

MARKETING

ILMIY, AMALIY VA OMMABOP JURNAL



№11-S O N

9710 xalqaro daraja



№240874

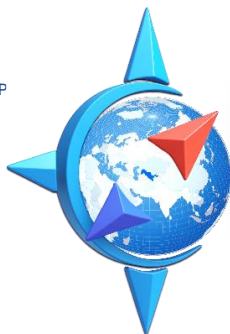


ISSN: 3060-4621

2025-YIL, NOYABR



OPEN  ACCESS



JURNALNING MAQSADI

Tadbirkorlik-biznes faoliyatini tashkil etishning marketing asoslarini, yo'nalishlari, echimlari, vositalarini yaratish va rivojlantirish

ALOQA UCHUN MA'LUMOTLAR

TEL: (97) 783-84-64

VEB-SAYT

www.marketingjournal.uz

ELEKTRON POCHTA:

info@marketingjournal.uz

TELEGRAM BOT:

[@marketingjournalbot](https://t.me/tidiumarketingjournal)

TELEGRAM KANAL:

<https://t.me/tidiumarketingjournal>

MUASSIS

"Tadbirkor va ishbilarmon" MCHJ

JURNALNING ILMIYLIGI

Marketing jurnali O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi Oliy attestatsiya komissiyasi rayosatining **2024-yil 04-oktabrdagi 332/5 sonli qarori** bilan milliy ilmiy nashrlar ro'yxatiga kiritilgan

INDEKSATSIYA



BOSH MUHARRIR

Xakimov Ziyodulla Axmadovich, iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent;

BOSH MUHARRIR O'RINBOSARI:

Yusupov Muxamadamin, iqtisodiyot fanlari nomzodi, professor;

TAHRIR HAY'ATI:

Abduraxmanova Gulnora Kalandarovna, i.f.d., prof., TDIU, Ilmiy ishlar va innovatsiyalar bo'yicha prorektor;

Ergashxodjayeva Shaxnoza Djasurovna, i.f.d., prof., TDIU, "Marketing" kafedrasini mudiri;

Soliyev Axmadjon Soliyevich, i.f.d., NamDTU, "Marketing" kafedrasini professori;

Ikramov Murad Akramovich, i.f.d., TDIU "Marketing" kafedrasini professori;

Tursunov Boburjon Ortqimrziyevich, i.f.d., prof., TDIU, Iqtisodiy xavfsizlik kafedrasini mudiri, Xalqaro statistika instituti kengashi doimiy a'zosi;

Zarova Elena Viktorovna, i.f.d., G.V.Plexanov nomidagi Rossiya iqtisodiyot universiteti professori, Xalqaro statistika instituti kengashi doimiy a'zosi

Akramov Tohir Abdurahmonovich, i.f.d., TDIU, "Marketing" kafedrasini professori;

Ostonaqulova Gulnaraxon Muhammadyoqub qizi, i.f.d., TDIU, "Marketing" kafedrasini professori;

Samadov Asqarjon Mishomovich, i.f.n., TDIU, "Marketing" kafedrasini professori;

Shamshiyeva Nargizaxon Nosirxo'ja qizi, i.f.n., dots., TDIU Kengash kotibi;

Sobirov Azizbek Avazbekovich, PhD., TDIU, "Marketing" kafedrasini dotsenti;

Sadikov Shoxrux Shuxratovich, PhD, dots., TIU, Departament boshlig'i;

Musheva Shoirazimovna, i.f.n., SamSI, "Marketing" kafedrasini professori;

Kaxramonov Xurshidjon Shuxrat o'g'li, PhD., TDIU, "Marketing" kafedrasini dotsenti;

Djurabayev Otabek Djurabayevich, i.f.d., TDIU, "Innovatsion menejment" kafedrasini dotsenti;

Karimova Shirin Zoxid qizi, PhD, TDIU, "Axborot texnologiyalari" kafedrasini katta o'qituvchisi;

Mullabayev Baxtiyarjon Bulturbaevich, DSc., NamDTU, "Menejment" kafedrasini mudiri, dotsenti;

Fayzullayev Jaylonbek Sultonovich, DSc., TDIU, "Yashil iqtisodiyot" kafedrasini dotsenti;

Aliyev Yashnarjon Egamberdiyevich, DSc., TDIU, "Iqtisodiy va moliyaviy xavfsizlik" kafedrasini professori;

Bobojonov Azizjon Babaxanovich, DSc, TDIU, "Raqamli iqtisodiyot" kafedrasini dotsenti

Allayarov Shamsiddin Amanullayevich, DSc, prof., TDIU, "Savdo ishi" kafedrasini mudiri

Jumayev Olimjon Sadulloevich, DSc, Raqobat siyosati va iste'molchilar huquqlari tadqiqotlari markazi direktori;

Maxamadjanov Akbar Maxamadaliyevich, PhD., TDIU, Raqamli iqtisodiyot va axborot texnologiyalari fakulteti dekan muovini

Eshov Mansur Po'latovich, i.f.d., prof., Alfraganus universiteti O'quv ishlari bo'yicha prorektor;

Abduvaxidov Abdumalik Maxkamovich, i.f.d., TDIU, "Turizm va servis" kafedrasini professori;

Kucharov Abrorjon Sobirjanovich, TDIU, "Biznes boshqaruvi va logistika" kafedrasini professori

Tuychiyev Alisher Jurayevich, Alfraganus University "Iqtisodiyot" fakulteti dekani, professor;

Nazarova Ra'no Rustamovna, TDIU, "Yashil" iqtisodiyot kafedrasini mudiri, Iqtisodiyot fanlari doktori, professor;

Usmonov Bunyod Aktam o'g'li, PhD., TDIU, Moliyaviy tahlil kafedrasini v.b.dotsenti;

Dehqonov Burxon Rustamovich, PhD., TDIU, Ilmiy tadqiqot faoliyatini tashkil etish bo'limi bosh mutaxassisi;

Turobova Hulkar Rustamovna, PhD., BuxDU, Yashil iqtisodiyot va agrobiznes kafedrasini dotsenti;

Boltaev Umidjon Talant o'g'li, i.f.f.d., PhD., Toshkent arxitektura qurilish instituti "Iqtisodiyot va bo'chmas mulkni boshqarish" kafedrasini dotsenti;

Bayxonov Bahodirjon Tursunbayevich, i.f.d., DSc, NamDTU, "Menejment" kafedrasini dotsenti;

Pardayev Sherzod Xolmurodovich, i.f.f.d., PhD., TDIU, "Yashil iqtisodiyot va barqaror biznes" kafedrasini dotsenti;

Beknazarov Behzod Baxtiyor o'g'li, PhD., Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti Samarqand filiali "Yashil iqtisodiyot va barqaror biznes" kafedrasini dotsent v.b.

Rajabova Moxichexra Abduxolikovna, PhD., Buxoro davlat universiteti marketing va menejment kafedrasini o'qituvchisi.

