

ESG PRINCIPLES - A DRIVER OF SUSTAINABLE REGIONAL DEVELOPMENT AND BUSINESS TRANSFORMATION

INTERNATIONAL SCIENTIFIC AND PRACTICAL CONFERENCE

COLLECTION OF SCIENTIFIC ARTICLES



<https://timeedu.uz/>



24.10.2025 y.



“ESG tamoyillari – hududlarni barqaror rivojlantirish va biznesni transformatsiyalash drayveri” mavzusida Xalqaro ilmiy-amaliy anjumani ilmiy maqolalar va tezislar to‘plami. -T.: TMII, 2025. – 724 bet.

Ushbu to‘plamda mamlakatimizda iqtisodiyotni barqaror rivojlantirish, ishlab chiqarishni diversifikatsiya qilish, iqlim o‘zgarishi oqibatlariga moslashish va ularni yumshatish, tabiiy resurslardan foydalanish samaradorligini oshirish, ESG tamoyillari asosida hududlar va sanoat korxonalarining barqaror rivojlanishini ta’minlash, hududlarda “yashil” iqtisodiyotni qo‘llab-quvvatlashning samarali iqtisodiy mexanizmlarini joriy qilish, yirik va o‘rta biznes korxonalari faoliyatini transformatsiyalash va raqobatbardoshligini oshirish, sanoat korxonalarida chiqindilarni boshqarish va sirkulyar iqtisodiyotni rivojlantirish, “yashil” texnologiyalar, sun’iy intellekt asosida atrof-muhitni muhofaza qilish, raqamli iqtisodiyot sharoitida mavjud sanoat ishlab chiqarishni raqamli transformatsiya qilish jarayonlarini jadallashtirish orqali ishlab chiqarish sanoatini “drayver” sohaga aylantirish istiqbollari hamda barqaror iqtisodiy o‘sishni ta’minlashning turli yo‘nalishlariga bag‘ishlangan ilmiy tadqiqot materiallari keltirilgan.

To‘plamda keltirilgan materiallarning mazmuni, undagi statistik ma’lumotlar va keltirilgan huquqiy-me’yoriy hujjatlarning haqqoniyligi, tanqidiy fikr-mulohazalar va takliflarga mualliflarning o‘zlari mas’uldirlar.

Сборник научных статей и тезисов Международной научно-практической конференции на тему «Принципы ESG – драйвер устойчивого развития регионов и трансформации бизнеса». – Т.: ТМII, 2025. – 724 с.

В сборнике представлены материалы научных исследований, посвященные устойчивому экономическому развитию нашей страны, диверсификации производства, адаптации к изменению климата и смягчению его последствий, повышению эффективности природопользования, обеспечению устойчивого развития регионов и промышленных предприятий на основе принципов ESG, внедрению эффективных экономических механизмов поддержки «зеленой» экономики в регионах, трансформации деятельности крупного и среднего бизнеса и повышению его конкурентоспособности, управлению отходами и развитию циклической экономики на промышленных предприятиях, охране окружающей среды на основе «зеленых» технологий, искусственному интеллекту, перспективам превращения обрабатывающей промышленности в «драйверную» отрасль за счет ускорения процессов цифровой трансформации действующего промышленного производства в условиях цифровой экономики, а также различным направлениям обеспечения устойчивого экономического роста.

Авторы сами несут ответственность за содержание представленных в сборнике материалов, достоверность содержащихся в нем статистических данных и представленных нормативно-правовых документов, а также за критические высказывания и предложения.

Tahrir hay’ati: i.f.n., dotsent Sh.K. Narbayev

i.f.n., professor I.S. Xotamov

i.f.d., professor Sh.I. Alibekov

i.f.d., professor V.P. Kuznetsov

i.f.f.d., dotsent N. Nosirova

i.f.f.d., dotsent D. Mamasoatov

assis. G. Axmedova

assis. A. Qudratxojayev

Taqrizchilar: i.f.d., professor N.M. Maxmudov

i.f.d., professor A.A. Yadgarov

Это требует кардинального изменения в деятельности строительных компаний и региональных органов управления, непереносимого учета ими при развитии регионов важнейших принципов ESG. В их деятельности должны лежать долговременные интересы населения и народного хозяйства регионов, научно обоснованные планы.

Литература

1. Федеральная служба государственной статистики. Данные за 2019–2024 гг. URL: <https://rosstat.gov.ru/folder/12781> (дата обращения: 05.09.2025).
2. Набоков В.И., Юлдашев Н.К., Некасов К.В. Инновационная деятельность как способ решения важнейшей проблемы села. Сборник материалов Международной научно-практической агрофорума «Обеспечение продовольственной безопасности: стратегия и решения» 26-27 июля 2023. Екатеринбург: УрФАНИЦ, 2023. С.68-73.
3. Волков В.И., Некрасов К.В., Бутко Г.П., Набоков В.И. Важнейший фактор демографической ситуации современной России. Молодежный научный форум «Уфимский гуманитарный научный форум». Сборник статей Международной научно – практической конференции. Уфа, 2024.

