

AHAMİYATI. Iqtisodiy taraqqiyot va tahlil. 2. 257-261. 10.60078/2992-877X-2024-vol2-iss10-pp257-261.

27. Turgʻunov, J. A. (2023). Sanoat korxonalarini rivojlantirishda aylanma iqtisodiyot amaliyotini joriy etish masalalari. “Nordic” ilmiy-amaliy elektron jurnali 2025 | Journal article, DOI: 10.69949/nordic-0000009

KICHIK BIZNESNI RIVOJLANTIRISHDA FOYDALANILADIGAN IJTIMOY TARMOQLARNING NAZARIY TAHLILI

Turanboyev Q.B.

Qoʻqon universiteti “Xalqaro turizm va iqtisodiyot” kafedrasi oʻqituvchisi

boburturonboyev@gmail.com

Annotatsiya. Ushbu tadqiqotda ijtimoiy tarmoqlardan kichik biznesni rivojlantirishda foydalanishning eng samarali yoʻllari oʻrganilgan. Instagram, Facebook, TikTok, LinkedIn, YouTube va Telegram platformalari imkoniyatlari, ulardan muvaffaqiyatli foydalanish usullari tahlil qilingan. Har bir platformaning oʻziga xos xususiyatlari, auditoriyasi va biznes samaradorligini oshirishdagi roli yoritilgan. Tadqiqot natijalari kichik biznes uchun innovatsion yondashuvlarni ishlab chiqishda yordam beradi.

Kalit soʻzlar: kichik biznes, ijtimoiy tarmoq, mijozlar, doimiy haridorlar, brendni rivojlantirish.

Аннотация. В данном исследовании изучены наиболее эффективные способы использования социальных сетей для развития малого бизнеса. Рассмотрены возможности платформ Instagram, Facebook, TikTok, LinkedIn, YouTube и Telegram, а также успешные методы их применения. Освещены особенности каждой платформы, их аудитория и роль в повышении эффективности бизнеса. Результаты исследования помогают разработать инновационные подходы для развития малого бизнеса.

Ключевые слова: малый бизнес, социальные сети, клиенты, постоянные покупатели, развитие бренда.

Abstract. This study examines the most effective ways to use social networks for the development of small businesses. The capabilities of platforms such as Instagram, Facebook, TikTok, LinkedIn, YouTube, and Telegram, as well as successful methods of their application, are analyzed. The unique features of each platform, their audience, and their role in enhancing business efficiency are highlighted. The study results contribute to the development of innovative approaches for small business growth.

Key words: small business, social networks, customers, loyal clients, brand development.

Kirish.

Bugungi raqamli iqtisodiyotda ijtimoiy tarmoqlar kichik biznes subyektlari uchun muhim marketing va mijozlar bilan muloqot vositasiga aylangan. Biroq, koʻplab kichik bizneslar ushbu platformalardan samarali foydalanish uchun yetarli bilim va resurslarga ega emas. Natijada, ular auditoriya bilan aloqani mustahkamlash, sotuvlarni oshirish va raqobatbardoshlikni kuchaytirishda imkoniyatlardan toʻliq foydalana olmaydi. Bundan tashqari, ijtimoiy tarmoqlardan notoʻgʻri foydalanish reklama xarajatlarning samarasiz sarflanishi va brend obroʻsining zarar koʻrishiga olib kelishi mumkin.

Ushbu tadqiqotning maqsadi ijtimoiy tarmoqlardan kichik biznes subyektlari faoliyatini rivojlantirishda samarali foydalanish usullarini aniqlash, ushbu platformalarning imkoniyatlarini o'rganish va kichik biznes subyektlari uchun innovatsion va amaliy tavsiyalar ishlab chiqishdan iborat.

Ijtimoiy tarmoqlar kichik biznes subyektlariga minimal xarajatlar bilan keng auditoriyaga yetib borish, mijozlar bilan to'g'ridan-to'g'ri muloqot qilish va brend obro'sini oshirish imkonini beradi. Ushbu tadqiqotning natijalari kichik biznes subyektlariga raqamli marketing strategiyalarini samarali tashkil qilish, raqobatbardoshlikni oshirish va barqaror o'sishga erishishda yordam beradi. Bundan tashqari, ijtimoiy tarmoqlarning innovatsion yondashuvlarini qo'llash orqali kichik biznes subyektlarining iqtisodiy salohiyati oshiriladi va milliy iqtisodiyotga ijobiy ta'sir ko'rsatiladi.

Adabiyotlar sharhi.

Kaplan va Haenlein [1] ijtimoiy tarmoqlarni zamonaviy kommunikatsiya vositasi sifatida ko'rib, ular yordamida brendning iste'molchilar bilan muloqotini kuchaytirish imkoniyatlarini yoritadi. Shuningdek, maqolada ijtimoiy tarmoqlardan foydalanishdagi qiyinchiliklar, jumladan, maqsadli auditoriyani to'g'ri aniqlash va muloqotni boshqarish muammolari ko'rsatilgan.

Jackson [2] tomonidan yozilgan ilmiy maqolada kichik biznes uchun ijtimoiy tarmoqlarni samarali qo'llash bo'yicha amaliy tavsiyalarni taqdim etilgan. Muallif ijtimoiy tarmoqlardagi eng samarali marketing strategiyalariga e'tibor qaratib, turli platformalarning o'ziga xos xususiyatlarini o'rganadi. U biznes subyektlari uchun vizual kontent yaratish, maqsadli reklama va mijozlar bilan interfaol muloqotning ahamiyatini tahlil etadi.

Mangold va Faulds [3] ijtimoiy tarmoqlarni marketing kommunikatsiyalarining yangi innovatsion elementi sifatida tasvirlaydi. Ular ijtimoiy tarmoqlar orqali mijozlar fikrini shakllantirish va brend imidjini rivojlantirish imkoniyatlarini o'rganadilar. Mualliflar ijtimoiy tarmoqlarning an'anaviy reklama usullaridan qanday farq qilishi va ularni muvaffaqiyatli ishlatishning asosiy omillari haqida chuqur tahlil qiladilar.

Tahlil va natijalar.

Ijtimoiy tarmoqlar bugungi kunda kichik biznesni rivojlantirishda eng muhim vositalardan biriga aylangan. Ushbu platformalar kichik biznes subyektlariga minimal xarajatlar evaziga keng auditoriyaga yetib borish va o'z xizmatlari hamda mahsulotlarini tanitish imkonini beradi. Har bir platforma o'ziga xos imkoniyatlari va auditoriyalari bilan ajralib turadi. Quyida eng samarali ijtimoiy tarmoqlar va ulardan foydalanishning muvaffaqiyatli usullari umumlashtirilgan.

Instagram vizual kontentga asoslangan platforma bo'lib, yosh va kreativ auditoriya orasida mashhur. Moda, go'zallik, oziq-ovqat, sayohat va xizmat ko'rsatish sohalaridagi bizneslar uchun samarali platforma hisoblanadi.

Ushbu platformadan samarali foydalanishning muvaffaqiyatli yo'nalishlari quydagilardir.

platformaga tez-tez vizual kontent yaratib yuklash zarur. Chunki, mahsulot va xizmatlarni jozibali rasmlar, videolar va hikoyalar orqali namoyish etish auditoriyaning e'tiborini jalb qiladi.

hozirda ommalashgan uslublardan biri Influencer marketing hisoblanadi. Instagramdagi mashhur bloggerlar yoki influencerlar orqali mahsulot va xizmatlarni reklama qilish biznesning savdo hajmini keskin oshirishga imkoniyat beradi.

platformadagi imkoniyatlardan to'laonli foydalanish zarur, masalan, hashtaglardan unumli foydalanilsa, mahsulot yoki xizmatlarni kengroq auditoriyaga yetkazish imkonini beradi. Bu holat esa o'z navbatida mijozlar hajmini oshirishga xizmat qiladi.

platforma orqali uzoq masofadagi mijozlar bilan ham interfaol aloqalar o'rnatish mumkin. Foydalanuvchilar bilan muloqot qilish uchun so'rovnomalar, viktorinalar va takliflardan foydalanish, kichik biznes subyekti brendining mashxurligi hamda ishonchliligini yuksaltiradi.

