



**Ilmiy amaliy
jurnal
№ 6 (8)
2026**

**YANGI
O'ZBEKISTON
IQTISODIYOTI**

“YANGI O‘ZBEKISTON IQTISODIYOTI” *jurnali* 6-son 2026 yil

**O‘ZBEKISTON RESPUBLIKASI
OLIIY TA‘LIM, FAN VA INNOVATSIYALAR VAZIRLIGI**

**MIRZO ULUG‘BEK NOMIDAGI
O‘ZBEKISTON MILLIY UNIVERSITETI**

YANGI O‘ZBEKISTON IQTISODIYOTI

6

ISBN 978-9943-5256-3-4

Toshkent – 2026

MUNDARIJA

Karabayev R.Z. Raqamli iqtisodiyot: nazariy asoslari va O‘zbekistonda rivojlanish yo‘nalishlari.....	8
Ubaydullayeva N.A. Zamonaviy iqtisodiy sharoitda kichik biznes korxonalarining rivojlanish strategiyalari: nazariy yondashuvlar.....	11
Xatamov A.A. Raqamli transformatsiya asosida ixtisoslashtirilgan savdo majmualarida moliyaviy resurslarni boshqarishni takomillashtirish.....	15
Yokubjonova X.Yo. Co-marketing strategiyasining ekoturizmni brendlashiga integratsiyasi: metodologik yondashuv va amaliy natijalar.....	19
Yusupova M.B., Jamoliddinova (Usmonova) S.S. Ustama xarajatlarni tasniflash va uning mahsulot tannarxini shakllantirishdagi ahamiyati.....	24
Abdug‘ofurova O.M., Yusupova M.B. Ishlab chiqarish korxonalarida tannarxni kalkulyatsiya qilish va uni takomillashtirish yo‘llari.....	27
Xojiboyev M.Sh. Xorijiy tajribalarni O‘zbekiston nodavlat oliy ta’lim muassasalari boshqaruv hisobi tizimiga moslashtirish: nazariy asoslar va amaliy istiqbollari.....	31
Исраилова Д.К. Глобализация в условиях демографического кризиса: социально-экономические риски.....	38
Qurbonova X.I. Bozor iqtisodiyotida davlatning makroiqtisodiy muvozanatni ta’minlash va inqirozga qarshi siyosati.....	43
Asqarov A.H. Oliy o‘quv yurti talabalarida moliyaviy savodxonlikni aniqlash me’zonlari (noiqtisodiy yo‘nalishi talabalar misolida).....	47
Yunusova S.A., Turg‘unboyev A.A. Eko-mehmonxona tushunchasi, turlari va asosiy xususiyatlari.....	51
Barnayev Z.Sh. Xizmat ko‘rsatish sohasi korxonalari raqobatbardoshligining mazmun-mohiyati va xususiyatlari.....	55
Bobokulov A.A. Erkin iqtisodiy zonalar va kichik sanoat zonalarining hududiy iqtisodiy integratsiyaga ta’siri.....	59
Рахимжонов Б.Б., Рахимжонов Б.Б. Инновационные процессы как фактор развития промышленных предприятий.....	63
Matmusayev M.O. Raqamli iqtisodiyot sharoitida sanoat korxonalarining raqobatbardoshligini oshirish strategiyalari.....	67
Raxmatjonova G.E. Ishlab chiqarish korxonalarining asosiy vositalari buxgalteriya hisobini xalqaro andozalar talablari bo‘yicha takomillashtirish.....	72
Kamoldinova N.A. Ayollar tadbirkorligi faoliyatida raqamli integratsiya darajasini baholash.....	76
Xaitova M.K. Raqamli platformalar orqali biznes modellarini yangilash va kompaniyalar strategik imkoniyatlarini kengaytirish.....	81
Yo‘ldashev M., Sotvoldiyev U. Davlat byudjetini taqchilligi va uni kamaytirish mexanizmlari.....	85
Maribjonov B.I., Arabboyev J.S. Tuman mahalliy byudjetidan moliyalashtiriladigan maktabgacha va maktab ta’limi tashkilotlarining 4-guruh xarajatlarining tahlili.....	88
Ro‘ziyev Sh.Sh. Hududiy iqtisodiy rivojlanishda mahalliy ishlab chiqarishni boshqarishning zamonaviy usullari.....	92
Nematov G‘.G‘., Sotvoldiyev U.K. O‘zbekistonda yashil iqtisodiyotga o‘tishning iqtisodiy asoslari va istiqbollari: deкупpling indeksi tahlili.....	95
Karimov D.M., Mustafayeva H. Xorij tajribasi asosida O‘zbekistonda pensiya tizimini takomillashtirish....	99
Ermatova S.I. Sanoat korxonalarida majburiyatlar tarkibi va moliyaviy barqarorlikning empirik tahlili (Andijon viloyati to‘qimachilik korxonalari misolida).....	104
Ermatov M.S. Sun’iy intellekt va mehnat bozorida raqamli inqilob: tahdidmi yoki kelajak imkoniyatimi?....	107
Azizova H.A. Raqamli transformatsiya sharoitida sanoat korxonalarining investitsion-innovatsion faoliyatini takomillashtirish yo‘llari.....	111
Юсупов А.С., Джангабаева Г.П. Международный рынок акций: содержание, виды и особенности..	114
Xusanova Z.R. Andijon viloyatida ayollar tadbirkorligini rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmi va uning xususiyatlari.....	119
Abdulazizov A.A. Energetika tarmog‘i korxonalarida ishlab chiqarish resurslaridan samarali foydalanishning nazariy asoslari.....	122
Norov A.E., Fazliddinov Sh.Sh., Erkinov X.X. Liderlik va motivatsiya o‘rtasidagi munosabatga ta’sir etuvchi omillar.....	126
Атаханова Ш.С., Мирхамидова Д.Н. Цифровая трансформация как инструмент достижения ESG-целей в нефтегазовой сфере Республики Узбекистан.....	131
Toxirov J.R. Mijozlarga yo‘naltirilgan raqamli marketing asosida savdo xizmatlarini modernizatsiya qilish.	136