ЎЗБЕКИСТОНДА КИРУВЧИ ТУРИЗМНИ БАРҚАРОР РИВОЖЛАНТИРИШДА АУТСОРСИНГ ХИЗМАТЛАРИДАН ФЙДАЛАНИШ ЗАРУРАТИ

Рискулов Равшанжон Бектўраевич

Тошкент давлат шарқшунослик университети
“Иқтисодиёт ва менежмент” кафедраси катта ўқитувчиси
Orcid: 0000-0001-6143-2403

E-mail: ravshanjon_riskulov@tsuos.uz

Аннотация. Мақолада Ўзбекистонда кирувчи туризмни миллий статистик маълумотларга асосланган ҳолда истиқболда ривожланишини башорат қилишнинг ўзига хос хусусиятлари ёритилган. Хусусан тур компаниялар туристларни жалб этишда статистик маълумотларнинг етарли эмаслиги у асосда аҳамиятсиз тур пакетлар тузиш ҳамда кирувчи туризмнинг катта улуши ҳеч бир тур пакетдан фойдаланмаслиги, мамлакатга кирувчи ташриф буюрувчилар умумий яратилган шароитлардан бевосита мустақил фойдаланиши эвазига туристик оқим сони ошиши каби масалалар ёритилган.

Калит сўзлар. Ташриф буюрувчилар, кирувчи туризм, аутсорсинг, барқарор ривожланиш, ташриф мақсадлари.

Кириш

Маълумот таҳлил масаланинг илмий йўналиши ва муаммоларини марказий тенденцияларини кўрсатиб беради. Шу нуқтаи назардан Ўзбекистонда кирувчи туризмнинг статистик маълумотларни турли усулларда таҳлил қилиш асосида аутсорсинг заруратини ёритишга йўналтирилди. Бирок жаҳонда кирувчи туризмни прогнозлаштириш каби кенг кўламли илмий ишлар кўп. Хусусан, А.С. Vergori [1] ва бошқалар Италияда кирувчи туризм

жойлаштириш статистикаси ва кузатилмайдиган ҳисоблари борасида таҳлилий мақоласи, Zhiyu Shi [2] ни кирувчи туризмга таъсир этувчи омилларни ўрганиши, F.Ch. Yuan [3] нинг кирувчи туристлар сонини прогноз қилишда сунъий интеллект ва бошқа маълумотлардан фойдаланилган.

Методология

Мазкур ишда Ўзбекистонда ташриф буюрувчиларнинг асосан кирувчи туризмини турли усулларда таҳлил қилиб, асосий муаммоларини аниқлаш тадқиқот материали сифатида танлаб олинди. Маълумки, кирувчи туризм миллий иқтисодиётнинг муҳим мултипликатори саналади. Шу нуқтаи назардан айнан кирувчи туризм ҳозирги шароитда комплекс масалаларни ҳал этишга эҳтиёж сезмоқда. Жаҳон туризми мазкур масалаларни бартараф этишда аутсорсинг хизматларидан кенг қўламда фойдаланиб келмоқда. Аутсорсинг туризмни концентрациялашувига катта тўртки бериб, турли йўналишларда катта имконият туғдиради. Тадқиқотда материалларни частотали тақсимот орқали ковариация ва корреляция баҳолашда прогнозлаштириш масалалари кўриб чиқилган.

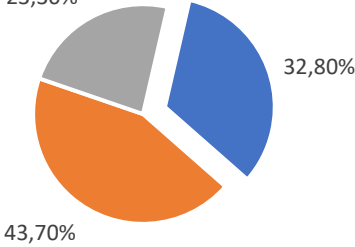
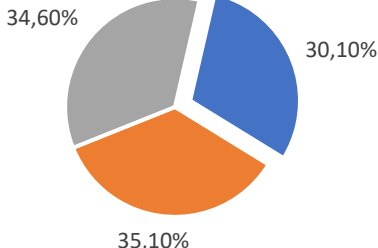
Натижалар

Туризм соҳасида ташриф буюрувчилар тушунчаси сайёҳларнинг мезбон давлатга турли мақсадларда амалга оширган ҳаракатлари тушунилади бироқ, ташриф буюрувчилар шахсга нисбатан ишлатиладиган комплекс атама ҳисобланади. Бунда бирон турист қайси давлатга тегишлилигидан қатъий назар муайян мақсадларда амалга оширилган саёҳатлари ташриф буюриш деб қабул қилинади. Демак ташриф буюрувчилар тушунчаси қўлланилганда кирувчи, чиқувчи ва ички туризм йўналишлари назарда тутилади. Шу нуқтаи назарда олиб қараганда Ўзбекистонга 2020 йилдан 2023 йилларда ташриф буюрган туристлар сонига эътибор қаратадиган бўлсак, қисқагина тўрт йил давомида 68 фоизга ошганлигини кўриш мумкин [4]. Ушбу кўрсаткичнинг 43.7 фоизини мамлакат резидентларининг бошқа давлатларга амалга оширган чиқувчи туризми эгаллайди. 2021 йилда чиқувчи ва ички туризм салмоғи қарийиб умумийга нисбатан барқарор кўрсаткични акс эттирган. Мазкур даврда чиқувчи туризм 35.1 фоиз, ички туризм улуши эса 34.6 фоизга тенг бўлган. Кўрсаткичларга эътибор қаратадиган бўлсак, ички туризм даражаси чиқувчи туризмга етиб бормоқда. