal energy into sustainable tourism practices. The Maldives, a climate-vulnerable destination, provides insights into the role of renewable energy and marine conservation in maintaining its appeal as a tourist destination. Despite these successes, challenges such as high initial costs, regulatory barriers, and limited stakeholder awareness persist, necessitating stronger international cooperation and public-private partnerships. The findings underscore that green investments in tourism mitigate environmental risks and offer long-term economic benefits, including increased competitiveness and resilience. By aligning financial flows with environmental goals, tourism destinations can enhance their sustainability and attract eco-conscious travelers. As global emphasis on sustainability grows, integrating green financing mechanisms such as green bonds and carbon credits becomes vital for the tourism industry's future. This study contributes to the broader understanding of green investments as a pivotal strategy for sustainable tourism and global environmental goals.

**Keywords:** Green investments, sustainable tourism, renewable energy, eco-tourism, biodiversity conservation, tourism infrastructure, carbon footprint, climate change mitigation, sustainable development goals (sdgs), green financing, environmental sustainability, waste management, public-private partnerships, energy efficiency, eco-friendly practices.

### Introduction

The rising global concern about climate change and environmental degradation has led to an increasing emphasis on green investments. These investments focus on reducing carbon emissions, enhancing energy efficiency, and promoting the use of renewable resources. Tourism, as one of the largest global industries, significantly benefits from such investments. Sustainable tourism development relies heavily on eco-friendly infrastructure, renewable energy, and conservation projects, which are often supported by green financing.

### Literature Review

Paul Krugman, a Nobel laureate in economics, has extensively studied international trade and its intersection with environmental policies. His research highlights how sustainable

investments, including green technologies, can enhance the competitiveness of industries, including tourism. Krugman emphasizes that adopting green investments in tourism helps reduce carbon emissions and enhances the reputation of destinations as environmentally friendly. His work underscores the necessity for global cooperation to ensure that green investments benefit both developing and developed nations, particularly in eco-tourism[1].

Joseph Stiglitz has been a leading advocate for integrating sustainability into economic policies. His research discusses how green financing mechanisms, such as green bonds, can significantly support the development of sustainable tourism infrastructure. Stiglitz argues that green investments are vital for mitigating climate risks while ensuring economic stability. He also focuses on the role of public-private partnerships in promoting renewable energy projects within the tourism sector[2].

Edward Barbier is a leading scholar in environmental economics who has explored the relationship between natural resource management and economic growth. His work focuses on the role of green investments in preserving biodiversity and promoting eco-tourism. Barbier's research shows that countries investing in sustainable tourism reap economic benefits while ensuring the protection of their natural heritage. His analysis of eco-tourism destinations like Costa Rica highlights how biodiversity conservation efforts can attract international tourists and generate revenue[3].

The works of Paul Krugman, Joseph Stiglitz, and Edward Barbier collectively highlight the transformative role of green investments in fostering sustainable economic practices, particularly in the tourism sector. Krugman emphasizes the need for global cooperation and sustainable trade practices to enhance the competitiveness of eco-friendly destinations. Stiglitz focuses on the economic tools, such as green bonds and public-private partnerships, that enable the financing of renewable energy and sustainable infrastructure projects in tourism. Meanwhile, Barbier underscores the importance of biodiversity conservation and its direct link to the growth of eco-tourism.

Together, these scholars demonstrate that green investments are not only crucial for reducing environmental impacts but also essential for creating long-term economic benefits. By prioritizing sustainability, countries can enhance their tourism sectors' resilience, attract international visitors, and contribute to global efforts to mitigate climate change. The integration of green financing and environmental conservation into tourism strategies offers a promising pathway for achieving sustainable development goals while maintaining economic stability.

## Materials and Methods

This study employs a qualitative methodology to explore the impact of global green investments on the tourism sector. Data was collected from multiple sources, including:

1. **Literature Review:** A comprehensive analysis of academic papers, industry reports, and policy documents related to green investments and sustainable tourism.
2. **Case Studies:** Detailed examination of specific examples from countries such as Costa Rica, Iceland, and the Maldives, where green financing has significantly influenced the tourism industry.
3. **Interviews:** Semi-structured interviews with industry experts, policymakers, and stakeholders in the tourism sector to gather insights into the practical applications and challenges of green investments.
4. **Data Analysis:** Qualitative data from literature and interviews were analyzed thematically to identify patterns, key factors, and their implications for sustainable tourism development.

The combination of these methods provides a holistic understanding of how green investments contribute to sustainability and economic growth in the tourism sector.

## Results

Global green investments refer to financial flows directed toward projects and activities that contribute to environmental sustainability. These include investments in renewable energy, energy-efficient infrastructure, waste management, and biodiversity conservation. Financial institutions, governments, and private entities have been actively participating in green financing initiatives, contributing to global efforts to mitigate climate change and achieve sustainable development goals (SDGs).

The tourism industry depends heavily on natural resources, cultural heritage, and pristine environments. Consequently, the sector is highly vulnerable to environmental degradation. Green investments play a crucial role in ensuring that tourism activities are sustainable and environmentally friendly.

### Key areas of impacts are:

1. Renewable energy for hospitality - many hotels and resorts have adopted solar, wind, and geothermal energy systems, significantly reducing their carbon footprints.
2. Eco-friendly infrastructure - green investments have facilitated the development of eco-lodges, energy-efficient buildings, and sustainable transportation systems in tourist destinations.
3. Biodiversity conservation - funds from green financing have been utilized to protect natural habitats and wildlife, thereby enhancing the appeal of eco-tourism.
4. Waste management systems - effective waste management practices, supported by green investments, ensure the cleanliness and ecological balance of tourist destinations.

### Case Studies: Green Investments in Tourism

#### 1. Costa Rica: A Global Leader in Eco-Tourism

Costa Rica is often referred to as a pioneer in sustainable tourism. This small Central American country has made significant progress in preserving its natural resources while promoting eco-tourism. Approximately 26% of Costa Rica's land is designated as protected areas, including national parks, wildlife reserves, and conservation areas.

#### Green Investments:

1. **Renewable Energy Projects:**
  - Costa Rica generates nearly 99% of its electricity from renewable sources, including hydropower, wind, solar, and geothermal energy. These initiatives not only reduce carbon emissions but also ensure reliable and sustainable energy for the tourism sector.
  - Example: Wind farms such as Tilarán and solar energy installations are used to power eco-lodges and resorts.
2. **Conservation Programs:**
  - The government, in collaboration with international organizations, has implemented payment-for-ecosystem-services (PES) programs. These programs financially incentivize landowners to conserve forests, which, in turn, support biodiversity and attract eco-tourists.
3. **Tourism-Specific Investments:**
  - Development of eco-lodges and sustainable resorts such as Lapa Rios and Nayara Resorts, which prioritize renewable energy, waste reduction, and local community involvement.

#### Impact on Tourism:

- Costa Rica attracts over 3 million international visitors annually, contributing \$4 billion to its economy.

– The country’s eco-tourism offerings include rainforest tours, bird watching, and sustainable adventure activities such as zip-lining and canopy walks.

**Key Lessons:**

- Integrating green investments with tourism policies can enhance a country’s global reputation as a sustainable destination.
- Collaboration between the government, private sector, and local communities is essential for long-term success.

**2. Iceland: Geothermal Energy and Tourism Synergy**

Iceland is a prime example of how natural energy resources can be leveraged for sustainable tourism. The country’s tourism sector has grown rapidly, with over 2 million visitors annually—nearly six times its population.

**Green Investments:**

**1. Geothermal Energy Projects:**

- Iceland derives 85% of its energy needs from renewable sources, particularly geothermal energy. Hotels and tourism facilities use geothermal energy for heating and hot water, significantly reducing their carbon footprint.
- Iconic attractions such as the Blue Lagoon Spa are powered by geothermal energy, showcasing the integration of green investments into tourism.

**2. Sustainable Infrastructure:**

- Investments in energy-efficient transportation, such as electric buses and cycling infrastructure, reduce the environmental impact of tourist activities.
- The construction of eco-friendly hotels like Ion Adventure Hotel, which incorporates green building techniques, highlights Iceland’s commitment to sustainable tourism.

**3. Environmental Conservation:**

- Programs to protect fragile ecosystems, such as glaciers, geysers, and volcanic areas, are funded through green financing mechanisms.
- Tourist taxes and environmental fees are reinvested in conservation projects to ensure the sustainability of natural attractions.

**Impact on Tourism:**

- Iceland’s natural attractions, combined with sustainable practices, have made it a must-visit destination for eco-conscious travelers.
- The tourism industry contributes about 8% of Iceland’s GDP and supports over 20,000 jobs.

**Key Lessons:**

- Utilizing local renewable energy sources like geothermal power can create a unique and sustainable tourism experience.
- Reinforcing sustainability through taxes and reinvestment ensures the longevity of natural resources.

**3. Maldives: Resilience Through Green Tourism**

As a low-lying island nation, the Maldives is particularly vulnerable to climate change, especially rising sea levels. Recognizing this existential threat, the Maldives has prioritized green investments to protect its environment and sustain its tourism-dependent economy.

**Green Investments:**

**1. Renewable Energy Initiatives:**

- Solar power projects, such as the installation of floating solar panels, supply energy to resorts and reduce reliance on diesel generators.
- Hybrid energy systems combining solar and wind energy are increasingly used in island resorts.

**2. Sustainable Tourism Infrastructure:**

- Eco-resorts such as Soneva Fushi and Baros Maldives incorporate sustainable practices, including water recycling, waste reduction, and local sourcing of materials.
- Investments in coral reef restoration projects, supported by international green funds, help maintain biodiversity and attract diving enthusiasts.

3. **Marine Conservation Efforts:**

- Programs like the Maldives Coral Reef Conservation Project aim to mitigate the impact of climate change on marine ecosystems.
- Partnerships with NGOs and international organizations have resulted in the development of marine protected areas.

**Impact on Tourism:**

- The Maldives hosts approximately 1.7 million tourists annually, with tourism contributing 28% to its GDP.
- Coral reef restoration and clean energy practices enhance the Maldives' appeal to high-spending eco-tourists.

**Key Lessons:**

- Combining environmental conservation with luxury tourism can create a sustainable economic model.
- Proactive green investments are essential for climate-vulnerable destinations to adapt and thrive.

**Summary of insights from case studies are:**

1. **Costa Rica** demonstrates how integrating renewable energy and conservation programs into tourism can enhance both environmental and economic outcomes.
2. **Iceland** showcases the synergy between local energy resources and eco-tourism, highlighting how infrastructure investments can attract sustainability-focused tourists.
3. **The Maldives** illustrates the importance of resilience through green tourism, particularly for nations facing severe climate risks.

Despite their benefits, green investments in tourism face several challenges:

- High Initial Costs - green technologies and sustainable infrastructure require substantial upfront investments, which may deter small and medium-sized enterprises (SMEs) in the tourism sector.
- Policy and Regulatory Barriers - inconsistent policies and a lack of incentives in some regions hinder the growth of green investments.
- Limited Awareness- many stakeholders in the tourism industry are not fully aware of the long-term benefits of green investments.

**Discussion**

The case studies of Costa Rica, Iceland, and the Maldives illustrate the transformative potential of green investments in the tourism sector. Each of these countries has leveraged its unique environmental and economic contexts to implement sustainable practices that ensure long-term benefits for both the environment and the tourism industry.

**Costa Rica** serves as a model for integrating renewable energy and conservation programs into tourism. The country's commitment to sustainability has not only enhanced its global reputation but also attracted millions of eco-conscious travelers. Costa Rica demonstrates that prioritizing conservation efforts and renewable energy projects can significantly boost the eco-tourism sector while preserving biodiversity.

**Iceland's** success lies in its utilization of local renewable energy resources, such as geothermal power, to develop eco-friendly tourism infrastructure. The country's focus on environmental conservation, coupled with innovative energy solutions, has made it a preferred

destination for environmentally aware tourists. Iceland highlights the importance of aligning tourism development with local natural resources and sustainable practices.

**The Maldives** showcases how vulnerable regions can adapt to climate change through proactive green investments. By focusing on renewable energy, coral reef restoration, and sustainable tourism infrastructure, the Maldives has ensured the resilience of its tourism sector. This example underscores the critical role of green financing in mitigating environmental risks and sustaining economic activities in climate-sensitive areas.

Despite these successes, green investments in tourism face challenges such as high initial costs, regulatory barriers, and limited awareness among stakeholders. Addressing these issues requires stronger international cooperation, public-private partnerships, and enhanced financial mechanisms like green bonds and carbon credits.

The analysis of these case studies reveals that green investments not only mitigate environmental challenges but also create new opportunities for economic growth. By adopting similar approaches, other countries can enhance the sustainability and competitiveness of their tourism sectors, contributing to global efforts to combat climate change.

### Conclusion

Global green investments are indispensable for the sustainable growth of the tourism industry. By aligning financial flows with environmental goals, these investments not only contribute to mitigating climate change but also enhance the competitiveness and resilience of tourist destinations. As the tourism sector continues to grow, integrating green financing into its core strategies will be essential for achieving long-term sustainability.

### References

1. Krugman, P. (1991). *Geography and Trade*. MIT Press.
2. Stiglitz, J. E. (2010). *Freefall: America, Free Markets, and the Sinking of the World Economy*. W. W. Norton & Company.
3. Barbier, E. B. (2011). *Capitalizing on Nature: Ecosystems as Natural Assets*. Cambridge University Press.
4. UNWTO. "Sustainable Tourism Development and Climate Action." (2023).
5. OECD. "Green Financing and Its Role in Economic Growth." (2022).
6. Costa Rica Tourism Board. "Sustainable Practices in Costa Rica's Tourism Industry." (2021).
7. International Renewable Energy Agency (IREA). "Renewable Energy in Tourism." (2023).
8. World Bank. "Investing in Green Infrastructure for Sustainable Development." (2022).

## GLOBAL GREEN INVESTMENTS AND THEIR IMPACT ON TOURISM

**Azimov Olimjon Orifovich**

Lecturer

Department of Economics

Bukhara State University

Uzbekistan, Bukhara

olimjon.azimov1988@gmail.com

ORCID: 0009-0003-8010-8213

**Abstract:** Green investments have become essential in addressing pressing environmental challenges and fostering sustainable economic growth. This paper investigates the concept of global green investments and their significant impact on the tourism sector, emphasizing their role in achieving sustainability. Green investments focus on renewable energy, eco-friendly infrastructure, waste management, and biodiversity conservation, offering innovative solutions for reducing carbon footprints in tourism operations. By examining case studies from Costa Rica, Iceland, and the Maldives, the research highlights the transformative effects of green financing on tourism development. Costa Rica demonstrates how renewable energy and conservation efforts enhance eco-tourism, while Iceland showcases the integration of geothermal energy into sustainable tourism practices. The Maldives, a climate-vulnerable destination, provides insights into the role of renewable energy and marine conservation in maintaining its appeal as a tourist destination. Despite these successes, challenges such as high initial costs, regulatory barriers, and limited stakeholder awareness persist, necessitating stronger international cooperation and public-private partnerships. The findings underscore that green investments in tourism mitigate environmental risks and offer long-term economic benefits, including increased competitiveness and resilience. By aligning financial flows with environmental goals, tourism destinations can enhance their sustainability and attract eco-conscious travelers. As global emphasis on sustainability grows, integrating green financing mechanisms such as green bonds and carbon credits becomes vital for the tourism industry's future. This study contributes to the broader understanding of green investments as a pivotal strategy for sustainable tourism and global environmental goals.

**Keywords:** Green investments, sustainable tourism, renewable energy, eco-tourism, biodiversity conservation, tourism infrastructure, carbon footprint, climate change mitigation, sustainable development goals (sdgs), green financing, environmental sustainability, waste management, public-private partnerships, energy efficiency, eco-friendly practices.

## MINTAQALAR IQTISODIY RAQOBATBARDOSHLIGIGA TA’SIR ETUVCHI OMILLAR.

**Kosimov Bobir Abdigaparovich**  
Magistrant  
University of Business and Science  
Namangan, O’zbekiston  
E-mail: boburqosimov388@gmail.com

**Kenjayev Ikrom Ergashboyevich**  
PhD, dotsent  
University of Business and Science  
Namangan, O’zbekiston  
E-mail: ikromk@mail.ru

**Annotatsiya:** Ushbu maqolada O’zbekiston mintaqalari ma’muriy hududiy bo’linishi, mintaqalar aholisi va mehnat resurslari, mintaqalar rivojlanishida erkin iqtisodiy hududlarning o’rni, mintaqalar raqobatbardoshligini oshirishda sanoat tarmog’ining rivojlanishi, hududlarda qishloq xo’jaligi rivojlanishi, transport va axborot kommunikatsiya infratuzilmasining mintaqaviy rivojlanishi va boshqa bir qancha mintaqqa iqtisodiy raqobatbardoshligiga ta’sir etuvchi omillar haqida fikr yuritiladi.

**Kalit so’zlar:** mintaqaviy iqtisodiyot, tabiiy resurslar, mehnat resurslari, sanoat tarmog’i, erkin iqtisodiy hududlar, qishloq xo’jaligi, kichik biznes, eksport.

Har bir mamlakat qitisediyotini tahlil etish jarayonida uning ma’muriy-hududiy bo’linishiga e’tibor berish lozim. Mamlakat YAIM shakllanishida har bir hududning o’z o’rni bor. Bu o’sha hududni iqtisodiy rivojlanganlik darajasiga bog’liq bo’ladi. Hududlar iqtisodiy rivojlanishiga esa bir qancha omillar ta’sir etadi. Iqtisodiy o’sish va mintaqaviy raqobatbardoshlikga ta’sir etuvchi omillarni tahlil etishdan oldin O’zbekiston Respublikasi ma’muriy-hududiy bo’linish masalalarini qonuniy huquqiy asoslari bilan tanishib olsak. “O’zbekiston Respublikasining ma’muriy-hududiy tuzulishi to’g’risida”gi qonun 2020-yil 19-mayda qabul qilingan [1]. Ushbu Qonunning maqsadi O’zbekiston Respublikasining ma’muriy-hududiy tuzulishi sohasidagi munosabatlarni tartibga solishdan iborat. Albatta mamlakat iqtisodiyotini rivojlantirish uchun har bir hudud iqtisodiy holatini yaxshilash, mintaqalar iqtisodiy salohiyatini oshirish lozim. Shu o’rinda O’zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-2026 yillarga mo’ljallangan Yangi O’zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to’g’risidagi Farmonining [2] 33-maqsadida: “Hududlarni mutanosib rivojlantirish orqali hududiy iqtisodiyotni 1,4-1,6 barobarga oshirish” maqsad qilib belgilangan. Har bir mintaqada iqtisodiy o’sish va iqtisodiy raqobatbardoshlikga erishish xalq farovonligi va YAIM o’sishiga, pirovardida butun mamlakat iqtisodiy o’sishiga olib keladi. Quyida mintaqalar iqtisodiy raqobatbardoshligi va iqtisodiy o’sishiga ta’sir etuvchi omillarning bir qismini o’rganib o’tamiz:

Geografik joylashuvi – mintaqaning joylashuv o’rni uning iqtisodiy imkoniyatlariga katta ta’sir ko’rsatadi, ya’ni unga qo’shimcha qulaylik yoki noqulaylik taqdim etadi. Misol uchun o’rta asrlarda Buyuk ipak yo’li bo’yida va uning chorrahalarida joylashgan mintaqalar iqtisodiy va madaniy jihatdan juda rivojlangan. Ularda savdo-sotiq ishlari oson olib borilgan. Lekin vaqtlar o’tib suv transporti ya’ni daryo, dengiz transporti rivojlanib bordi. Suv transporti qulay va kam

harajat bo'lgani uchun ushbu tashish usuliga talab oshib borishi port shaharlar paydo bo'lishiga va ularning iqtisodiy imkoniyatlari o'sishiga olib keldi. Suv transporti quruqlik, temir yo'l va havo transportidan ham bir necha barobar arzon bo'lganligi XX asr ohiri va XXI asr boshlarida Janubiy Sharqiy Osiyoning bir nechta mamlakatlari va Xitoy Xalq Respublikasi iqtisodiyotiga o'z ijobiy ta'sirini o'tkazdi. Bu mamlakatlar arzon eksport qilish imkoniyati va tranzit imkoniyatlaridan unimli foydalanishmoqda. Afsuski bizning mintaqada bunday imkoniyatlar mavjud emas. Lekin Hukumatimiz tomonidan dengiz portlariga chiqish bo'yicha qator ishlar olib borilmoqda. Bizning geografik joylashuvimizdan kelib chiqib eng yaqin istiqbolli yo'nalish bu Pokistonning "Karachi" porti yoki Eron orqali dengizga chiqish bo'lishi mumkin. Hozirgi kunda respublikamizda asosan temir yo'l transporti, avtomobil orqali tashish (yuk mashinalarida) va havo transportidan keng foydalanilmoqda. Ushbu transport vositalaridan faqat yuk tashish uchun emas, aholini, mehnat resurslarini tashish uchun va emigratsiya jarayonini tezlashtirish maqsadida ham foydalaniladi. Ma'lumot o'rnida 2024 yilning yanvar-sentyabr oylarida temir yo'l transportida 7324,4 ming yo'lovchi jo'natilgan bo'lib, bu esa 2023 yilning mos davriga nisbatan 12,7 ming nafar yo'lovchiga ko'pdir [3].

Mehnat resurslari – iqtisodiy raqobatbardoshlikda mehnat resurslari bilan taminlanganlik darajasi ham muhim ahamiyatga ega." Mehnat resurslari – bu mehnat yoshiga kirgan, lekin hali pensiya yoshiga yetmagan kishilardir" [4]. O'zbekiston Respublikasi aholisi soni har kuni o'rtacha 2 ming kishiga oshmoqda[5], bu esa mehnat resurslarining ortib borayotganini bildiradi. Mehnat resurslarini taqsimlanishi turli mintaqalarda turlicha, bu har bir mintaqadagi aholi soniga bevosita bog'liq. Qaysi hududda mehnat resurslari ko'p bo'lsa shu hududda ishchi kuchi taklifi ko'p bo'lib mehnatga haq to'lash, ya'ni ish haqi arzonroq bo'ladi. Bu o'z navbatida korxonalar va tashkilotlar harajatlari qisqarishiga, ular ishlab chiqarayotgan mahsulot va ko'rsatayotgan xizmatlar narhi arzonlashuviga olib keladi. Tabiiyki bu shu hudud eksport imkoniyatini, tovar va xizmatlari raqobatbardoshligini oshiradi. Dunyo bo'ylab katta transmilliy korporatsiyalarni o'z filiallarini ishchi kuchi arzon bo'lgan, rivojlanayotgan mamlakatlarga ko'chirishlari bejiz emas albatta. Mehnat resurslari haqida gap ketganda faqat soni emas ularning malakasi, qobiliyati va ilmiy darajasini ham inobatga olish kerak, bu ham mehnat unumdorligiga o'z ta'sirini o'tkazadi.

Quyida O'zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi statistika agentligi tomonidan keltirilgan ma'lumotlarni ko'rib o'tamiz: ushbu agentlikning ma'lumotlariga ko'ra, 2022 yilda O'zbekiston respublikasida mehnat resurslari soni 19494,6 ming kishini tashkil etgan. Respublikamiz hududlari orasida eng ko'p mehnat resurslari Samarqand viloyatiga to'g'ri kelgan hamda respublikadagi jami mehnat resurslari soniga nisbatan ulushi 11,1 foizni tashkil etgan. Respublikamiz hududlari bo'yicha mehnat resurslari sonining taqsimotini 1-jadval ma'lumotlarida ko'rish mumkin:

### 1- jadval

#### Mintaqalar raqobatbardoshligiga ta'sir etuvchi omillar [6]

Viloyatlar nomi	Mexnat resurslari soni (ming kishi)	Chet el investitsiyasi ishtirokidagi korxonalar soni (dona)	Sanoat korxonalar soni (dona)
Qoraqalpog'iston Respublikasi	1074,6	177	3677
Andijon viloyati	1777,9	322	5614
Jizzax viloyati	791,1	192	2671
Qashqadaryo viloyati	1819,3	139	3990
Navoiy viloyati	570,2	226	3192
Namangan viloyati	1592,8	227	5057
Samarqand viloyati	2160,4	570	6321
Surxondaryo viloyati	1469	347	3248
Sirdaryo viloyati	487,2	209	1583
Toshkent viloyati	1616,3	1641	7398
Farg'ona viloyati	2095,5	475	8057

Xorazm viloyati	1050,1	128	4177
Toshkent shahri	1916,8	9568	11864

Jadvalda mehnat resurslarini viloyatlar kesimida taqsimlanishini ko'rish mumkin. Bu o'z navbatida har bir viloyatni mehnat resurslari bo'yicha imkoniyatini ham ko'rsatadi. Yuqoridagi raqamlar investitsion jozibadorlikga ham ijobiy ta'sir etadi, chunki ko'pchilik firmalar ishchi kuchi ko'p hududlarga investitsiya kiritishga intilishlari tabiiy. Shu o'rinda yana bir holatga e'tibor qaratish kerakki, ba'zi hollarda mehnat resurslari ko'p hududlardagi ish haqi, mehnat resurslari kam hududdagidan yuqoriroq ham bo'lishi mumkin. Bu o'sha hududni iqtisodiy rivojlanganligi, sanoatlashuv darajasi va tabiiy resurslar bilan taminlanganlik darajasiga bog'liq bo'lib, bunday hududlarda aholi jon boshiga to'g'ri keluvchi daromadlar ham boshqa hududlardan yuqoriroq bo'lishi mumkin.

Tabiiy resurslar – mintaqalar iqtisodiy o'sishi va raqobatbardoshligi oshishida o'rni beqiyosdir. Resurs so'zi fransuzcha bo'lib “Yashash vositasi” degan ma'noni anglatadi. Tabiiy resurslar insonlarning yashashi uchun zarur bo'lgan asosiy manbadir [7]. Tabiiy resurslarni foydalanish darajasiga qarab ikkita katta turga bo'lish mumkin: tugaydigan va tugamaydigan tabiiy resurslardir.

Tugaydigan resurslar o'z navbatida qayta tiklanmaydigan va qayta tiklanadigan resurslarga bo'linadi. Qazilma boyliklar qayta tiklanmaydigan resurslar hisoblanadi. Qayta tiklanadigan resurslarga asosan, suv, tuproq, o'simliklar va hayvonot dunyosi kiradi. Masalan: tuproq, unda o'simlik o'stirib foydalanishi natijasida tugab yo'q bo'lib ketmaydi.

Tugamaydigan resurslar, bularga asosan suv resurslari, iqlim resurslari va kosmik resurslar kiradi. Tabiiy va mineral-xomashyo resurslari har bir mintaqaning eng muhim boylik manbayidir. Undan olinadigan mahsulotlar insonlarning turli ehtiyojlarini qondiradi.

Har bir mintaqada yer osti boyliklari, tabiiy resurslari mavjud, ularni qazib olish esa alohida mehnat va kapital talab qiladi. Aniqlangan resurslar esa shu hudud uchun ichki va tashqi investitsiya jozibadorligini oshirishga xizmat qiladi. Tabiiy resurslarga boy hududlarga yirik investitsiyalar jalb etilib, katta sanoat korxonalari quriladi. Bu esa shu hudud iqtisodiy salohiyatini oshirishga xizmat qiladi. Bugungi kunda viloyat, tuman va shaharlarni kompleks va mutanosib ijtimoiy-iqtisodiy rivojlantirish, ularda mavjud salohiyatdan samarali foydalanish hisobidan hududlarni barqaror rivojlantirishga erishish, aholi bandligini ustuvor ta'minlashga erishish, barcha mavjud resurslar salohiyatidan oqilona foydalanishni ta'minlash dolzarb masalalardan biri sifatida muhim ahamiyat kasb etmoqda.

Albatta tabiiy resurslar barcha mintaqalarda mavjud, bunday resurslar ham tashqi investitsiya jalb etish uchun muhim omil hisoblanadi. Ya'ni xorijiy investitsiyalarning katta qismi aynan tabiiy resurslarni qazib olish, qayta ishlash sanoatiga kiritiladi. Statistika agentligi ma'lumotlariga ko'ra, Respublikamizda 2024 yilning 1-sentabr holatiga, chet el investitsiyasi ishtirokida 14562 ta korxonalar faoliyat ko'rsatmoqda. Ularning hududlar kesimidagi soni 1-jadvalda keltirilgan.

Birinchi jadvaldagi ma'lumotlardan yurtimizda hozirgi kunda investitsion muhit yaxshi ekanligini bilish mumkin. Garchi bu raqamlarda ba'zi bir viloyatlardagi chet el investitsiyasi ishtirokidagi korxonalar soni kamroq bo'lsa ham, ularga jalb etilgan kapital hajmi juda yuqori bu esa ulardagi foydali tabiiy boyliklar miqdori katta ekanligi bilan izohlanadi.

Sanoat tarmog'i rivojlanganligi – sanoat bu iqtisodiyot raqobatbardoshligini ko'rsatib beruvchi asosiy sohadir. Ma'lumki hom ashyo narhlari o'zgaruvchan bo'ladi. Hom ashyoni to'liq qayta ishlamaydigan mamlakat iqtisodiyoti raqobatbardoshligi past iqtisodiyot sifatida qaraladi. Sanoatda asosan tayyor mahsulot ishlab chiqariladi va uni saqlash, to'plash, eksport qilish imkoni mavjud. Sanoati rivojlangan mamlakatlar boshqalarga tobe bo'lmaydilar, bunday iqtisodiyot ancha barqaror bo'ladi. Sanoat mahsulotlarini narxi barqaror bo'lguncha ushlab turib ma'qul narxda bozorga chiqarish mumkin. Shunday ekan mintaqalar iqtisodiy raqobatbardoshligi ham ularda mavjud sanoat korxonalari soni va ularning texnik modernizatsiyalashuvi darajasiga bog'liqdir.

Sanoat siyosati milliy iqtisod tizimining sanoatni qo'llab-quvvatlashga va barqaror o'sishga yo'naltirilgan iqtisodiy va tashkiliy tadbirlarning majmui bo'lib, uning asosiy maqsadi mamlakat iqtisodiyotining jadal rivojlanishi, milliy ishlab chiqaruvchilarning farovonligi va ularning raqobatbardoshligini oshirishdir.

Sanoat siyosati ilmiy texnik taraqqiyotni jadallashtiradi va boshqaruvni takomillashtiradi, shuningdek, jahon iqtisodiyotini globallashtirishning ob'ektiv talablariga moslashuvchanligini yanada oshirib boradi. Shu sababli, O'zbekiston sanoat tarmoqlariga investitsiyalarni va innovatsion texnologiyalarni keng ko'lamda joriy etishga katta e'tibor qaratilib, sanoat tarmoqlarini izchil rivojlantirishga erishilmoqda. Respublikamizning qaysi hududida sanoat korxonalarini ko'proq joylashganligini 1-jadvalda ko'rishimiz mumkin. Respublikamizda 2023 yilning holatiga ko'ra, 71110 ta sanoat korxonalarini faoliyat ko'rsatmoqda.

Sanoat korxonalarini ko'pligi hududlar iqtisodiy raqobatbardoshligini oshirishdan tashqari, shu hududning YAHM dagi ulushini ham oshirishda asosiy omillardan biridir. Statistika agentligi ma'lumotlariga ko'ra 2024 yil yanvar-mart oylari yakunlariga ko'ra YAIM ning shakllanishida Toshkent shahri 20,1% ulush bilan eng katta hissa qo'shadi.

Erkin iqtisodiy hududlar – bu chet el investitsiyalarini jalb etishda katta ahamiyatga ega. Erkin iqtisodiy hududlarga turli xil olimlar har-xil fikrlar bildirishgan. Rossiyalik iqtisodchilardan A. Kuznetsov hamda S. A. Ribakov va N. A. Orlovalarning ta'kidlashicha: erkin iqtisodiy zona – bu xorijiy tovarlar hech qanday bojxona to'lovlarisiz saqlanishi, sotilishi, yoki xarid qilinishi mumkin bo'lgan hudud. O'zbekistonlik A. V. Vaxabov, Sh.X. Xajibakiev, N.G. Muminov va Rossiyalik T. P. Danko, Z.M. Okrut, N.V. Igoshin kabi mualliflar bir ovozdan, - “Erkin iqtisodiy zona – bu mahalliy hamda xorijiy tadbirkorlar faoliyat yuritishi uchun maxsus imtiyozli iqtisodiyot amal qiladigan chegaralangan hudud” – degan xulosaga kelishgan [8]. Bizningcha davlat erkin iqtisodiy zonalarni yaratishdan maqsad ko'proq investitsiyalarni jalb etish va bu orqali hududlar iqtisodiy o'sishi va ko'proq raqobatbardosh, eksportbop tovarlar ishlab chiqarishga erishishdir. Erkin iqtisodiy hududlar ko'p hollarda iqtisodiy o'sishi pastroq bo'lgan hududlarda tashkil etilib, shu hududlarda yangi korxonalar va ish o'rinlarini yaratish maqsad qilinadi. Respublikamizda ham bu borada salmoqli ishlar amalga oshirilmoqda.