“YANGI O‘ZBEKISTON IQTISODIYOTI” *jurnali* 6-son 2026 yil

Sulaymonova F., Ro‘zimov B. Online ta’lim xizmatlari bozorining kengayishi natijasida an’anaviy ta’lim sektorida yuz berayotgan iqtisodiy o‘zgarishlar.....	140
Zayavitdinova N.M. Hududda xizmat ko‘rsatish korxonalari faoliyatini boshqarish strategiyasini takomillashtirish.....	143
Odilova M.A. Kimyo sanoatidagi korxonalar faoliyatida resurslardan samarali foydalanish.....	147
Axmedova D.N. Mintaqaviy raqamli tayyorlik indeksining hududiy iqtisodiy o‘lishga ta’siri.....	151
Sapayeva N.K. O‘zbekiston to‘qimachilik sanoatida yashil transformatsiya va B2B raqamli marketing asosida barqaror rivojlanish modeli.....	155
Allayarov S. Startup financing mechanisms: a comparative analysis of angel investment, venture capital, bank lending, and state grants.....	158
Махмудов О.Х. Moliya tizimining boshqa iqtisodiy tizimlar bilan aloqadorligi.....	162
Ibragimova M.M. “Yashil iqtisodiyot” va “Yashil tadbirkorlik” tushunchalarining iqtisodiy mazmuni va evolyusion transformatsiyasi.....	167
Olimjonov A. Korxona faoliyatining samaradorligini oshirishda moliyaviy barqarorlik va rentabellik ko‘rsatkichlari o‘zaro bog‘liqligini tahlil qilish.....	171
Rakhimboeva B.D. Analysis of the economic situation of the development of export activities of small businesses in Uzbekistan.....	174
Raxmatova F.Y. To‘qimachilik korxonalarida aylanma iqtisodiyot modelini joriy etishning iqtisodiy mexanizmlari.....	178
Ergasheva A.F. Milliy hunarmandchilik mahsulotlarini brendlash va bozorda pozitsiyalashning strategik yondashuvlari.....	181
Navruzova G.U. Theoretical models and institutional mechanisms, forms and structures of cooperation between education and manufacture.....	184
Djumayeva S.K. Yashil investitsiya muhitini shakllantirishda raqamli iqtisodiyotning makroiqtisodiy ta’siri (O‘zbekiston hududlari misolida).....	188
Pardayev TN., Muqimov A.R. Boymirzayev K.M. Jismoniy shaxslar tomonidan olib kiriladigan tovarlardan bojxona to‘lovlarini undirishni takomillashtirish.....	193
Ибодуллоева З.С. Экономические стимулы внедрения водосберегающих технологий в аграрном секторе Узбекистана.....	199
Ibragimova G.S. Ta’lim sifatini yaxshilashda innovatsion yondashuvlar va raqamli vositalar.....	203
Raxmatova S.S. Turizmni davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlashning o‘ziga xos xususiyatlari.....	207
Umarova M.M. Foreign brand spillovers and export performance of smes in emerging economies: a panel data analysis.....	212
Karimova F.A. Ekoturizmni barqaror rivojlantirishning xorijiy tajribasi va ularni O‘zbekistonda qo‘llash imkoniyatlari.....	217
Raxmanov B.I. Investitsiya siyosatini amalga oshirish mexanizmini takomillashtirish.....	221
Ashurova G.N. Charm-poyabzal sanoati korxonalarida sifatni boshqarish tizimini takomillashtirish yo‘llari.....	225
Axmadjanov I.I. Shaharlar va shahar aglomeratsiyalari mintaqalar va mamlakatlar ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishining drayveri.....	228
Эгамназарова Г.Ш. Рақамли тенгсизлик: давлатлар ва тармоқлар ўртасидаги технологик узилишларни камайтириш йўллари.....	232
Mamanazarov M.A. Iqtisodiy o‘lishni rag‘batlantirishda milliy iqtisodiyotni modernizatsiya qilishning xorij tajribasi.....	236
Химматов А.Х. Йўл корхоналарини хусусийлаштиришнинг афзалликлари ва оқибатлари.....	241
Kambaraliyeva I.S. Raqamli iqtisodiyot sharoitida mehnat bozorining transformatsiyasi va raqamli ko‘nikmalarning ahamiyati.....	244
Muxiddinov T.Sh. Jizzax viloyatida turizm infratuzilmasini rivojlantirish yo‘nalishlari.....	248
Sayxdodjayeva N.I. Ijtimoiy va ekologik audit: barqaror rivojlanishni ta’minlashda zamonaviy nazorat mexanizmi.....	253
Fayzullayev J.N. Milliy iqtisodiyotni innovatsion rivojlantirishning xorijiy tajribalari.....	257
Tursunova N.X. «Xayot sug‘urtasining iqtisodiy mohiyati va uning aholi moliyaviy xavfsizligini ta’minlashdagi roli».....	261
Abdishukurova G.M., Bozorboyev A.R. Sug‘urta kompaniyasi balansini “Risk tetraedri” modeli asosida baholash.....	266
Abdurasulova M.O. Zamonaviy iqtisodiyot nazariyasi asoschilari.....	270

Vaxidov A. Buxgalteriya hisobining tarkibiy tuzilishi - moliyaviy va boshqaruv hisobi.....	273
Turg‘unova T., Muftaydinov Q. Iqtisodiy zonalarda ekologik tadbirkorlikni investitsion va innovatsion qo‘llab-quvvatlashning xorijiy tajribalari.....	277
Kurbanov F.U. Raqamli iqtisodiyotning moliyaviy xizmatlar bozoriga ta’siri.....	283
Umarov T.S. Qurilish sanoati korxonalari iqtisodiy barqarorligini statistik baholashning nazariy-uslubiy asoslarini takomillashtirish.....	287
Rahimova N.A. Kichik biznes subyektlarida inson resurslarini boshqarish tizimidagi muammolari va ularni bartaraf etishda zamonaviy yondashuvlar.....	291
Yangiboyev U.A. Raqamli iqtisodiyot sharoitida iqtisodiy menejment tizimini takomillashtirishning nazariy-uslubiy asoslari va amaliy yo‘nalishlari.....	295
Махкамова Н.С. Роль зеленых облигации в финансировании проектов устойчивого развития.....	299
To‘xtarova F.Y. Analysis of tourism insurance practices and their economic efficiency.....	304
Anvarov Sh.D. O‘zbekiston qimmatli qog‘ozlar bozorida investitsion muhitni rivojlantirishning institutsional va infratuzilmaviy omillari.....	308
Xalmirzayev O.A. Ko‘p obyektli savdolarida Vickrey-Clark-Groves mexanizmining samaradorligi tahlili....	313
Zaidov I.I. Qishloq xo‘jaligi mahsulotlari bozorida raqobat munosabatlarini boshqarish mexanizmlari.....	318
Rahimova N.A. Inson kapitalini boshqarishning tashkilot raqobatbardoshligiga ta’siri.....	321
Gulimboyev S.I., Rejapov X.X. O‘zbekiston oliy ta’lim tizimida ta’lim kreditlarining iqtisodiy ahamiyati....	324
Bardiyev S.U. Mintaqada raqamli iqtisodiyotning iqtisodiy samaradorligini baholash: Xorazm viloyati misolida.....	328
Qulmatova S.S. Mahalla tizimida oziq-ovqat ta’minoti zanjirini IoT va sun’iy intellekt texnologiyalari asosida intellektual boshqarish mexanizmlarini takomillashtirish.....	332
Aminov S.S. Mintaqada qurilish sohasidagi innovatsion rivojlanishga ta’sir etuvchi omillar.....	336
Дадабоева М.М. Кичик бизнеснинг иқтисодийёт тармоқлари бўйича ривожланиш тенденциялари.....	340
Numonjonova N.A. Kichik biznesni rivojlantirishda investitsiyalardan foydalanish samaradorligini oshirish	344
Абдулазизов А.А. Гидроэнергетика саноати ва унда ресурс тежаш жараёнларининг хорижий тажрибалари.....	348
Muradov O.U. Sanoat korxonalarida iqtisodiy samaradorlikni oshirish bo‘yicha xorijiy tajribalar va ulardan foydalanish imkoniyatlari.....	352
Saidova M.J. Xorijiy mamlakatlarda kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni rivojlantirish tajribasi va uni O‘zbekistonda qo‘llash yo‘nalishlari.....	356
Umirova G.Sh. Qurilish materiallari ishlab chiqarish korxonalarida rentabellik ko‘rsatkichlari asosida iqtisodiy samaradorlikni baholash metodikasini takomillashtirish.....	360
Narmanov U.A., Nazarov J.B., Tursunaxmadov X.Sh. Moliyaviy risklarning iqtisodiy ahamiyati va uni boshqarishning zarurligi: risk tushunchasi va uning turlari.....	365
Nosirov S.N. Barqaror moliyalashtirish global bozorlari: zamonaviy tendensiyalar va rivojlanish muammolari.....	369
Farmanov J.Z., Sanetullaev A.E. Modeling of economic basis and forecast indicators of innovation transformation processes in agricultural entrepreneurship.....	373
Mirzataev S.M. Integration of digital and smart technologies in increasing the ecological resilience of the agricultural system.....	376
Kidirniyazov A.Sh. Development of artificial intelligence-based service monitoring systems for construction quality control.....	379
Абдуллаева Ш.Э. Халқаро индекслар асосида ижтимоий ҳимоя тизимини молиялаштириш.....	382
Mirjalolova M.M. Sun’iy intellekt texnologiyalarining O‘zbekistonda kichik biznes va xususiy tadbirkorlik samaradorligini oshirishdagi o‘rni.....	389
Baytanov O‘.M. Sanoat korxonalarida mahsulot sifatini boshqarishning tarmoq xususiyatlari.....	394
Умаров А.Т. Особенности развития социальной сферы в Узбекистане.....	400

**O‘ZBEKISTON TO‘QIMACHILIK SANOATIDA YASHIL TRANSFORMATSIYA VA
B2B RAQAMLI MARKETING ASOSIDA BARQAROR RIVOJLANISH MODEL**

**МОДЕЛЬ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ НА ОСНОВЕ ЗЕЛЁНОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ
И B2B ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА В ТЕКСТИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ
УЗБЕКИСТАНА**

**SUSTAINABLE DEVELOPMENT MODEL BASED ON GREEN TRANSFORMATION
AND B2B DIGITAL MARKETING IN THE TEXTILE INDUSTRY OF UZBEKISTAN**

Sapayeva Nilufar Kadambayevna

Abu Rayhon Beruniy nomidagi Urganch davlat universiteti
“Biznes va boshqaruv” kafedrası dotsenti

Annotatsiya

Mazkur tadqiqotda O‘zbekiston to‘qimachilik sanoatida yashil transformatsiya va B2B raqamli marketing vositalarining barqaror rivojlanishdagi o‘rni tahlil qilindi. Tadqiqotda ekologik, raqamli va institutsional omillarning eksport raqobatbardoshligi hamda qiymat zanjiriga ta’siri o‘rganildi. Shuningdek, yashil transformatsiya va raqamli marketingni yagona strategiyaga birlashtiruvchi integrativ konseptual model ishlab chiqildi hamda u to‘qimachilik klasterlari misolida izohlandi.

Kalit so‘zlar: yashil transformatsiya, B2B raqamli marketing, to‘qimachilik sanoati, barqaror rivojlanish, ESG standartlari, qiymat zanjiri.

В данном исследовании проанализирована роль зелёной трансформации и инструментов цифрового B2B-маркетинга в обеспечении устойчивого развития текстильной промышленности Узбекистана. В работе изучено влияние экологических, цифровых и институциональных факторов на экспортную конкурентоспособность и развитие цепочки создания стоимости. Также разработана интеграционная концептуальная модель, объединяющая зелёную трансформацию и цифровой маркетинг в единую стратегию, которая была рассмотрена на примере текстильных кластеров.

Ключевые слова: зелёная трансформация, B2B цифровой маркетинг, текстильная промышленность, устойчивое развитие, ESG стандарты, цепочка создания стоимости.

This study analyzes the role of green transformation and B2B digital marketing tools in ensuring sustainable development in the textile industry of Uzbekistan. The research examines the impact of environmental, digital, and institutional factors on export competitiveness and value chain development. In addition, an integrative conceptual model combining green transformation and digital marketing into a unified strategic framework was developed and illustrated through the example of textile clusters.

Keywords: green transformation, B2B digital marketing, textile industry, sustainable development, ESG standards, value chain.

Jahon iqtisodiyotida barqaror rivojlanish tamoyillari sanoat tarmoqlarida boshqaruv yondashuvlarini tubdan o‘zgartirmoqda. Yashil transformatsiya ekologik samaradorlik, resurs tejamkorligi va iqlim o‘zgarishiga moslashuvchanlikni ta’minlash orqali korxonalarning raqobatbardoshligini oshiruvchi strategik omilga aylanmoqda. Shu bilan birga, raqamli texnologiyalar B2B marketing tizimini modernizatsiya qilib, ma’lumotlar tahlili, sun’iy intellekt va elektron platformalar asosida biznes aloqalarining samaradorligini kuchaytirmoqda [1], [2].

O‘zbekiston to‘qimachilik sanoati ham ushbu global o‘zgarishlar ta’siri ostida rivojlanmoqda. Xalqaro bozorlarda ekologik standartlarga mos ishlab chiqarish va raqamli marketing vositalaridan

foydalanish eksport salohiyatini oshirishning muhim shartiga aylanib bormoqda. Xususan, PF-6-son Farmonida qayta ishlash zanjirini chuqurlashtirish hamda eksport hajmini kengaytirish ustuvor vazifa sifatida belgilangan [8].

Ilmiy adabiyotlarda yashil transformatsiya va B2B raqamli marketingning o‘zaro integratsiyasi, ayniqsa rivojlanayotgan mamlakatlar misolida, yetarlicha tadqiq etilmagan. Shu sababli, mazkur maqolaning maqsadi O‘zbekiston to‘qimachilik sanoatida yashil transformatsiya va B2B raqamli marketing asosida barqaror rivojlanish modelini nazariy jihatdan asoslash hamda amaliy tavsiyalar ishlab chiqishdan iborat.

Barqaror rivojlanish va yashil marketing bo‘yicha ilmiy tadqiqotlarda Ottman va Peattie ekologik mas’uliyatni marketing strategiyalariga integratsiya qilish orqali B2B bozorlarda ham qo‘llash mumkinligini asoslab bergan. Menon va Menon esa yashil strategiyalar korxonalarning raqobat ustunligini oshiruvchi muhim omil ekanligini ta’kidlaydi. ESG yondashuvi doirasida Eccles va hamkorlari barqarorlik darajasi yuqori bo‘lgan kompaniyalar uzoq muddatda barqaror moliyaviy natijalarga erishishini isbotlagan [1], Seuring va Müller esa barqaror ta’minot zanjirida ekologik mezonlar asosida yetkazib beruvchi tanlash tendensiyasi kuchayib borayotganini ko‘rsatgan.

B2B raqamli marketing bo‘yicha Hollensen raqamli kanallar xaridor qaror qabul qilish jarayoniga sezilarli ta’sir ko‘rsatishini tahlil qilgan [3], Payne va Frow esa raqamli platformalar orqali qiymat yaratish va hamkorlikni rivojlantirish konsepsiyasini shakllantirgan. Joshi va Sharma sun’iy intellekt va ma’lumotlar tahlili marketing samaradorligini oshirishda muhim rol o‘ynashini asoslagan.

To‘qimachilik sanoati doirasida Gereffi global qiymat zanjiri nazariyasi orqali rivojlanayotgan mamlakatlarning yuqori qo‘shilgan qiymatli bosqichga chiqish imkoniyatlarini yoritgan [11]. Shuningdek, xalqaro bozorlarda OEKO-TEX, GOTS va BCI kabi ekologik sertifikatlar muhim B2B talab sifatida shakllanib bormoqda.

Raqamli transformatsiya bo‘yicha tadqiqotlarda Sanoat 4.0 texnologiyalari ishlab chiqarish samaradorligini oshirish va resurs sarfini kamaytirishga xizmat qilishi ko‘rsatib berilgan [10]. Bag va Pretorius esa raqamli texnologiyalar yashil ta’minot zanjirida integratsion vosita sifatida muhim rol o‘ynashini ta’kidlagan.

Mazkur tadqiqotda nazariy-tahliliy va qiyosiy yondashuv asosida O‘zbekiston to‘qimachilik sanoatida yashil transformatsiya hamda B2B raqamli marketingning barqaror rivojlanishdagi o‘rni o‘rganildi. Tadqiqot uchun xalqaro ilmiy maqolalar, Jahon banki va UNCTAD hisobotlari hamda O‘zbekistonning normativ-huquqiy hujjatlaridan foydalanildi. Tahlil jarayonida yashil transformatsiya omillari va B2B raqamli marketing vositalarining o‘zaro bog‘liqligi baholandi. Natijada barqaror B2B strategiyasini shakllantirishga xizmat qiluvchi integrativ konseptual model ishlab chiqildi.

O‘zbekiston to‘qimachilik sanoatida yashil transformatsiya omillari B2B munosabatlar tizimini shakllantiruvchi asosiy determinant sifatida ekologik, texnologik va institutsional guruhlariga ajratildi. Ekologik omillar (karbon izi, suv iste’moli va chiqindilarni boshqarish) xarajatlar tuzilmasi hamda hamkor tanlash mezonlariga bevosita ta’sir ko‘rsatadi. Texnologik omillar energiya samaradorligi, IoT texnologiyalari va aylana iqtisodiyot yechimlari orqali ishlab chiqarish samaradorligini oshiradi. Institutsional omillar esa xalqaro sertifikatlar va ESG talablari orqali eksport imkoniyatlari hamda raqobat ustunligini belgilaydi.

1-jadval

Yashil transformatsiya omillarining B2B ta’sir mexanizmlari

Omillar guruhi	Asosiy tarkib	B2B ta’sir mexanizmi
Ekologik	Karbon izi, suv, chiqindi	Hamkor tanlash va shartnoma talablari
Texnologik	IoT, energiya samaradorlik	Xarajat va integratsiyani optimallashtirish
Institutsional	ESG, sertifikatlar	Eksport va brend ishonchligi

Natijalar shuni ko‘rsatadiki, ekologik talablar B2B bozorda “filtrlash mexanizmi” vazifasini bajaradi, ya’ni yuqori ekologik standartlarga ega bo‘lmagan korxonalar global ta’minot zanjiridan chetda qolishi mumkin.

B2B raqamli marketing vositalari esa barqarorlikni kuchaytiruvchi muhim kommunikatsion infratuzilma hisoblanadi. Raqamli platformalar ESG ma’lumotlarini global bozorda ochiq taqdim

etish va yangi mijozlarni jalb qilish imkonini beradi. Ma’lumotlar tahlili va sun’iy intellekt resurslardan samarali foydalanish hamda risklarni boshqarishda muhim rol o‘ynaydi. Kontent marketing esa ishonchni shakllantiruvchi asosiy omil sifatida xizmat qiladi.

2-jadval

B2B raqamli marketing va barqarorlik integratsiyasi

Vosita	Barqarorlik funksiyasi	B2B ta’siri
Raqamli platforma	ESG shaffofligi	Xaridor jalb qilish
AI va tahlil	Resurs optimizatsiyasi	Risk boshqaruvi
Kontent marketing	ESG kommunikatsiya	Ishonch shakllantirish
CRM	Hamkorlik boshqaruvi	Uzoq muddatli aloqalar

Tahlil asosida ishlab chiqilgan model kirish, transformatsiya va chiqish bosqichlaridan iborat bo‘lib, unda ESG sertifikatlari va IoT ma’lumotlari asosiy integratsion resurs sifatida xizmat qiladi. Modelda yashil va raqamli omillar o‘rtasidagi sinergiya alohida ta’sirlar yig‘indisidan yuqori natija berishi bilan ilmiy ahamiyat kasb etadi. Bu yondashuv korxonalarda qaror qabul qilish jarayonini ma’lumotlarga asoslangan tizimga o‘tkazish imkonini beradi hamda resurslardan foydalanish samaradorligini oshiradi. Shuningdek, model B2B hamkorlikda shaffoflik darajasini kuchaytirib, uzoq muddatli ishonchli aloqalarni shakllantirishga xizmat qiladi. Natijada, ishlab chiqarishdan tortib eksportgacha bo‘lgan barcha bosqichlarda qiymat yaratish jarayoni optimallashtadi. Bu esa to‘qimachilik korxonalarining global bozordagi raqobatbardoshligini yanada mustahkamlashga zamin yaratadi.

Hududiy tahlil natijalari O‘zbekiston to‘qimachilik klasterlarida yashil va raqamli imkoniyatlar turlicha ekanligini ko‘rsatadi. Farg‘ona, Buxoro-Samarqand, Qashqadaryo-Xorazm hamda Toshkent-Namangan klasterlari ushbu jarayonda turli darajadagi ustunlikka ega. Asosiy muammo sifatida esa ESG hisobot tizimining yetarli darajada shakllanmaganligi va raqamli kompetensiyalarning zaifligi qayd etiladi. Bu holat klasterlar kesimida yagona standartlashtirilgan boshqaruv tizimini joriy etish zarurligini ko‘rsatadi. Shuningdek, raqamli infratuzilmani rivojlantirish va kadrlar salohiyatini oshirish strategik ustuvor yo‘nalish bo‘lib qolmoqda. Ushbu kamchiliklarni bartaraf etish tarmoq miqyosida integratsiyalashgan rivojlanishni tezlashtiradi.

Umuman olganda, yashil transformatsiya va B2B raqamli marketing integratsiyasi O‘zbekiston to‘qimachilik sanoatini global qiymat zanjirida yuqori bosqichga olib chiqish hamda eksport raqobatbardoshligini oshirish uchun muhim strategik asos bo‘lib xizmat qiladi. Bu jarayon investitsion jozibadorlikni ham sezilarli darajada oshiradi. Shu bilan birga, xalqaro brendlar bilan hamkorlik imkoniyatlarini kengaytiradi va yangi bozor segmentlariga kirishni osonlashtiradi.

Tadqiqot natijalari O‘zbekiston to‘qimachilik sanoatida yashil transformatsiya va B2B raqamli marketing o‘rtasidagi sinergiya barqaror rivojlanishning muhim omili ekanligini ko‘rsatdi. Ekologik, texnologik va institutsional omillar B2B munosabatlarga hamkor tanlash, narx shakllanishi, kommunikatsiya va ta’minot zanjiri shaffofligi orqali sezilarli ta’sir ko‘rsatadi. Raqamli marketing vositalari esa ushbu jarayonlarni integratsiyalovchi va kuchaytiruvchi asosiy infratuzilma vazifasini bajaradi.

Ishlab chiqilgan integrativ model yashil transformatsiya va raqamli marketingni uch bosqichli tizim asosida barqaror rivojlanish strategiyasiga aylantirish imkonini beradi. Modelning amaliy ahamiyati uning klasterlar kesimida moslashuvchan tatbiq etilishida namoyon bo‘ladi.

Shu asosda korxonalarda ESG hisobot tizimini joriy etish, xalqaro sertifikatlash amaliyotini kengaytirish hamda raqamli platformalarni yashil indikatorlar bilan integratsiya qilish zarur. IoT va CRM tizimlarini joriy etish orqali resurslardan samarali foydalanish va B2B hamkorlikni mustahkamlash mumkin. Umuman olganda, ushbu model sanoatning eksport salohiyatini oshirish va global raqobatbardoshlikni kuchaytirishda muhim strategik asos bo‘lib xizmat qiladi.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati:

1. Eccles R. G., Ioannou I., Serafeim G. The impact of corporate sustainability on organizational processes and performance // Management Science. — 2014. — Vol. 60, No. 11. — P. 2835–2857.
2. Lozano R. Sustainability inter-linkages in reporting vindicated: a study of European companies // Journal of Cleaner Production. — 2013. — Vol. 51. — P. 57–65.
3. Hollensen S. Global Marketing. 8th ed. — Harlow: Pearson Education, 2020. — 736 p. URL: <https://www.pearson.com/en-gb/subject-catalog/p/global-marketing/P200000004982>
4. Hutt M. D., Speh T. W. Business Marketing Management: B2B. 12th ed. — Boston: Cengage Learning, 2021. — 464 p. URL: <https://www.cengage.com/c/business-marketing-management-b2b-12e-hutt>
5. Peattie K. Green Marketing. — London: Pitman, 1992. — 299 p.
6. Polonsky M. J. A stakeholder theory approach to designing environmental marketing strategy // Journal of Business & Industrial Marketing. — 1995. — Vol. 10, No. 3. — P. 29–46.
7. Kotler P., Keller K. L. Marketing Management. 15th ed. — Harlow: Pearson Education, 2016. — 832 p. URL: <https://www.pearson.com/en-us/subject-catalog/p/marketing-management/P200000005871>
8. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2025-yil 16-yanvar «To‘qimachilik va tikuv-trikotaj sanoatida qayta ishlash zanjirini rivojlantirish bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida»gi PF-6-son Farmoni. URL: <https://lex.uz/docs/-7330228>
9. O‘zbekiston Respublikasi Milliy Statistika qo‘mitasi. Rasmiy statistik ma’lumotlar portali. Sanoat, eksport va mintaqaviy ko‘rsatkichlar. URL: <https://stat.uz/>

UDK: 336.76

STARTUP FINANCING MECHANISMS: A COMPARATIVE ANALYSIS OF ANGEL INVESTMENT, VENTURE CAPITAL, BANK LENDING, AND STATE GRANTS

STARTAPLARNI MOLIYALASHTIRISH MEKANIZMLARI: ANGEL INVESTORLAR, VENCHUR KAPITAL, BANK KREDITLARI VA DAVLAT GRANTLARINING QIYOSIY TAHLILI

МЕХАНИЗМЫ ФИНАНСИРОВАНИЯ СТАРТАПОВ: СРАВНИТЕЛЬНЫЙ АНАЛИЗ АНГЕЛЬСКИХ ИНВЕСТИЦИЙ, ВЕНЧУРНОГО КАПИТАЛА, БАНКОВСКОГО КРЕДИТОВАНИЯ И ГОСУДАРСТВЕННЫХ ГРАНТОВ

Allayarov Sardor

PhD student at Urgench state university

Abstract

This paper analyzes the main startup financing mechanisms, including angel investors, venture capital, bank loans, and state grants, from a theoretical and comparative perspective. Specifically, it examines how these financing instruments support startups at different stages of development and evaluates recent trends in Uzbekistan’s startup ecosystem. The findings indicate that diversified financing sources and increasing state support are contributing to the rapid growth of startups and innovation-driven entrepreneurship in Uzbekistan.

Keywords: startup, growth, venture, capital, angel investor, bank loan.

Mazkur maqolada startaplarni moliyalashtirishning asosiy mexanizmlari, jumladan, biznes farishtalar (angel investorlar), venchur kapital, bank kreditlari va davlat grantlari nazariy hamda qiyosiy yondashuv asosida tahlil qilingan. Xususan, ushbu moliyalashtirish instrumentlarining