Elektron nashr 725 sahifa. E'lon qilishga 2025-yil 29- noyabrda ruxsat etildi

MUNDARIJA

BANGLADESH VA O'ZBEKISTONDA TO'QIMACHILIK MAHSULOTLARI BOZORINING RIVOJLANISHI....7	Soliyev Axmadjon
ИНТЕГРАЦИЯ НЕЙРОМАРКЕТИНГОВЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ЭКОСИСТЕМУ E-COMMERCE: АНАЛИЗ ПОВЫШЕНИЯ КОНВЕРСИИ И ПОЛЬЗОВАТЕЛЬСКОГО ОПЫТА НА ПРИМЕРЕ КРУПНЕЙШИХ ОНЛАЙН-ПЛАТФОРМ22	Икрамов Мурат Акрамович, Юлдашев Жамшид Аббарович
МОДЕЛИ МАШИННОГО ОБУЧЕНИЯ ДЛЯ ПРОГНОЗИРОВАНИЯ КОДА ТН ВЭД: ПЕРСПЕКТИВЫ И ЭФФЕКТИВНОСТЬ ИСПОЛЬЗОВАНИЯ37	Муратова Шохиста Ниматуллаевна
GLOBALLASHUV SHAROITIDA HUDUDLARNI RIVOJLANTIRISH JARAYONLARINING O'ZIGA HOS JIHATLARI (RIVOJLANGAN MAMLAKATLAR TAJRIBASI MISOLIDA).....45	Tuychiev Alisher Jurayevich
ОСОБЕННОСТИ ЦИФРОВОГО МАРКЕТИНГА В МАЛОМ БИЗНЕСЕ И ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВЕ56	Касимова Фатима Тулкуновна, Джалилов Шерзод Кахрамонович
FACTORS OF EFFECTIVE DEVELOPMENT OF PRODUCTION POTENTIAL OF INDUSTRIAL ENTERPRISES62	Allaeva Gulchekhra Jalgasovna
HUDUDLARDA IQTISODIY XAVFSIZLIK KO'RSATKICHLARI TENDENSIYASINI BAHOLASH70	Bayxonov Baxodirjon Tursunbayevich
MINTAQALAR RIVOJLANISHINING IMIJ YARATISHGA ASOSLAGAN NAZARIYALARI78	Duschanov Alisher Sherzod o'g'li
MAJBURIY SUG'URTA ZAXIRALARINI BUXGALTERIYA HISOBIDA AKS ETTIRISHNING AMALDAGI HOLATI85	Kodirkulov Oybek Turdiboyevich
KICHIK BIZNES SUBYEKTLAR FAOLIYATINI BARQARORLIGINI TA'MINLASHDA MOLIYAVIY MUNOSABATLARNI SAMARALI TASHKIL ETISH YO'LLARI.....98	Jo'raxonov Muzaffar Eskandarovich
SANOAT KORXONASI BOZORINING RIVOJLANISHI VA UNDA KICHIK BIZNESNING O'RNI107	Usmonova Dilfuza Ilhomovna
TIBBIYOT MUASSASALARIDA DAROMAD VA XARAJATLARNI TAN OLISH, HISOBGA OLISH VA MOLIYAVIY HISOBOTDA AKS ETTIRISHNING NORMATIV-HUQUQIY ASOSLARI.....116	Ruziyeva Umida Muzaffarovna
INNOVATSION STRATEGIYANI ISHLAB CHIQISH VA AMALGA OSHIRISH SAMARADORLIGINI BAHOLASHNING MEZON VA KO'RSATKICHLARI126	Yusupov Saidvali Shukrullayevich
SOHALAR KESIMIDA SOLIQ YUKINI ANIQLASHNING AHAMIYATI137	Mamatkulov Salimjon Raxmonkulovich, Aminboyev Javohir Ravshanbek o'g'li, Abdiyev Mansur Musurmonovich, Choriyev Og'abek Alisher o'g'li, Usmonov Doniyor Maxamadjon o'g'li
АНАЛИЗ ДЕТЕРМИНАНТ МИГРАЦИОННОГО ОТТОКА ВЫСОКОКВАЛИФИЦИРОВАННЫХ СПЕЦИАЛИСТОВ ИЗ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН И РАЗРАБОТКА СТРАТЕГИЙ ИХ РЕТЕНЦИИ В НАЦИОНАЛЬНОЙ ЭКОНОМИКЕ144	Сайфутдинова Нигина Фуркатовна, Хусаннов Равшан Рахимович
СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ МЕТОДОЛОГИЧЕСКИХ ПОДХОДОВ ОЦЕНКИ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТИ ХЛОПКОВО-ТЕКСТИЛЬНЫХ КЛАСТЕРОВ УЗБЕКИСТАНА.....157	Холикова Рухсора Санджаровна
O'ZBEKISTON ELEKTRON PULGA O'TISH SHAROITIDA ELEKTRON TO'LOV TIZIMINI TAKOMILLASHTIRISH, KORRUPSIYA VA YASHIRIN IQTISODIYOTNI BARTARAF ETISHDAN KUTILAYOTGAN SAMARADORLIK.....169	Abdiyev Mansur Musurmonovich, Xujamuradov Abror Ro'zimirat o'g'li, Mamatkulov Salimjon Raxmonkulovich
O'ZBEKISTONDA MAQBUL QISHLOQ XO'JALIGI MAHSULOTLARI BOZORINI RIVOJLANISH XUSUSIYATLARI185	Akbarov Boburjon Sobirjon o'g'li
MINTAQANI BARQAROR RIVOJLANTIRISHDA INNOVATSION EKOTIZIMLARNI SHAKLLANTIRISH KO'RSATKICHLARINI BAHOLASH.....193	Ramazanov Suhrobjon Sherzod o'g'li

TASHQI SAVDO KO'RSATKICHLARINING KO'P OMILLI KLASSTER TAHLILI (O'ZBEKISTON MISOLIDA).....	202
Abdujalilova Bibisora Baxodir qizi	
O'ZBEKISTON OZIQ-OVQAT MAHSULOTLARI BOZORINING HOLATI VA RIVOJLANISH YO'NALISHLARI.....	209
Soliyev Axmadjon, Ibroximov Avazbek	
DAVLAT ISHTIROKIDAGI KORXONALARNI XUSUSIYLASHTIRISH JARAYONIDA KADRLAR SALOHİYATINI SAQLAB QOLISH VA RIVOJLANTIRISH STRATEGİYALARI	217
Bekchanov Ruslan Ambiyatovich	
MINTAQADA IQTISODIY-EKOLOGIK MEXANIZMLARDAN SAMARALI FOYDALANISH XUSUSIYATLARI	222
Sapayev Maxsudbek Karimovich	
MINTAQ SANOATINI INNOVATSION RIVOJLANTIRISH USULLARI.....	227
Raxmatullayev Doston Asad o'g'li	
MODERN APPROACHES TO INDUSTRIAL COOPERATION AND THEIR APPLICATION IN UZBEKISTAN'S ECONOMY	233
Boyturayev Olimjon Urayimovich	
NAVOIY VILOYATIDA “YASHIL BELBOG’”LAR BARPO ETISHDA INFRATUZILMA BILAN TA'MINLASH MINTAQAVIY MUAMMOLARI VA ULARNING YECHIMLARI	244
Sayfulina Alfira Feratovna	
MINTAQ SAVDO KORXONALARINING JOZIBADORLIGINI OSHIRISHDA MARKETING STRATEGIYASIDAN FOYDALANISH KO'RSATKICHLARINI BAHOLASH	259
Otaxonova Dinora Musaboy qizi	
TO'QIMACHILIK SANOATIDA SUN'IY VA KIMYOVIIY TOLALARNING IQTISODIY AFZALLIKLARI.....	266
Raximov Furqat Jalolovich	
MARKAZIY BANKNING PUL TAKLIFI VA BANK REZERV LARI SIYOSATI: DUNYO VA O'ZBEKISTONDA TAHLIL.....	276
Safarova Zarina	
TIBBIY XIZMATLAR KO'RSATUVCHI KICHIK BIZNES SUBYEKTLARI RAQOBATBARDOSHLIGINI BAHOLASHNI TAKOMILLASHTIRISH.....	286
Vaisov Dilshod Ibodullayevich	
INTEGRATED E-COMMERCE MANAGEMENT SYSTEM BASED ON THE ERPI INDEX: CONCEPT, METHODOLOGY, AND MANAGEMENT MECHANISMS FOR THE DEVELOPMENT OF E-COMMERCE IN UZBEKISTAN	295
Isokhujaeva Munira Yashnarovna	
РАЗВИТИЕ ВНУТРЕННЕЙ ТОРГОВЛИ И ПОВЫШЕНИЕ ЕЕ ЭФФЕКТИВНОСТИ В СОВРЕМЕННЫХ УСЛОВИЯХ ФУНКЦИОНИРОВАНИЯ	301
Рауандина Гулдарай Калкеновна, Сайфуллаева Мадина Исмаевна	
MAHSULOTLARNING RAQAMLI MAHSULOT PASPORTINI YARATISH JARAYONIDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALARNI QO'LLASHNING NAZARIY ASOSLARI	315
Avloqulova Sadoqat Sobirjon qizi	
DUNYODAGI MINTAQAVIY TAFOVUTLAR: ASOSIY RIVOJLANISH KO'RSATKICHLARI TAHLILI VA ULARNI KAMAYTIRISH BO'YICHA YECHIMLAR.....	327
Matyoqubova Dilfuza Olimboyevna	
INTELLEKTUAL BOSHQARUV TIZIMLARINING SANOAT KORXONALARIDA RAQOBATBARDOSHLIKNI OSHIRISHDAGI ROLI	334
Xidirova Barchinoy Ilxomovna	
TEMIR YO'L TRANSPORTI TIZIMINI INNOVATSION RIVOJLANTIRISH VA BOSHQARUV MEXANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISHDA MARKETING STRATEGIYALARINING ROLI	341
Mauzerov Jaxongir Ulug'bek o'g'li	
YASHIL TEXNOLOGIYALAR ASOSIDA ISHLAB CHIQARISHNI RIVOJLANTIRISHDA EKOLOGIK MARKETINGNING AHAMIYATI	348
Ergashev Sanjarbek Sobirjon o'g'li	
MINTAQADA RAQAMLI IQTISODIY SALOHİYATNI OSHIRISH YO'NALISHLARI.....	355
Yusubov In'omjon Ikram o'g'li	
ЭВОЛЮЦИЯ МАРКЕТИНГА И ТЕХНОЛОГИЙ КАК ФАКТОРОВ ЭКОНОМИЧЕСКОЙ УСТОЙЧИВОСТИ	362
Туйчиев Комилжон Лазизович	

OZIQ-OVQAT MAHSULOTLARI BOZORIDA MARKETING TADQIQOTLARINI O'TKAZISH METODOLOGIYASINI TAKOMILLASHTIRISH.....	369
Murtozayeva Dilnoza Boboniyoz qizi	
ИННОВАЦИИ КАК КЛЮЧЕВОЙ ФАКТОР РАЗВИТИЯ СОВРЕМЕННЫХ ОБРАЗОВАТЕЛЬНЫХ ТЕХНОЛОГИЙ.....	378
X.T. Буриев, Тошимов Улугбек Хакимович	
PAXTA-TO'QIMACHILIK KLASSTERLARINI RIVOJLANTIRISH MODELLARI	384
Atajanova Guli Maxsudbekovna	
THE EVOLUTION OF MANAGEMENT APPROACHES IN THE 21ST CENTURY – ADAPTIVE MODELS OF TRANSFORMATION OF ORGANIZATIONAL STRUCTURES	391
Tukhtaboev Abdurashid Tursunovich	
XIZMAT KO'RSATISH KORXONALARIDA RAQAMLI TRANSFORMATSIYA, ELEKTRON XIZMATLAR VA AI TEXNOLOGIYALARINING BOSHQARUV SAMARADORLIGIGA TA'SIRI	398
Zayavitdinova Nafisa Muxammadovna	
MARKETING TADQIQOTLARDA BOG'LIQLIK KOEFFITSENTLARDAN FOYDALANISHNING NAZARIY ASOSLARI.....	409
Muradov Rustamjon Sobitxonovich	
GLOBALASHUV DAVRIDA MAMLAKATDA FRILANSERLIK FAOLIYATI TASHKIL ETISH VA RIVOJLANTIRISH YO'LLARINI TAKOMILLASHTIRISH	417
Lutpidinov Shuxrat Zakirdjanovich	
AHOLI TURMUSH DARAJASINING KO'P OMILLI INDIKATORLARINI SHAKLLANTIRISHNING NEYRO-RAVSHAN KLASSIKATSIYA MODELI	428
Mirzayev Shoxrux Normurod o'g'li	
AVTOMOBIL SAVDOSIDA RAQAMLI TRANSFORMATSIYA VA MARKETING TEXNOLOGIYALARINING ROLI.....	435
Adamboyev Abror Akrom o'g'li	
СТРАТЕГИЧЕСКАЯ РОЛЬ СЕМЕHOBOДЧЕСКОГО СЕКТОРА В СИСТЕМЕ ГЛОБАЛЬНОЙ АГРАРНОЙ И ПРОДОВОЛЬСТВЕННОЙ ЭКОНОМИКИ.....	443
Aхмедова Мадина Шухрат кизи	
RAQAMLI IQTISODIYOTNI RIVOJLANISHIDA ZAMONAVIY AXBOROTLARNI O'RNI	458
Samatov Azizbek Abdulaxatovich	
SI BILAN JIHOZLANGAN INNOVATSIYALARINING CHAKANA SAVDODAGI ROLI: ISTE'MOLCHI JALB ETILISHI, XARID ODATLARI VA MARKETING STRATEGIYASI.....	464
Safarov Baxtiyor Djurakulovich	
KICHIK BIZNES SOHASIDA MOLIVAVIY MUNOSABATLARNI SAMARALI TASHKIL ETILISHI SUBYEKTLAR FAOLIYATI BARQARORLIGINI TA'MINLASHNING BOSH OMILI	482
Jo'raxonov Muzaffar Eskandarovich	
O'ZBEKISTONDA INVESTITSIYALARNI MOLIVAVIY BOSHQARISHNING JORIY HOLATI VA TA'SIR QILUVCHI OMILLARNING EKONOMETRIK TAHLILLARI	491
Ismailov Dilshod Anvarjonovich	
TURIZMNI RIVOJLANTIRISHDA ZAMONAVIY MARKETING STRATEGIYALARINING O'RNI	504
Xamidbayev Asadbek Nodir o'g'li	
MODA INDUSTRIYASI MARKETING STRATEGIYALARI ORQALI XALQARO BOZORLARGA CHIQISH IMKONIYATLARI.....	511
Alimxodjayeva Nargiza Elshodovna	
TO'QIMACHILIK KORXONALARI B2B BOZORIDA MARKETING STRATEGIYALARINING SAMARADORLIK OMILLARI.....	519
Sapayeva Nilufar Kadambayevna	
TIJORAT BANKLARINING RAQOBATBARDOSHLIGINI TAVSIFLOVCHI MOLIVAVIY KO'RSATKICHLARNI YAXSHILASH IMKONIYATLARI.....	526
Ibodullayev Shohboz To'liqin o'g'li	
DAVLAT SEKTORIDAGI TASHKILOTLARDA QURILISH-TA'MIRLASH XARAJATLARI HISOBINING XORIJ TAJRIBASI.....	534
Azizova Zilola Lochinovna	
RAQAMLI TEXNOLOGIYALAR ASOSIDA YASHIL KREDITLASH MEXANIZMLARINI OPTIMALLASHTIRISH: EKOLOGIK LOYIHALARNI QO'LLAB-QUVVATLASH TAHLILI.....	544
Allayarov Suxrob Rustamovich	

OILAVIY TADBIRKORLIK OMILLARI VA KAMBAG‘ALLIK DARAJASINI QISQARTIRISHNING PROGNOZ KO‘RSATKICHLARI	553
Zaxidova Umida Farxodovna	
МЕТОДИКА ПРЕПОДАВАНИЯ ЦИФРОВОЙ ЭКОНОМИКИ В ВЫСШИХ УЧЕБНЫХ ЗАВЕДЕНИЯХ УЗБЕКИСТАНА	567
Аминова Азиза Батырбаевна	
AVTOMOBIL SANOATIDA MARKETING TADQIQOTLARI ASOSIDA INVESTITSION LOYIHALARNING SAMARADORLIGINI OSHIRISH YO‘LLARI	575
Nasritdinova Gulchexra Abdurashitovna	
HUDUDLARDA SANOAT KORXONALARI FAOLIYATINI BOSHQARISHNING TEXNOLOGIK MODERNIZATSIYALASH JARAYONLARINI TAKOMILLASHTIRISH	583
Qalandarova Gulshoda Nazirjon qizi, Goziyeva Shaxina Djahongirovna	
SANOAT KLASSTERLARIDA MARKETING EKOTIZIMI ISHTIROKCHILARI O‘RTASIDAGI O‘ZARO ALOQALAR TAHLILI	591
Sobirov Azizbek Avazbekovich	
AUTSORSING VA AMALIYOT	601
Shodmonov Shokir Dustmurodovich	
ПОВЕДЕНЧЕСКИЕ БАРЬЕРЫ В ПРОЦЕССЕ ПРИНЯТИЯ РЕШЕНИЯ О ПОКУПКЕ.....	610
Усмонова Диёра Маҳмуд кизи, Нухритдинхаджаев Улугбек, Атаханов Асадбек	
AGROSANOAT KORXONALARIDA RAQAMLI MARKETING STRATEGIYALARINING SAMARADORLIGINI OPTIMALLASHTIRISH	620
Fayzullayev Shuhrat Sherali o‘g‘li	
MODA INDUSTRIYASI MARKETING STRATEGIYALARI ASOSIDA AUDITORIYANI SEGMENTATSIYALASH	628
Ahmedova Rayhona Jasurbek qizi	
QURILISH TARMOG‘IDA OLIB BORILAYOTGAN ISLOHOTLAR VA ULARNING RIVOJLANISH TENDENTSIYALARI	636
Arifdjanova Zilola Dilshodovna	
HUDUDLAR BO‘YICHA MOLIVAVIY INKLYUZIYA DARAJASINI BAHOLASHGA ILMIY-USLUBIY YONDASHUVLAR	645
Adashaliyev Baxtiyorjon Valisher o‘g‘li	
ЭФФЕКТИВНОСТЬ ОМНИКАНАЛЬНЫХ СТРАТЕГИЙ В ЭЛЕКТРОННОЙ КОММЕРЦИИ.....	660
Эргашходжаева Шахноза Джасуровна, Хасанов Ганишер, Сафаров Азизбек	
QURILISH MATERIALLARI SANOATIDA ISHLAB CHIQARISH SAMARADORLIGINI OSHIRISHNING ZAMONAVIY USULLARI VA TAKOMILLASHTIRISH YO‘LLARI	676
Ibragimov Salohiddin Ochilovich	
TEMIR YO‘L TRANSPORTI KORXONALARIDA ASOSIY FONDlardan FOYDALANISH SAMARADORLIGINI BAHOLASHNING NAZARIY ASOSLARI VA METODIK YONDASHUVLARI	685
Turdiyeva Irodaxon Ismoil qizi	
INVESTITSION RESURSLARDAN SAMARALI FOYDALANISHNI RAG‘BATLANTIRISH MEXANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISHDA XORIJIY MAMLAKATLAR TAJRIBASIDAN FOYDALANISH YO‘LLARI	694
Isakov Axmadali Esanbaevich	
CRM-УПРАВЛЕНИЕ В СЕТЕВЫХ СУПЕРМАРКЕТАХ РАЗВИВАЮЩИХСЯ СТРАН: КАК ДАННЫЕ О КЛИЕНТАХ, ЛОЯЛЬНОСТЬ И ОМНИКАНАЛЬНОСТЬ ПОВЫШАЮТ ЭФФЕКТИВНОСТЬ РОЗНИЦЫ (ФОКУС НА ЦЕНТРАЛЬНОЙ АЗИИ).....	704
Юсупов Улугбек Шукруллаевич	
MINTAQAVIY IQTISODIY RIVOJLANISHDA OZIQ-OVQAT SANOATI KORXONALARI INNOVATSION SALOHİYATINI BOSHQARISH MEXANIZMLARI	715
Dadamirzayev Muzaffar Xabibullayevich	

GLOBALLASHUV SHAROITIDA HUDUDLARNI RIVOJLANTIRISH JARAYONLARINING O'ZIGA HOS JIHA TLARI (RIVOJLANGAN MAMLA KATLAR TAJRIBASI MISOLIDA)

Tuychiev Alisher Jurayevich

O'zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi
Davlat siyosati va boshqaruvi akademiyasi professori, i.f.d.

ORCID: 0000-0003-2326-7579

E-mail: tuychiyev.a@dsbauzb.onmicrosoft.com

Annotatsiya

Maqolada globallashuv sharoitida hududlarning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish sur'atlari o'rtasidagi nomutanosiblikning kuchayishi, rivojlangan va rivojlanayotgan davlatlar tajribasi asosida hududiy tafovutlarning shakllanish mexanizmlari chuqur tahlil qilinadi. Rivojlangan metropoliten hududlar, o'rta sanoat mintaqalari va turistik markazlarda iqtisodiy faollikning keskin konsentratsiyalashuvi, past rivojlangan hududlarda esa investitsiya yetishmasligi va bandlik muammolari kuzatilishi ilmiy manbalar asosida asoslab beriladi. Tadqiqotda kapitalning mobillashuvi, texnologik yangilanish, iqtisodiy ochiqlik va qishloq xo'jaligi raqobati kabi omillarning hududiy tengsizlikni kuchaytiruvchi ta'siri yoritilgan. Shuningdek, hududiy raqobat tushunchasi, davlatning mintaqaviy rivojlanishni tartibga solishdagi roli hamda barqaror o'sish uchun mahalliy sinergiyalarni yaratish zarurati asoslanadi.

Kalit so'zlar: hududiy rivojlanish, hududlar o'rtasidagi tafovutlar, globallashuv, iqtisodiy qutblanish, metropoliten hududlar, o'rta sanoat mintaqalari, turizm hududlari, investitsiya oqimi, ishlab chiqarish omillari, hududiy raqobat, davlat siyosati, barqaror o'sish.

Аннотация

В статье проводится глубокий анализ усиления социально-экономической дифференциации регионов в условиях глобализации, а также рассматриваются механизмы формирования территориальных диспропорций на основе опыта развитых и развивающихся стран. Особое внимание уделено концентрации экономической активности в крупных метрополитенских агломерациях, промышленных поясах и туристических центрах, в то время как отдалённые и периферийные регионы сталкиваются с дефицитом инвестиций, ограниченными возможностями занятости и низкой производительностью. Анализ демонстрирует, что мобильность капитала, технологические изменения, либерализация торговли и аграрная конкуренция усиливают территориальное неравенство. Также раскрывается концепция региональной конкурентоспособности, роль государства в регулировании пространственного развития и необходимость формирования локальных синергий для обеспечения устойчивого роста.

Ключевые слова: региональное развитие, территориальные различия, глобализация, экономическая поляризация, метрополитенские агломерации, среднеиндустриальные регионы, туристические зоны, приток инвестиций,

факторы производства, региональная конкурентоспособность, государственная политика, устойчивый рост.

Abstract

The article provides an in-depth analysis of the growing socio-economic disparities between regions under the conditions of globalization and examines the mechanisms behind regional inequalities based on the experience of both developed and developing countries. The study highlights the concentration of economic activity in major metropolitan areas, intermediate industrial regions, and tourism hubs, contrasted with the persistent underdevelopment and limited investment capacity of peripheral regions. It demonstrates how capital mobility, technological upgrading, market liberalization, and agricultural competition contribute to widening spatial disparities. The article also evaluates the concept of regional competitiveness, the role of national policies in regulating territorial development, and the importance of fostering local synergies as a prerequisite for sustainable regional growth.

Keywords: regional development, territorial disparities, globalization, economic polarization, metropolitan areas, intermediate industrial regions, tourism regions, investment inflow, production factors, regional competitiveness, state policy, sustainable growth.

KIRISH

Globallashuv zamonaviy iqtisodiy taraqqiyotning shakllanishida murakkab va ko‘p qirrali vektor sifatida maydonga chiqmoqda. Uning ta’sir doirasi alohida davlatlar iqtisodiyotidan ancha keng, u hududlar miqyosida resurslar oqimini, kapital aylanishini va mehnat bozorining transformatsiyasini bevosita belgilab bermoqda. Aynan shu jarayonda hududlarning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish dinamikasi keskin farqlanmoqda: ayrim hududlar zamonaviy sanoat va xizmatlar klasterlariga aylangan bo‘lsa, boshqalari global iqtisodiyotning periferiyasida qolib ketmoqda.

Zamonaviy iqtisodiy tizimda faqat geografik joylashuv yoki tabiiy resurslarga egalik muvaffaqiyat kafolati emas. Hududiy salohiyatni to‘liq ishga solish — bu avvalo innovatsion muhit, bilimga asoslangan iqtisodiyot, institutsional quvvat va iqtisodiy boshqaruvdagi aniqlikdir. Rivojlangan mamlakatlar tajribasi shuni ko‘rsatmoqdaki, aynan mana shu omillar hududlararo tafovutlarning chuqurlashuvi yoki bartaraf etilishi ustidan hal qiluvchi ta’sir ko‘rsatadi.

Bugungi global makrotrendlar shuni ko‘rsatmoqdaki, iqtisodiy faollik tobora yirik urban markazlarda jamlanmoqda. Aglomeratsion effektlar, innovatsion infratuzilma va transport-kommunikatsiya tarmoqlarining zichligi metropoliten hududlarga yuqori qo‘shimcha qiymat yaratish imkonini beradi. Bunday sharoitda iqtisodiy imkoniyatlarning notekis taqsimlanishi nafaqat hududlararo nomutanosiblikni kuchaytiradi, balki ijtimoiy beqarorlik xavfini ham orttiradi. Shu sababli, mintaqaviy siyosatning dolzarbligi hech qachon hozirgidek yuqori bo‘lmagan.

Kapitalning global harakatchanligi va texnologik almashuvlar iqtisodiy raqobat mezonlarini keskin o‘zgartirmoqda. Endilikda har bir hudud o‘ziga xos raqobat ustunliklarini aniqlab, ularni kompleks iqtisodiy strategiyalar orqali amalga oshira olgan taqdirdagina barqaror o‘lishni ta’minlay oladi. Bu, o‘z navbatida, hududlararo

sinergiya va ixtisoslashuv imkoniyatlarini faollashtiradi. Muvozanatli regional siyosat esa faqat redistributsiya bilan emas, balki har bir hududning ichki potentsialini to'laqonli ro'yogga chiqarish orqali samarali bo'ladi.

Tajriba shuni ko'rsatmoqdaki, zamonaviy sharoitda faqat raqamli tarmoqlar, xizmatlar klasteri va global bozorlar bilan uyg'unlashgan hududlargina iqtisodiy barqarorlikka erisha oladi. Bunday sharoitda hukumatlar zimmasiga infratuzilmani modernizatsiya qilish, ilm-fan va innovatsiyalarni mintaqaviy darajada qo'llab-quvvatlash hamda biznes muhitini optimallashtirish kabi strategik vazifalar yuklanmoqda. Aynan ushbu omillar globallashtirishning hududiy taqsimotidagi asimmetriyani kamaytirish va iqtisodiy o'sishni inkluziv xarakterga keltirishda asosiy vosita bo'lib xizmat qilmoqda.

Uzoq muddatli istiqbolida har bir hudud o'zining o'ziga xos resurslarini, tarixiy tajribasini va madaniy identitetini zamonaviy iqtisodiy modelga integratsiyalash orqali global raqobat maydonida mustahkam pozitsiyani egallay oladi. Rivojlangan mamlakatlarning tajribasi shuni isbotlaydiki, turg'unlikka olib keluvchi markaz-periferiya dichotomiyasini faqat tizimli yondashuv va diversifikatsiyalangan mintaqaviy siyosat orqali yengish mumkin.

ADABIYOTLAR SHARHI

Jahonda hududlarning mutanosib ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishini ta'minlash barqaror rivojlanish shartlaridan biridir. Birlashgan millatlar tashkiloti tomonidan Barqaror rivojlanish maqsadlarida hududlarning rivojlanishidagi tafovutlar global muammolardan biri sifatida e'tirof etilgan va hal qilinishi lozim bo'lgan 10-dolzarb maqsad sifatida belgilangan. Shu jihatdan, har bir davlatda o'z hududlarining jadal rivojlanishini ta'minlash bilan bir qatorda, rivojlanishda ortda qolayotgan hududlarda turmush darajasini oshirishga, ya'ni ularning rivojlanishi uchun sharoitlar va imkoniyatlarni tenglashirishga yo'naltirilgan vazifalar dolzarbliq ortib bormoqda.

Keling, bu masalani zamonamizning turli davrlarida bir nechta mamlakatlarda qanday sodir bo'lganligiga to'xtalamiz. Mamlakatlar iqtisodiyoti ijtimoiy nuqtai nazardan tengsizlikning kuchayib borayotgani, bunga esa ma'lum ijtimoiy guruhlar va hududlarning asosiy farovonlikdan ortda qolib ketayotganligi haqida jiddiy dalillar mavjud (Dowling 1999)¹.

Samaradorlik va o'sishning oshishi - qachon va qaysi davlatda bo'lishidan qat'i nazar – bugungi kunda har qachongidan ham texnologik taraqqiyot bilan bog'liq bo'lib qolmoqda. Yangi ishlab chiqarish zavodlarining yoki yangi qishloq xo'jaligi ishlab chiqarish usullarining joriy etilishi yuqori unumdorlik va samaradorlikni keltirib chiqarsada, bu ko'pincha bandlik hisobiga amalga oshiriladi. Bu esa odatda ko'p sonli malakasiz ishchilarning ishsiz bo'lib qolishiga olib keladi. Natijada, globalizatsiya jarayonidan chiqayotganga o'xshagan iqtisodiyot yanada ijtimoiy va ko'pincha geografik qutblanish bilan tavsiflanadi. Oliy ma'lumotli va barqaror ish haqi oluvchilar

¹ Local and Regional Development. Simultaneously published in the USA and Canada by Routledge 270 Madison Ave, New York, NY 10016 Routledge is an imprint of the Taylor & Francis Group, an informa business © 2006 Andy Pike, Andrés Rodríguez-Pose and John Tomaney.

bilan norasmiy iqtisodiyotda ishlaydiganlarning tobora ko'payib borayotgan guruhi o'rtasidagi tafovut avvalgidan ham katta sur'atlarda o'sib boradi.

Hududiy nuqtai nazardan, faqat sanoqli hududlar va mintaqalargina globalizatsiya jarayoni tomonidan taqdim etilgan yangi imkoniyatlardan foydalanadilar. Umuman olganda, muvaffaqiyatli mintaqalar odatda hududiy sohalarning an'anaviy doirasidan tashqariga chiqadigan va bozorlarga o'ziga xos bir narsa (bironta mahsulot) taklif qiladigan mintaqalardir. Bu borada gapirganda quyida O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Sh.M.Mirziyoyev tomonidan keltirilgan fikrning qanchalik o'rinli ekanligini anglash mushkul emas: "Har bir loyihani amalga oshirishdan oldin ushbu ob'ekt hudud rivojiga hamohangmi, bundan aholiga naf bormi, qancha odam ish bilan ta'minlanadi degan savollarga javob topish shart"¹.

Rivojlangan davlatlar tajribasi globallashuv davrida iqtisodiy o'sa olgan "G'olib" mintaq va hududlarni uch toifaga bo'lib ko'rsatadi hamda shunday misollar keltiradi²:

- Yirik metropoliten hududlari: "Rivojlangan" va "rivojlanayotgan" dunyodagi yirik shahar aglomeratsiyalari yuqori qo'shimcha qiymatga ega xizmat ko'rsatish faoliyatining ko'p qismini jamlagan hududlardir. Biznes, moliyaviy, ko'chmas mulk va sug'urta xizmatlari yirik shahar hududlarida har qachongidan ham ko'proq klasterlashmoqda. Ishlab chiqarish omillarining bunday konsentratsiyasidan kelib chiqadigan aglomeratsiya iqtisodiyoti tadqiqot va ishlanmalar hamda dizayn faoliyatini shahar-mintaqalarning global metropolitenlariga jalb qilishga olib kelmoqda.

To'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalar ham yirik metropoliten hududlariga oqib keladi, bu esa submilliy ijtimoiy va iqtisodiy tafovutlarni kuchaytiradi. Masalan:

Mexiko shahri va uning atrofidagi shtatlar Meksikadagi barcha to'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalarning 60 foizidan ortig'ini o'ziga jalb qilgan;

Madrid Ispaniyaga oqib kelayotgan barcha to'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalarning 70 foizidan ortig'ini jalb qildi, biroq, yuqorida aytib o'tilganidek, yirik shahar hududlarining dinamikasi uning barcha aholisi teng foyda ko'radi degani emas. Dunyo bo'ylab yirik shahar aglomeratsiyalarining aksariyati ikki tomonlama iqtisodiyotning paydo bo'lishidan aziyat chekmoqda, bunda boylik va yuqori unumdorlikdagi ish o'rinlari iqtisodiy va ijtimoiy qashshoqlik, o'sib borayotgan norasmiy sektor va xizmat ko'rsatish sohasidagi kam haq to'lanadigan, noaniq ish o'rinlari bilan birga mavjud.

- O'rta sanoat hududlari: Dunyo bo'ylab ishlab chiqarish omillarining ko'proq faolligidan foyda ko'rayotganga o'xshagan ikkinchi hududlar guruhi o'rta sanoat mintaqalaridir. Bu turdagi hudud ko'pincha asosiy hududlarga nisbatan mehnat xarajatlari afzalliklarini, periferik hududlarga nisbatan inson kapitali va kirish imkoniyatlari afzalliklarini birlashtiradi, bu esa ularni yangi sanoat investitsiyalari uchun jozibador joylarga aylantiradi. Qo'shma Shtatlar va Kanadadagi tog'li shtatlar va provinsiyalar Shimoliy Amerikaning Sharqiy va Buyuk ko'l hududlarining eski

¹ Sh.M.Mirziyoyev O'zbekiston Respublikasi Prezidenti raisligida 2020-yil 26-mayda o'tkazilgan videoselektor yig'ilishidagi nutqi. <https://president.uz/oz/lists/view/3606>

² Local and Regional Development. Simultaneously published in the USA and Canada by Routledge 270 Madison Ave, © 2006 Andy Pike, Andrés Rodríguez-Pose and John Tomaney. Pg 24

sanoat "zanglagan kamarlari"dan qochib, yirik sanoat investitsiyalarini jalb qilmoqda. Ko'plab o'rta Yevropa Markaziy davlatlari, masalan Italiya yoki janubiy Germaniya va Fransiyadagi mintaqalar ham shunga o'xshash tendentsiyaga guvoh bo'lmoqda. Global nuqtai nazardan, "rivojlanayotgan" dunyoning eng rivojlangan mintaqalarini ham oraliq sanoat mintaqalari deb hisoblash mumkin. Bu holat, Qo'shma Shtatlar bilan chegaradosh Meksika shtatlari, Braziliyaning San-Paulu va janubiy shtatlari, Hindistonning Karnataka va Maxarashtra shtatlari, va eng avvalo, Xitoyning qirg'oqbo'yi provinsiyalarini yaqqol misol qilib keltirishimiz mumkin. Malakali ishchi kuchining arzonligi va bozorlarga oson kirib borish imkoniyati ularni sanoat investitsiyalari uchun asosiy nishonga aylantirdi. Bugungi kunda ommaviy ishlab chiqarishning katta qismi ushbu hududlarda jamlangan.

- Turistik mintaqalar: "Rivojlanayotgan", dunyoning globallashtirilgan bozor iqtisodiyotida o'z o'rnini topishga muvaffaq bo'lgan mintaqalar orasida sayyohlik hududlar ham bor. Meksikadagi Kankun yoki Indoneziyadagi Bali kabi joylar butun dunyodan ko'p sonli sayyohlarni jalb qilish jozibasi tufayli gullab-yashnadi.

Boshqalar esa, shunga o'xshash muvaffaqiyatga erishma olmadi, ammo ular ham sog'lom va nisbatan muvaffaqiyatli turizm sanoatini yaratdilar.

Biroq, globallashtirilgan dunyoda dinamik hududlar qoida emas, balki istisno bo'lib qoladi. Ko'pincha mintaqalar va joylar o'zlarining iqtisodiy tuzilishini yuzaga kelayotgan sharoitlarga moslashtirishga qiynalmoqdalar.

Globallashtirish iqtisodiy faoliyatni nisbatan ko'proq harakatga keltirib erkinlashtirdi. Shunga qaramay, global miqyosda investitsiya qilish imkoniyati Hududiy farqlarga nisbatan sezgirlikni oshirdi. Muayyan hududlar o'tmishda o'ziga xos sharoitlari yoki xom ashyo bazasi bo'lganligi tufayli ega bo'lgan raqobatbardoshlik afzalligi ahamiyatini yo'qotmoqda. Mamlakatimiz juda ko'p yillar davomida xuddi shu kabi xom ashyo bazasi bo'lib "kun ko'rganligi" tufayli bugungi kungacha shu "an'anadan" voz kechishga qiynalib kelmoqda.

Biz O'zbekiston Respublikasi iqtisodiyotida hududlarning barchasini rivojlantirishni, ochig'ini aytadigan bo'lsak bir necha yillardan beri boshqa hududlarning evaziga jon saqlayotgan ba'zi hududlarini qoloqlikdan chiqarishni maqsad qilgan ekanmiz hududlarning o'ziga xosligi, yirlarning ham turli hosildorligi bilan birgalikda unga ishlov berish, mehnat sarfi ham mutlaqo nomutanosibligini tan olishimiz zarur, masalan Farg'ona vodiysi hududdagi etishtirilgan mahsulotning hosildorligini olish uchun Sirdaryo viloyatida qancha mehnat sarflanishini yoki Buxoro viloyatida qanchalik ko'p mehnat qilinishini hisobon olishimiz va mehnatga yarasha haq to'lash tizimini to'g'ri yo'lga qo'yishimiz darkor. Yana bir jihat, qishloq xo'jaligida erlarga ishlov beradigan texnikalarning viloyatlarga moslab harid qilinishi kerak, ya'ni Toshkent viloyati qishloq xo'jaligida ishlayotgan texnika Xorazm viloyatida shu samarani bermasligini yoki bu hududda ma'lum muddat xizmat qilgan texnikalar yiri yumshoqroq bo'lgan hududda foydalanilgan texnikaga nisbatan tez ishdan chiqishini nazarda tutishimiz lozim.

Jahon amaliyotida axborot texnologiyalarining yaxshilanishi sanoat va qishloq xo'jaligi ishlab chiqarishini "mahalliyashtirishga" hissa qo'shganligini ko'rishimiz

mumkin. Xizmatlar sohasida garchi bozor xizmatlarining taqdiri ko'pincha boshqa sohalardagi iqtisodiy faoliyatning dinamikasi bilan bog'liq bo'lsa ham mahalliy lashtirishning pastroq darajasi kuzatilmoqda, bu ko'pincha ularning yuzma-yuz muloqot va ishonchga bo'lgan ehtiyoji tufayli yuzaga keladi. Natijada, an'anaviy sanoat mintaqalari, qishloq xo'jaligi hududlari va aniq qiyosiy ustunlikka ega bo'lmagan mintaqalar yangi bozorlarni egallashda qiyinchiliklarga duch kelmoqdalar va ularning kompaniyalari ko'pincha milliy iqtisodiyotning raqobatga ochilishi natijasida o'zlarining an'anaviy bozorlaridagi ulushini yo'qotmoqdalar.

Monopoliya yoki oligopoliya sharoitida parchalanib ketgan milliy bozorlarda omon qolgan va ko'pincha gullab-yashnagan asosiy va ommaviy ishlab chiqarish sanoat kompaniyalari ko'p hollarda bozor integratsiyasi va raqobat bosimi ostida avvalgi mavqeylarini yo'qotmoqdalar. An'anaviy qishloq xo'jaligi mintaqalari o'z bozorlariga texnologik jihatdan rivojlangan mintaqalardan arzonroq qishloq xo'jaligi mahsulotlari kirib kelganini ko'rdi va kuchli qishloq xo'jaligi salohiyatiga ega hududlar nomukammal va nisbatan yopiq jahon oziq-ovqat bozori bilan kurashishga majbur bo'ldi (Henson va Loader 2001)¹.

So'nggi iqtisodiy jarayonlarning natijasi jahon darajasida iqtisodiy va ijtimoiy qutblanishning kuchayishiga olib keldi. Janubi-Sharqiy Osiyo, Xitoy yoki Irlandiya kabi ba'zi milliy iqtisodiyotlar, garchi ijtimoiy va hududiy tengsizliklar bilan birga gullab-yashnagan bo'lsa-da, yangi sharoitlarda rivojlangan dunyoning ko'plab eski sanoat va nisbatan orqada qolgan hududlari qiyinchiliklarga duch keldi, shu bilan birga ko'plab Afrika, Yaqin Sharq va Markaziy Osiyo iqtisodiyotlari jahon iqtisodiy zanjirlaridan tobora ko'proq ajralib chiqmoqda. Ko'plab Afrika mamlakatlarida aholi jon boshiga to'g'ri keladigan yalpi ichki mahsulot (YaIM), ayniqsa 1980-yillarda, turg'unlikka yuz tutgan (Bloom va Sachs 1998).

METODOLOGIYA

Ushbu tadqiqotda hududlararo ijtimoiy-iqtisodiy tafovutlarning globallashuv sharoitida shakllanish mexanizmlari tizimli va taqqoslov tahlil usullari orqali o'rganildi. Rivojlangan va rivojlanayotgan davlatlarning mintaqaviy siyosati, aglomeratsion iqtisodiyot, kapital harakati va texnologik transformatsiyalarga oid amaliy misollar asosida hududiy differentsiallik sabablari aniqlashtirildi. Ma'lumotlar sifatida nufuzli xalqaro tashkilotlarning statistik bazalari, ilmiy maqolalar va jahon tajribasiga oid rasmiy manbalar tahlil qilindi. Tadqiqotda mintaqaviy YaIM tafovutlari logarifmik ko'rsatkichlar asosida baholandi, tahliliy yondashuv esa iqtisodiy makro- va mikroomillar integratsiyasi orqali amalga oshirildi. Kontekstual tahlil orqali har bir hududning o'ziga xos salohiyatini aks ettiruvchi mezonlar ishlab chiqildi va ular asosida strategik tavsiyalar shakllantirildi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Ayni paytda dunyoning iqtisodiy qutblanishi mamlakatlar ichida takrorlanmoqda. Yangi iqtisodiy sharoitga moslashish uchun turli xil mintaqaviy imkoniyatlar har bir

¹ Local and Regional Development. Simultaneously published in the USA and Canada by Routledge 270 Madison Ave, © 2006 Andy Pike, Andrés Rodríguez-Pose and John Tomaney. Pg 28

mamlakatning bir nechta mintaqalarida iqtisodiy faollik va boylikning ko'proq konsentratsiyasiga va mamlakatlar ichidagi iqtisodiy tafovutning kuchayishiga olib kelmoqda. Natijada, yuqori, past va o'rta daromadli mamlakatlarda ichki iqtisodiy nomutanosiblik kuchayib bormoqda. 1-jadvalda 1980 va 2000-yillar oralig'ida mavjud mintaqaviy ma'lumotlar bilan so'nggi 20 yil oralig'ida dunyoning "rivojlangan" va "rivojlanayotgan" mamlakatlarida mintaqaviy tafovutlar evolyutsiyasining aholi jon boshiga mintaqaviy YaIMning tabiiy logarifmining tafovuti keltirilgan (1-jadval).

1-jadval.

Aholi jon boshiga mintaqaviy YAIM ning o'zgarishi, 1980-2000-yillar¹

Rivojlanayotgan mamlakatlar	1980-yil	1990-yil	2000-yil	1980-1990-yillar	1990-2000-yillar	1980-2000-yillar
Xitoy	0.578	0.483	0.581	-16.31	20.20	0.60
Hindiston	0.352	0.377	0.441	7.10	16.98	25.28
Meksika	0.388	0.383	0.435	-1.29	13.58	12.11
Braziliya	0.588	0.488	0.494	-17.01	1.23	-15.99
Rivojlangan mamlakatlar						
AQSh	0.136	0.152	0.148	11.76	-2.63	8.82
Germaniya	0.184	0.188	0.186	2.17	-1.06	1.09
Italiya	0.265	0.269	0.277	1.51	2.97	4.53
Ispaniya	0.207	0.199	0.222	-3.86	11.56	7.25
Fransiya	0.151	0.164	0.163	8.67	-0.29	8.36
Gresiya	0.156	0.158	0.158	1.21	0.16	1.37
Portugaliya		0.231	0.236		1.85	
Evropa Ittifoqi		0.247	0.275		11.24	

Jadvaldan bir nechta xususiyatlarni ajratib ko'rsatish kerak. Birinchidan, "rivojlangan" va "rivojlanayotgan" mamlakatlar o'rtasidagi ichki tafovutlar o'lchamidagi farq. 2000-yilda Braziliya, Xitoy, Hindiston yoki Meksikadagi ichki iqtisodiy tafovutlar Ispaniyadagi ichki tafovutlardan ikki baravar va Fransiya yoki Qo'shma Shtatlardagidan uch baravar ko'p edi. Ikkinchidan, namunaga kiritilgan barcha mamlakatlarda, Braziliyadan tashqari, 1980-yildan beri ichki iqtisodiy nomutanosiblik o'sib bormoqda. Biroq, 1980-yillarda Qo'shma Shtatlar, Fransiya va Germaniyada iqtisodiy qutblanish kuchaygan bo'lsa, past daromadli mamlakatlarda iqtisodiy nomutanosiblikning eng katta o'sishi 1990-yillarda sodir bo'ldi. 1990 va 2000-yillar oralig'ida aholi jon boshiga mintaqaviy YaIMning logik o'zgarishi

¹ Muallif ishlanmasi

Braziliyada 1,2 foizga, Italiyada 3 foizga, Ispaniyada 11,6 foizga, Meksikada 13,6 foizga, Hindistonda qariyb 17 foizga va Xitoyda 20 foizga o'sdi.

Bu ichki qutblanish ko'pincha milliy iqtisodiyotning ochilishi bilan bir vaqtga to'g'ri keldi. Meksikada 1970-yillar va 1980-yillarning boshlari ichki iqtisodiy tafovutlarning kamayishi bilan tavsiflangan bo'lsa-da, 1985-yildan boshlab mamlakat chegaralari savdo uchun ochildi, bu 1994-yildan keyin Shimoliy Amerika Erkin Savdo Shartnomasi (NAFTA) bilan mustahkamlandi. Hududiy rivojlanish Mexiko shahrida va Qo'shma Shtatlar bilan chegaradosh shtatlarda iqtisodiy faollikning ortib borayotgan konsentratsiyasiga olib keldi.

Xuddi shunday, Braziliyada ichki mintaqaviy tafovutlarning ortishi 1990-yillarning boshlaridan beri mamlakat iqtisodiyotining izchil ochilishi bilan bir vaqtga to'g'ri keldi. Ijtimoiy va hududiy tengsizlikning ortishi va globallashtirilgan iqtisodiyotda bozor o'rnini topgan asosiy mintaqalar va bir nechta periferik hududlarda yuqori qo'shimcha qiymatga ega iqtisodiy faollikning ko'proq konsentratsiyasi dunyoning ko'plab eng kambag'al hududlarini juda noaniq vaziyatga solib qo'yimoqda. Hududiy rivojlanishdagi qiyinchiliklar 1970-yillardan beri keskinlashdi.

Barchamizga ma'lumki so'nggi yillarda Xitoy iqtisodiyoti jadal o'sib bormoqda, biroq shuni ham bilish kerakki hududiy rivojlanish tahlili Xitoyning dengizbo'yi hududlari bilan dengizdan uzoqda joylashgan hududlarining rivojlanish tendensiyasi katta farq qiladi, yani iqtisodiy jihatdan noqulay nuqtada joylashgan hududlari qoloqligicha qolmoqda.

Hududiy raqobat Globallashtirish sharoitida mobil kapital va ishchi kuchini jalb qilish va saqlab qolish uchun olib borilgan kurash mahalliy va mintaqalar endi bir-biri bilan to'g'ridan-to'g'ri raqobatda ekanligi haqidagi fikrlarga olib keldi. Bunday hududiy raqobatning mavjudligi institutlar investitsiyalarni jalb qilish va joylashtirish uchun sharoit yaratishga harakat qilganligi sababli, mahalliy va mintaqaviy iqtisodiyotlarning "raqobatbardoshligi"ga e'tibor qaratdi.

Krugman (1995) raqobatbardoshlik g'oyasining milliy iqtisodiyotga nisbatan qiymatini shubha ostiga qo'ydi va uni "xavfli obsesyon"¹ deb atadi. U milliy iqtisodiy ko'rsatkichlarni tushuntirish uchun uning qanday qo'llanilishini o'rganib chiqadi va bu firma hamda millat o'rtasidagi noo'rin o'xshashlikka asoslanganligini ta'kidlaydi, chunki firmalardan farqli o'laroq, mamlakatlar "faqat biznesdan iborat emas" (Krugman 1995: 31). Krugman mamlakatlar bir-biri bilan raqobatda ekanligi haqidagi fikrni rad etadi va ichki turmush darajasi ichki mahsuldorlikning yaxshilanishi bilan belgilanadi, deb ta'kidlaydi. Boshqa tomondan, "raqobatbardoshlik" shunchaki siyosatchilar tomonidan ma'lum iqtisodiy sohalarni qo'llab-quvvatlash kabi siyosat tanlovlarni oqlash uchun qo'llaniladigan foydali siyosiy metaforadir (Krugman 1995, 1996) deydi. Biroq, Krugman (1994) "mintaqaviy raqobatbardoshlik" g'oyasi "milliy raqobatbardoshlik"dan ko'ra ko'proq ma'noga ega bo'lishi mumkinligini tan oladi, chunki mintaqaviy iqtisodiyotlar milliy iqtisodiyotlarga qaraganda savdoga ko'proq

¹ Local and Regional Development. Simultaneously published in the USA and Canada by Routledge 270 Madison Ave, © 2006 Andy Pike, Andrés Rodríguez-Pose and John Tomaney. Pg 31

ochiq va ishlab chiqarish omillari milliy iqtisodiyotga qaraganda mintaqaga osonroq kirib boradi. Shunday qilib, hududiy raqobat tushunchasi mahalliy yoki mintaqaviy darajaga nisbatan qo'llanilganda ma'lum darajada farq qiladi.

Siyosat nuqtayi nazaridan ham, milliy davlatlarning bir qismi sifatida, mahalliy va mintaqalar milliy hukumatlar an'anaviy ravishda iqtisodiy faoliyat darajasini shakllantirish uchun foydalangan valyuta devalvatsiyasi kabi turli xil siyosat vositalaridan foydalanish imkoniyatiga ega emaslar. Shunday qilib, mahalliy va mintaqaviy mobil investitsiyalarni jalb qilish uchun mahalliy yoki mintaqaviy raqobatbardoshlik ustunligi asosida raqobatlashishlari kerak.

Kamagni ta'kidlaydi¹: hozirgi kunda aslida muhim bo'lgan narsa omillar va jarayonlarning ikki tartibidir: umumiy, makroiqtisodiy yondashuvda o'sib boruvchi rivojlanish jarayonlari hamda faoliyat aglomeratsiyasi bilan bog'liq daromadlarni oshirish; mikroiktisodiy va mikrohududiy yondashuvda esa yakka firmalar tomonidan strategik ravishda yaratilgan o'ziga xos afzalliklar, hududiy sinergiyalar hamda tasavvurga boy va proaktiv davlat boshqaruvi bilan mustahkamlangan hamkorlik qobiliyati, mahalliy va milliy hukumatlar tomonidan taqdim etiladigan tashqi ta'sirlar hamda tarixiy jihatdan hududiy madaniyat tomonidan shakllangan o'ziga xosliklar. Kamagni argumentining mohiyati shundaki, joylar va mintaqalar hududiy raqobat maydoniga kirishi mumkin va kirishi kerak. Shunga qaramay, hududiy raqobat haqidagi yozuvlarning aksariyati bunday strategiyalarni isrofgarchilik deb hisoblaydi.

Rodrigues-Pose va Arbix 1990-yillarda avtomobil sanoatiga yangi investitsiyalarni jalb qilish va kiritishga qaratilgan Braziliya shtatlari o'rtasidagi savdo urushi ko'rinishidagi "sof chiqindilar"ga misol keltiradi. Ular barcha shtatlarning investitsiyalarni jalb qilish uchun qanday kurashga tushib qolganliklarini ko'rsatadi va buni mahalliy hamda mintaqaviy iqtisodiyotni tiklash va ish o'rinlarini yaratish vositasi sifatida izohlaydi. Shtatlar transmilliy kompaniyalarga hatto moliyaviy imkoniyatlarining cheklanishi xavfi ostida ham tobora ko'proq rag'batlar berishni oqlash uchun investitsiyalarning taxminiy foydasini tez-tez bo'rttirib ko'rsatgan. Natijada, bunday raqobat to'g'ridan-to'g'ri xorijiy investitsiyalarning uzoq muddatli potentsial foydalariga putur yetkazgan.

Rodrigues-Pose va Arbix "shtat hukumatlari tomonidan asosiy — va deyarli yagona — rivojlanish strategiyasi sifatida taqdim etilgan savdo urushlari sof isrofgarchilikdir, chunki ular mahalliy yoki milliy darajada farovonlikning sezilarli darajada oshishiga olib kelmaydi", degan xulosaga keladi.