Facebook turli yoshdagi va qiziqishlarga ega foydalanuvchilarni birlashtirgan platforma bo'lib, ayniqsa kichik biznes uchun keng imkoniyatlar yaratadi. Platformadan samarali foydalanishning asosiy usullari quyidagilardir:

facebookning rivojlangan maqsadli reklama funksiyasi yordamida mahsulot yoki xizmatlarni aniq auditoriyaga yetkazish mumkin. Bu vosita orqali foydalanuvchilarni yosh, joylashuv, qiziqishlar va xulq-atvor kabi mezonlar asosida aniqlash mumkin.

platforma ichida to'g'ridan-to'g'ri mahsulotlarni sotish imkoniyatini taqdim etuvchi funksiyalar kichik biznes uchun muhim ahamiyatga ega. Ushbu funksiyalar orqali foydalanuvchilar to'lovni amalga oshirib, mahsulotlarni bevosita sotib olishlari mumkin.

doimiy mijozlar uchun maxsus guruhlar tashkil etish orqali ular bilan yaqin aloqada bo'lish, mahsulot yoki xizmatlar bo'yicha muntazam fikr-mulohazalar olish imkoniyatini yaratadi.

maxsus aksiyalar, mahsulot taqdimotlari yoki ochiq eshiklar kuni kabi tadbirlar haqida ma'lumotni keng auditoriyaga yetkazish orqali yangi mijozlarni jalb qilish va mavjud mijozlar bilan aloqani mustahkamlash osonlashadi.

TikTok yosh avlod (16-35 yosh) orasida mashhur bo'lib, qisqa va qiziqarli videolar orqali auditoriyani jalb qilishda samarali platformalardan biri hisoblanadi. Platformadan muvaffaqiyatli foydalanishning asosiy usullari quyidagilardir:

yorqin va ijodiy qisqa videolar orqali mahsulot yoki xizmatning ommalashuvini ta'minlash va keng auditoriyani qamrab olish.

trend bo'lib turgan chaqiriqlarni yaratish va foydalanuvchilarni ularda ishtirok etishga jalb qilish orqali brendning taniluvchanligini oshirish.

platformadagi ommabop musiqalar, audio va vizual effektlardan foydalanib, mahsulot yoki xizmatni targ'ib qilish va auditoriyaning e'tiborini jalb qilish.

TikTokda kreativlik va dinamiklikni namoyon qilish orqali bizneslar o'z auditoriyasini kengaytirib, brendni samarali targ'ib qilish imkoniyati juda keng miqyosda taqdim etilgan.

LinkedIn professional auditoriyaga yo'naltirilgan bo'lib, ayniqsa B2B (biznesdan biznesga) segmentida faoliyat yurituvchi kichik bizneslar uchun samarali platformadir. Undan muvaffaqiyatli foydalanish uchun quyidagi usullar tavsiya etiladi:

sohadagi bilim va tajribalarni baham ko'rish orqali brendning ishonchliligini oshirish va mutaxassis sifatida obro' qozonish.

LinkedIn tarmog'i orqali yangi hamkorlar va mijozlarni topish, shuningdek, mavjud aloqalarni mustahkamlash.

platformaning reklama vositalaridan foydalanib, professional auditoriyaga mahsulot yoki xizmatlarni samarali tanishtirish.

LinkedIn orqali biznes uchun yangi imkoniyatlar yaratish va professional brendni nufuzini barqaror ushlab turish hamda mustahkamlash mumkin bo'ladi.

YouTube har qanday yoshdagi auditoriya uchun mos bo'lib, vizual va texnik ma'lumotlarga qiziqadigan foydalanuvchilarni jalb qilish uchun kuchli vositadir. Platformadan muvaffaqiyatli foydalanishning asosiy usullari quyidagilardir:

mahsulot yoki xizmatlardan foydalanish bo'yicha batafsil qo'llanmalar yaratish orqali foydalanuvchilarga amaliy yordam ko'rsatish va ishonch qozonish.

mahsulot yoki xizmatning afzalliklari va xususiyatlarini yorituvchi videolar tayyorlash orqali mijozlarni jalb qilish.

mahsulot yoki xizmat haqidagi reklamalarni keng auditoriyaga namoyish qilib, brendni targ'ib qilish va mijozlar bazasini kengaytirish.

YouTube orqali vizual va ta'sirchan kontent yaratib, auditoriyani samarali jalb qilish mumkin.

Telegram O'zbekiston va Markaziy Osiyoda keng qo'llanilib, tezkor aloqa va ma'lumot tarqatish uchun qulay platforma hisoblanadi. Undan muvaffaqiyatli foydalanish uchun quyidagi usullar tavsiya etiladi:

Yangiliklar, aksiyalar va foydali ma'lumotlarni mijozlarga yetkazish uchun platformaning samarali vositalaridan biri. Brend bilan bog'liq maxsus kontent tarqatish orqali mijozlar bilan mustahkam aloqa o'rnatiladi.

Savdo jarayonlarini soddalashtirish, mijozlarga avtomatlashtirilgan xizmat ko'rsatish va ma'lumotlarni tezkor yetkazish uchun Telegram botlari juda qulaydir.

Mashhur kanallarda reklama berish orqali yangi mijozlarni jalb qilish va mahsulot yoki xizmatlarning taniluvchanligini oshirish.

Telegram orqali tezkor va samarali aloqa o'rnatib, biznesni rivojlantirish mumkin bo'ladi.

Ijtimoiy tarmoqlardan muvaffaqiyatli foydalanish uchun quyidagi strategiyalar muhim:

har bir platformada auditoriyani segmentlash va reklama kampaniyalarini aniq maqsadlarga yo'naltirish.

platformaga mos keladigan sifatli kontent yaratish va uni rejalashtirilgan tartibda e'lon qilish.

foydalanuvchilarning fikr-mulohazalarini tinglash, interfaol vositalar orqali ularga javob berish va brend sadoqatini oshirish.

Bu strategiyalar ijtimoiy tarmoqlarda samarali ishtirokni ta'minlaydi.

Ijtimoiy tarmoqlar kichik biznesni rivojlantirishda kuchli vosita sifatida xizmat qiladi. Ular orqali biznes subyektlari brend taniluvchanligini oshirish, mijozlar bazasini kengaytirish va savdo hajmini oshirish imkoniyatiga ega bo'ladi. Har bir platformaning o'ziga xos xususiyatlaridan samarali foydalanish kichik biznesning raqobatbardoshligini oshirishda hal qiluvchi omil hisoblanadi. To'g'ri strategiyalarni ishlab chiqish va ulardan foydalanish biznes muvaffaqiyatiga erishishning asosiy kalitidir.

Taklif va xulosalar.

Ushbu tadqiqot tahlili bo'yicha quyidagi takliflar ishlab chiqildi:

Har bir ijtimoiy tarmoqning o'ziga xos xususiyatlari va auditoriya talablarini hisobga olgan holda foydalanish uchun alohida strategiyalari ishlab chiqish;

Instagram, TikTok va YouTube kabi platformalarda yuqori sifatli vizual kontent (rasmlar, videolar) yaratish orqali mijozlarning e'tiborini jalb qilish;

Facebook va Instagram platformalarida maqsadli auditoriyani segmentlash orqali samarali reklama kompaniyalarini tashkil qilish;

Telegram botlari va LinkedIn tarmog'idagi professional aloqalarni rivojlantirish orqali biznes jarayonlarini avtomatlashtirish va mijozlar bilan muloqotni takomillashtirish;

mijozlar bilan yaqin aloqani mustahkamlash uchun so'rovnomalar, viktorinalar va aksiyalar tashkil qilish;

kichik biznes vakillari uchun ijtimoiy tarmoqlardan samarali foydalanish bo'yicha treninglar va ko'nikmalarni oshirish dasturlarini tashkil etish;

har bir platformadagi faoliyat natijalarini kuzatib borish va statistik tahlil qilish orqali strategiyalarni doimiy ravishda yangilab boorish;

Ushbu takliflarni amalga oshirish orqali, kichik biznesda ijtimoiy tarmoqlarning barcha imkoniyatlaridan foydalanib, biznes faoliyatini keskin rivojlantirishi mumkin bo'ladi.

Ijtimoiy tarmoqlar kichik biznesni rivojlantirishda zamonaviy va samarali vosita sifatida xizmat qiladi. Ushbu tadqiqot natijalariga ko'ra, Instagram, Facebook, TikTok, LinkedIn, YouTube va Telegram platformalari kichik biznes subyektlariga auditoriyani kengaytirish, brend mashxurligini oshirish va mijozlar bilan interfaol muloqot o'rnatishda katta imkoniyat yaratadi. Har bir platformaning o'ziga xos xususiyatlarini inobatga olib, ulardan maqsadli va to'g'ri foydalanish biznesning raqobatbardoshligini oshirishda muhim omil hisoblanadi. Vizual kontent yaratish, maqsadli reklama strategiyalarini ishlab chiqish, interfaol vositalardan foydalanish va innovatsion yondashuvlarni tatbiq etish, kichik biznesning muvaffaqiyatli yuritilishida sezilarli ijobiy hissa qo'shadi.

Foydalanilgan adabiyotlar.

1. Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59-68.
2. Jackson, T. (2021). Social media marketing for small businesses: Best practices. *Journal of Digital Marketing*, 12(3), 25-33.
3. Mangold, W. G., & Faulds, D. J. (2009). Social media: The new hybrid element of the promotion mix. *Business Horizons*, 52(4), 357-365.
4. Qodirjon o'g'li, T. B. (2024). SUV RESURSLARIDAN FOYDALANGANLIK UCHUN SOLIQ TA'SIRCHANLIGINI OSHIRISHNING AHAMIYATI. *ОБРАЗОВАНИЕ НАУКА И ИННОВАЦИОННЫЕ ИДЕИ В МИРЕ*, 37(1), 151-153.
5. Ogli, T. B. Q. (2021). XO'JALIK YURITUVCHI SUB'EKTLARNING TABIIY RESURLARDAN SAMARALI FOYDALANISHGA ERISHISHLARIDA SOLIQLARNING TA'SIRCHANLIGINI OSHIRISHNING AHAMIYATI. *Oriental renaissance: Innovative, educational, natural and social sciences*, 1(1), 246-250..
6. Turanboyev, B. (2024). O'ZBEKISTON FOND BOZORIDA AKSIYALAR SAVDOSINI RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI TAHLILI. *Integration of Economy and Education in the 21st century*, 2(2), 5-8.
7. Turanboyev, B. (2024). ILG'OR XORIJ TAJRIBASI ASOSIDA ELEKTRON TIJORAT FAOLIYATINI SOLIQQA TORTISHNI TAKOMILLASHTIRISH YO'LLARI. *Integration of Economy and Education in the 21st century*, 2(2), 1-4.
8. Boburjon Turanboyev Qodirjon o'g'li, & Mamasoliyev Javlonbek Ortiq o'g'li. (2023). MAMLAKAT YALPI ICHKI MAHSULOTIGA SOLIQ TURLARINING TA'SIRI. *QO'QON UNIVERSITETI XABARNOMASI*, 9(9), 53-60.
9. Abdullajonov, D., & Qosimova, G. (2022). O 'ZBEKISTONDA MASOFAVIY TA 'LIMINI TASHKIL ETISH VA RIVOJLANTIRISH. *Евразийский журнал академических исследований*, 2(13), 1402-1407.
10. Shokirjon o'g'li, A. D. (2023). DAVLATNING IQTISODIY OSISHIDA INKLYUZIV VA EKSTRAKTIV INSTITUTLARNING ORNI. *QO 'QON UNIVERSITETI XABARNOMASI*, 32-35.

11. Shokirjon o'g'li, A. D. (2023). KITOB VA KITOBXONLIK–INSON MA'NAVIYATINING KO'ZGUSI. QO 'QON UNIVERSITETI XABARNOMASI, 83-85.
12. Mashhura, A., & Davronjon, A. (2023). BUGUNGI KUNDA RAQAMLIY TEXNANOLOGIYALAR IMKONIYATLARI. QO 'QON UNIVERSITETI XABARNOMASI, 1190-1192.
13. Davronjon, A., & Gulmira, A. (2023). INVEST IN THE BUSINESS OF THE FUTURE: CLOUD COMPUTING. Academia Science Repository, 4(5), 94-101.
14. Эрматов, А. А., & Муратов, А. А. (2022). Вопросы Формирования Уставного Капитала Предприятия В Условиях Модернизации Экономики. Periodica Journal of Modern Philosophy, Social Sciences and Humanities, 11, 158-165.
15. Nazarali o'g'li, M. S. (2023). THE STUDY OF VALUE-ADDED TAX: KNOWLEDGE FROM THE EU VAT EXPERIENCE AND UZBEKISTAN'S VAT SYSTEM. QO 'QON UNIVERSITETI XABARNOMASI, 9, 131-135.
16. Otto, M., & Thornton, J. (2023). O'ZBEKISTON RESPUBLIKASIDA QO'SHILGAN QIYMAT SOLIG'I VA AYLANMADAN OLINADIGAN SOLIQ TO'LOVCHILARINI BIR-BIRIDAN FARQLI JIHATLARINI BAHOLASH. QO 'QON UNIVERSITETI XABARNOMASI, 9, 140-143.
- 17.
18. Po'latov, S., & Farmonov, I. (2023). The Role and Significance of Internal Audit as an Effective System of Internal Control in Business Entities.
19. Abdullajonov, D. (2021). RAQAMLI TEXNOLOGIYALAR ORQALI YANGI O'ZBEKISTONNING IQTISODIYOTINI RIVOJLANTIRISH, RAQAMLI IQTISODIYOTNING ISTIQBOLLARI. Экономика и социум, (12-1 (91)), 28-33.
20. Turanboyev Boburjon Qodirjon o'g'li. (2024). EKOLOGIK SOLIQQA TORTISHNING XALQARO TAJRIBASI VA O'ZBEKISTON RESPUBLIKASIDA SOLIQQA TORTISHNING EKOLOGIK YO'NALTIRILGANLIGINI KUCHAYTIRISH YO'LLARI. Kokand University Research Base, 931–934. Retrieved from <https://scholar.kokanduni.uz/index.php/rb/article/view/260>
21. Yuldasheva Nilufarxon A'zamjon qizi, Umarov Azizjon Azamjon o'g'li, & Abdullayev Axrorjon Axadjon o'g'li. (2023). SUN'IY INTELLEKT VA RAQAMLI IQTISODIYOT RIVOJLANISHI. QO'QON UNIVERSITETI XABARNOMASI, 1(1), 73–75. <https://doi.org/10.54613/ku.v6i6.254>
22. O'G'Li, U. O. M. (2024). SMART TEXNOLOGIYALARNING TURIZM RIVOJLANISHIGA TA'SIRI. Raqamli iqtisodiyot (Цифровая экономика), (6), 132-141.
23. Umarov, O., & To'xtanazarova, M. (2024). MADANIY TURIZMNI RIVOJLANTIRISHDA XORIJIY DAVLATLAR TAJRIBASI. QO 'QON UNIVERSITETI XABARNOMASI, 11, 37-40.
24. Omonjon, U. (2024). ILMIY TURIZM VA UNING YEVIROPA DAVLATLARIDA RIVOJLANISHI. Kokand University Research Base, 940-943.
25. Omonjon, U., & Malohatxon, I. (2024). O'ZBEKISTONDA EKOLOGIK TURIZMNI RIVOJLANTIRISH. Kokand University Research Base, 962-964.
26. Turg'unov, J. A. (2023). MAMLAKATIMIZDA YASHIL IQTISODIYOTNI JORIY ETISH HOLATI VA ASOSIY YO'NALISHLARI. QO 'QON UNIVERSITETI XABARNOMASI, 9, 85-87.