Qishloq xo'jaligi – bu soha ayniqsa rivojlanayotgan mamlakatlar uchun juda muhim xisoblanadi. Mintaqalar iqtisodiy va oziq-ovqat xavfsizligi uchun ham qishloq xo'jaligi rivojlangan bo'lishi juda muhimdir. Qishloq xo'jaligi iqtisodiyotning muhim tarmog'i bo'lib, unda insoniyat hayoti uchun eng zarur bo'lgan oziq-ovqat mahsulotlari va aholi uchun iste'mol buyumlari tayyorlovchi sanoat tarmoqlariga xom ashyo ishlab chiqariladi. Qishloq xo'jalik mahsulotlarini ishlab chiqarish va ularni sotish jarayonida kapital boshqa tarmoqlardagidek doiraviy aylanib turadi, ya'ni pul shaklidan ishlab chiqarish shakliga, undan tovar shakliga o'tib, yana pul shakliga qaytib keladi. Qishloq xo'jaligida ishlab chiqarilgan mahsulotlarning miqdori yerning hosildorligi, uning sifatiga bevosita bog'liq bo'ladi. Yerning tabiiy, biologik, iqtisodiy va texnikaviy sharoitlarini yaxshilash ham qishloq xo'jaligida mavjud bo'lgan kapitalning doiraviy aylanishiga bevosita ta'sir ko'rsatadi. Shuning uchun bu omillardan to'laroq foydalanish zarurdir. Qishloq xo'jaligi sohasida birlamchi zarur bo'lgan iste'mol savati mahsulotlari ishlab chiqariladi. Bu esa ushbu soha nafaqat mintaqalar balki butun mamlakat iqtisodiyoti uchun o'ta muhim ekanligini anglatadi.

Har bir mamlakat o'z iqtisodiy va oziq-ovqat xavfsizligini ta'minlash maqsadida, o'sib borayotgan aholi soni va ehtiyojlarini qondirish uchun qishloq xo'jaligi va dexqonchilik mahsulotlari xajmi o'sib borishiga erishishi shart. Statistika agentligi ma'lumotlariga ko'ra, 2024 yilning yanvar-sentabr oylari yakuniga ko'ra, respublika bo'yicha dehqonchilik mahsulotlarining umumiy hajmi 149,6 trln so'mni tashkil etdi. Bu ko'rsatkich o'sish tendensiyasiga ega bo'lib, 2022 yilda 121,1 trln so'mni va 2023 yilda esa 137,5 trln so'mni tashkil etgan [9].

Transport va axborot kommunikatsiya – bu tarmoq ham mintaqalar iqtisodiy rivojlanishi va uning raqobatbardoshligini oshirishda muhim omillardan hisoblanadi. Transport tizimi yaxshi

rivojlangan hududlarda tashish xizmati, eksport qilish homashyo yetkazib berish tizimi yaxshi ishlaydi va mahsulot tannarxi pasayishiga ta'sir etadi. Zamonaviy bozor iqtisodiyotida esa, raqobat kurashida arzon va sifatli tovarlar ishlab chiqarish va xizmatlar ko'rsatish har bir iqtisodiy subyektning asosiy maqsadi hisoblanadi. Afsuski bizning hududimiz okeanga chiqish imkonidan uzoqda joylashgani uchun asosan avtomobillar, yuk mashinalari, temir yo'llar va havo transportidan foydalanishga majburlamiz. Transport sohasi milliy iqtisodiyot va umuman jahon iqtisodiyoti rivojlanishining eng muhim tarkibiy qismidir, chunki transport jahon iqtisodiyotining strategik muhim tarmog'idan biri hisoblanadi. Iqtisodiyotning barcha tarmoqlari o'rtasidagi o'zaro ta'sir jarayonlarining tezlashishi transport sohasini doimiy takomillashtirishga undaydi. Jahonda globallashtirish jarayonlarining kuchayishi, xalqaro maydonda tovar va xizmatlar ayirboshlash, turli jabhalardagi hamkorlikning tobora kengayib borishi bugungi kunda yuqori texnologik telekommunikatsiya tarmog'ini rivojlantirishni muhim strategik vazifaga aylantirdi.

Kompyuter texnikasi, axborot texnologiyalari, internet, mobil telefon aloqalari sohalari jadallik bilan taraqqiy etmoqda. Albatta, axborot almashinuv xizmatlaridan keng va samarali foydalanish hududlar iqtisodiy o'sishiga ham sezilarli ijobiy ta'sir ko'rsatadi. Birinchi navbatda vaqtdan tejaladi, bir hududdan ikkinchisiga borib kelishga zarurat tug'ilmaydi, ikkinchidan ortiqcha harajat qilinmaydi, chunki mahsulot ko'rinishi yoki ko'rsatiladigan xizmatlar haqidagi habarlarni masofadan turib internet orqali ham ko'rsatish mumkin bo'ladi. Axborot kommunikatsiya va internet tarmog'ini rivojlanishi hududlarda ishlab chiqarilgan tovarlar sotuvi ko'payishiga ham yordam beradi. Buning uchun ishlab chiqaruvchilar o'z mahsulotlari reklamasini turli hil ijtimoiy tarmoqlarga joylab yoki blogerlar orqali keng reklama qilish imkoniyatidan foydalanishmoqda. Xuddi shu usulni xizmat ko'rsatish sohasi vakillari ham qo'llashmoqda, bu esa hududlarda ishlab chiqarish sotuv hajmi oshishiga va xizmat ko'rsatish tizimi haqidagi axborotni boshqa hududlarga ham yetib borishiga yordam bermoqda. Bu yerda hozirgi kunda tadbirkorlar bepul yetkazma xizmatidan ham foydalanayotganlarini aytib o'tish lozim. Ushbu xizmatlarni joriy etilishi turli xil mintaqalardagi ishlab chiqarish korxonalarini o'zaro raqobatlashuviga olib kelmoqda.

Statistika agentligi ma'lumotlariga ko'ra Axborot va aloqa sohasida faoliyat ko'rsatayotgan korhona va tashkilotlar soni 2023 yilda 9931 tani tashkil etgan bo'lsa, 2024 yilda bu ko'rsatkich 10198 tani tashkil etmoqda. Hududlar kesimida esa, Toshkent shahrida 4848 ta axborot va aloqa sohasida faoliyat yurituvchi korhona bo'lib, bu borada poytaxtimiz yetakchi, keyingi o'rinlarni Samarqand viloyati 684 ta, Farg'ona viloyati 618 ta bilan egallab turibdi [9].

Umuman olganda mintaqalar iqtisodiy o'sishi va raqobatbardoshligiga ta'sir etuvchi omillar juda ko'p, biz yuqorida bir nechtasiga to'xtalib o'tdik. Xulosa qilib aytadigan bo'lsak, har bir hududda va har bir tarmoq bo'yicha kichik biznes va tadbirkorlik sohasini rivojlantirish kerak. Qaysi hududlarda kichik biznes va tadbirkorlik rivojlansa o'sha yerda qo'shimcha ish o'rinlari ko'payadi, raqobat muhiti shakllanadi va diversifikatsion tovarlar ishlab chiqarish ko'payadi. Hozirgi kunda ushbu sohaning YAIM dagi ulushi ham yildan yilga ortib borayotgani so'zimizni isbotlab turibdi. 2024 yilning yanvar –sentabr oylari yakunlariga ko'ra, kichik tadbirkorlik (biznes)ning respublika YAIM dagi ulushi 53,8% ni tashkil etdi. Hududlarda kichik tadbirkorlik (biznes)ning eng katta ulushi Surxondaryo (hududda yaratilgan yalpi qo'shilgan qiymat umumiy hajmining 78,7 % ini tashkil etgan), Namangan (74,3 %), Buxoro (74,2 %) va Jizzax (74,1 %) viloyatlarida kuzatilgan[10]. Bundan tashqari har bir mintaqa raqobatbardoshligini oshirishda ta'lim tizimini rivojlantirish ham muhim ahamiyatga ega, ayniqsa oliy ta'lim yo'nalishlarini ko'paytirish va ularni o'qitish tizimini amaliyot bilan hamohang olib borish kelajakda o'z samarasini beradi.

**Manbalar ro'yxati:**

1. Lex.uz/docs/-4973063
2. <https://review.uz/or/post/> O'zbekiston Respublikasi prezidenti Shavkat Mirziyoyevning. 2023 yil uchun murojaatnomasi
3. O'zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi statistika agentligi. Uzstat.uz telegram kanali
4. A.O'lmasov, A. Vahobov "Iqtisodiyot nazariyasi" Toshkent 2006 –yil.
5. [www.stat.uz](http://www.stat.uz)
6. [www.stat.uz](http://www.stat.uz)
7. G.M. Shadieva, T.S.Sharipov va boshqalar, "Mintaqaviy Iqtisodiyot" darslik Samarqand - 2023 yil.
8. G.M. Shadieva, T.S.Sharipov va boshqalar,"Mintaqaviy Iqtisodiyot" darslik Samarqand - 2023 yil.
9. [www.stat.uz](http://www.stat.uz)
10. [www.stat.uz](http://www.stat.uz)

**FACTORS AFFECTING THE ECONOMIC COMPETITIVENESS OF  
REGIONS**

**Kosimov Bobir Abdigaparovich**

Master student

University of Business and Science

Namangan , Uzbekistan

E-mail: boburqosimov388@gmail.com

**Kenjayev Ikrom Ergashboyevich**

PhD, associate professor

University of Business and Science

Namangan, Uzbekistan

E-mail: ikromk@mail.ru

**Abstract:** This article examines the administrative-territorial division of the regions of Uzbekistan, the population and labor resources of the regions, the role of free economic zones in the development of the regions, the development of industry in increasing the competitiveness of the regions, the development of agriculture in the regions, the regional development of transport and information and communication infrastructure and some other factors affecting the economic competitiveness of the regions.

**Keywords:** regional economy, natural resources, labor resources, industry, free economy of the territory, agriculture, small business, export.

**TIU Журнал цифровой экономики и бизнеса**  
**Научный журнал**  
**№ 8 (4) 2024 г.**

**TIU Journal of Digital Economy and Business**  
**Scientific journal**  
**№ 8 (4) 2024**

**TIU Raqamli Iqtisodiyot va biznes jurnali**  
**Научный журнал**  
**№ 8 (4) 2024 й.**

Корректор: Хамидхонов Қобилхон Шухрат ўғли

Подписано к печати: 03.07.2024 г.  
Формат: 60x84 <sup>1</sup>/<sub>16</sub>. Усл. печ. л. 6.  
Гарнитура Times New Roman.  
Бумага офисная. Тираж 8 экз.

Адрес редакции:  
г. Намаган, ул. К.Мамарасулова, 10Д, «Turan International University».  
Оригинал-макет подготовлен редакционно-издательским отделом  
университета  
«Turan International University».  
г. Наманган, ул. К.Мамарасулова, 10Д.  
Тел.: +998 99 921 00 55.

---

Печатан в типографии частного предприятия  
"ФАЗИЛАТ ОРГТЕХ СЕРВИС".

Адрес: г. Наманган улица Амира Темура 97.  
Телефон: (+998) 91-346-44-43, (+998) 99-806-44-43