Bugungi kunga kelib, hududlar rivojlanishidagi raqobat nafaqat ishlab chiqarish tashkilotlarini jalb qilishga qaratilgan sa'y-harakatlarni, balki ishlab chiqarish bilan bog'liq bo'lmagan ko'ngilochar, madaniy-ma'rifiy faoliyatni ham o'z ichiga oladi. Hududiy raqobatning bu shakli ko'pincha yirik shaharlar va metropoliten hududlar tomonidan qo'llaniladi. Ushbu faoliyatning yorqin misoli sifatida Olimpiada kabi xalqaro sport tadbirlari uchun musobaqalar yoki Yevropa Ittifoqi shaharlariga

¹ Local and Regional Development. Simultaneously published in the USA and Canada by Routledge 270 Madison Ave, © 2006 Andy Pike, Andrés Rodríguez-Pose and John Tomaney. Pg 33

“Madaniyat poytaxti” maqomini berish jarayonlarini ko‘rsatish mumkin. Joriy 2025-yilning 20-oktyabr kuni butun dunyo jamoatchiligiga mamlakatimiz Prezidenti loyihasi asosida yaratilgan va taqdim etilgan “Islom sivilizatsiyasi markazi”ni ham shular qatoriga kiritish mumkin. Bunday raqobat, ayniqsa jahon shaharlari o‘rtasida, keng ko‘lamli rejalashtirilgan qurilish loyihalarini moliyalashtirish uchun shaharlararo raqobatni kuchaytiradi va ularning global maqomini oshiradi.

Yetakchi g‘arb olimlari Cheshire va Gordon (1998) fikriga ko‘ra, ushbu turdagi loyihalarni jalb qila olgan hudud o‘z mintaqasida atrofdagi hududlarga nisbatan iqtisodiy jihatdan kuchliroq bo‘ladi, yetakchi metropoliten mintaqalarda esa eng kuchli mavqega ega bo‘ladi. Bu holat milliy yoki hatto millatlararo darajada mahalliy va mintaqalar o‘rtasidagi raqobatni samarali tartibga solish zarurligini ko‘rsatadi.

Amerikalik olim Riz (1992) Shimoliy Amerikada amalga oshirilgan hududiy rivojlanish loyihalaridan olingan dalillarga asoslanib, tartibga solishning mos va maqsadga muvofiq shakllari o‘rish sur‘atlarini ta‘minlashi va ijobiy summa siyosatini yaratishi mumkinligini ta‘kidlaydi. U Ontarioda qo‘llaniladigan mobil investitsiyalarni jalb qilishning innovatsion yondashuvini, ya‘ni Ontarioda investitsiyalarni jalb qilishda cheklovlar mavjud bo‘lmagan holda, federal cheklovlarga ega AQSh hududlari bilan taqqoslaydi (2-jadval).

2-jadval.
Hududiy raqobat siyosati¹

Nol yig‘indi	O‘rishni kuchaytirish	Tarmoqni kuchaytirish
Sof targ‘ibot	Mashg‘ulot	Ichki tarmoq
Mobil investitsiyalarni jalb qilish	Tadbirkorlikni rivojlantirish	Tashqi (mahalliy bo‘lmagan)
Investitsiya subsidiyalari	Yangi firmalarga yordam berish	Benchmarking baholari
	Biznes bo‘yicha maslahat	Aviakompaniya va havo-yuk aloqalari
Subsidiyalangan binolar	Noaniqlikni kamaytirish	Yangi bilimlarni global miqyosda qidirish
	Muvofiqlashtirish	
	Infratuzilmaga investitsiyalar	

Shunday ekan, ehtimol, hududiy raqobatning barcha turlarini farqlarini aniqlab olish kerak, chunki ba‘zilari tabiiy ravishda isrofgarchilikka olib keladi, boshqalari esa o‘rish suratlarini ta‘minlab ijobiy summa ta‘siriga ega bo‘lishi mumkin (Riz 1992; Cheshire va Gordon 1998; Camagni 2002; Malecki 2004). Yuqorida tavsiflangan Braziliya misoli birinchi toifaga to‘liq mos keladi. Ammo, hududlarni rivojlantirishga Davlat siyosati aralashuvining eng maqbil shakllari iqtisodiy o‘rishning kengroq shakllarini yaratishga yoki mahalliy sinergiyalarni qo‘llab-quvvatlaydigan tarmoqlarni kuchaytirishga, bundan tashqari xorijiy firmalar sarmoyalarini mahalliy tarmoqlarga joylashtirib, ulardan foydalanish va daromadni oshirishga qaratilishi "eng asosiysi" hisoblanadi.

¹ Manba: Cheshire and Gordon (1998: 325) ishlanmalaridan olindi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Xulosa qilib ta'kidlaydigan bo'lsak dunyo mamlakatlarning birontasida ham barcha hududlari bir xilda rivojlangan bo'lishi mumkin emas, biz yuqorida bunga bir qancha misollarni keltirib o'tdik, biroq bu degani o'sishga erishishni istamayotgan va rivojlanishga intilmayotgan hududning o'zi yo'q, sababi insonlar o'zkari uchu munosib shart-sharoitlar yaratilgan hududlarda hayot kechirishni istaydilar, shu sabab hududlarni sekinlik bilan bo'lsada o'sishini ta'minlash uchun shu hududning o'ziga xos xususiyati, aholining ta'rixda nima kasb-kor bilan shug'ullanib daromad topganligi va shu hududning dunyo bozoriga o'ziga xos qandaydir mahsulot yoki xizmat turini taklif qila olishiga hamda shu hududda yashayotgan insonlarning salohiyatini inobatga olib loyialarni tadbqiq etish lozim.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Sh.M.Mirziyoyev O'zbekiston Respublikasi Prezidenti raisligida 2020-yil 26-mayda o'tkazilgan videoselektor yig'ilishidagi nutqi.
<https://president.uz/oz/lists/view/3606>.
2. Local and Regional Development. Simultaneously published in the USA and Canada by Routledge 270 Madison Ave, New York, NY 10016 Routledge is an imprint of the Taylor & Francis Group, an informa business © 2006 Andy Pike, Andrés Rodríguez-Pose and John Tomaney.
3. Babajanov A.R., Muqumov A.M., Sharipov S.R. Hududlarni rivojlantirish (o'quv qo'llanma). -T., TIQXMMI. 392 b. 2018 y.
4. M. Porter. The Competitive Advantage of Nations. – New York: Free Press, 1990. – 896 p.
5. P. Krugman. Geography and Trade. – Leuven: Leuven University Press, 1991. – 156 p.
6. R. Dowling. Regional Development in the Global Economy. – London: Routledge, 1999. – 214 p.
7. A. Rodríguez-Pose. The Dynamics of Regional Growth in Europe: Social and Political Factors. – Oxford: Oxford University Press, 1998. – 288 p.
8. M. Storper. The Regional World: Territorial Development in a Global Economy. – New York: Guilford Press, 1997. – 337 p.



Marketing

ilmiy, amaliy va ommabop jurnali

Muharrir: Xakimov Ziyodulla Axmadovich
Ingliz tili muharriri: Tursunov Boburjon Ortiqmirzayevich
Rus tili muharriri: Kaxramonov Xurshidjon Shuxrat o'g'li
Musahhih: Karimova Shirin Zoxid qizi
Sahifalovchi va dizaynerlar: Sadikov Shoxrux Shuxratovich
Abidjonov Nodirbek Odijon o'g'li

2025-yil, noyabr, 11-son

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar mas'ul. Tahririyat fikri har vaqt ham mualliflar fikriga mos kelavermasligi mumkin. Tahririyatga yuborilgan materiallar qaytarilmaydi.

Mazkur jurnalda maqolalar chop etish uchun quyidagi havolalarga murojaat qilish mumkin. Ilmiy maqola, ommabop maqola, reklama, hikoya va boshqa ilmiy-ijodiy materiallar yuborishingiz mumkin.

Materiallar va reklamalar pullik asosda chop etiladi.

Elektron pochta: info@marketingjournal.uz
Bot: [@marketinjournalbot](https://t.me/@marketinjournalbot)
Tel.: +998977838464, +998939266610
Jurnalning rasmiy sayti: <https://marketingjournal.uz>

Marketing jurnali O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi **Oliy attestatsiya komissiyasi** rayosatining 2024-yil 04-oktabrdagi 332/5 sonli qarori bilan milliy ilmiy nashrlar ro'yxatiga kiritilgan



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali 2024-yil 15-martdan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Administratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan **C-5669517** reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan. **Litsenziya raqami: №240874**



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnalining xalqaro darajasi: **9710**. ГОСТ 7.56-2002 "Seriya nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlaro standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**