27. Turg'unov, J. A. (2024). SANOAT KORXONALARINING ATROF-MUHITGA TA'SIRINI BAHOLASHDA EIA TIZIMINI JORIY ETISHNING XORIJ TAJRIBASI. QO 'QON UNIVERSITETI XABARNOMASI, 11, 33-36.
28. Turg'unov, J. (2024). Modern trends in assessing the impact of industrial development on the environment. YASHIL IQTISODIYOT VA TARAQQIYOT, 2(7). Retrieved from <https://yashil-iqtisodiyot-taraqqiyot.uz/journal/index.php/GED/article/view/2487>
29. Turgunov Jasurbek. (2024). SANOAT KORXONALARINING ATROF MUHITGA TA'SIRINI KAMAYTIRISH YO'LLARI. Yosh Tadqiqotchi Jurnal, 3(5), 15–24. Retrieved from <https://2ndsun.uz/index.php/yt/article/view/678>
30. Siddikova Farangizkhon, & Turgunov Jasurbek. (2024). THE INFLUENCE OF IOT ON THE BUSINESS SECTOR'S ECONOMIC LANDSCAPE. Yosh Tadqiqotchi Jurnal, 3(5), 36–41. Retrieved from <https://2ndsun.uz/index.php/yt/article/view/685>
31. Turgunov Jasurbek, (2024) Innovative methods for assessing the environmental impact of industrial enterprises' development based on the sustainable development goals, Biznes-Ekspert, "Biznes-Daily Media", 49-52
32. Turg'unov, Jasurbek. (2024). BARQAROR RIVOJLANISHNI TA'MINLASH VA ATROF MUHITGA TA'SIRNI KAMAYTIRISHDA XALQARO KELISHUVLARNING AHAMIYATI. Iqtisodiy taraqqiyot va tahlil. 2. 257-261. 10.60078/2992-877X-2024-vol2-iss10-pp257-261.
33. Turg'unov, J. A. (2023). Sanoat korxonalarini rivojlantirishda aylanma iqtisodiyot amaliyotini joriy etish masalalari. "Nordic" ilmiy-amaliy elektron jurnali 2025 | Journal article, DOI: 10.69949/nordic-0000009

O'ZBEKISTONDA TADBIRKORLARNI BARQAROR RIVOJLANISHIDA INNOVATSIYALAR VA INVESTITSİYALAR ROLI

Abdullajonov Sh.D.

Qo'qon universitetining Xalqaro turizm va iqtisodiyot kafedrası o'qituvchisi
abdavron94@gmail.com

Mamatxonova M.

Qo'qon Universiteti Turizm va iqtisodiyot fakulteti Iqtisodiyot yo'nalishi 1-kurs talabasi
(+99891 738 84 04)

Annotatsiya

Mazkur maqolada tadbirkorlik faoliyatining barqaror rivojlanishida innovatsiyalar va investitsiyalarning strategik o'ri ko'rib chiqiladi. Qolaversa, innovatsiyalar, yangi texnologiyalar va ekologik barqarorlikni ta'minlashda, investitsiyalar esa ushbu jarayonlarni amalga oshirishda asosiy vosita sifatida namoyon bo'ladi. Tadqiqot O'zbekiston va boshqa davlatlarning tajribalarini tahlil qilgan holda, zamonaviy yondashuvlar va barqaror iqtisodiy o'sishga qaratilgan tavsiyalarni taklif etadi. Bundan tashqari, tadbirkorlikning barqaror rivojlanishida innovatsiyalar va investitsiyalarning tutgan o'ri, ularning o'zaro ta'siri va samaradorligini O'zbekiston misolida ko'rib chiqadi. Shuningdek, xalqaro tajribalar asosida zamonaviy tadbirkorlik uchun muhim strategiyalar va yo'nalishlar tahlil qilinadi. Bu nafaqat tadbirkorlik subyektlari, balki iqtisodiy siyosat yurituvchi tashkilotlar uchun ham dolzarb ahamiyatga ega.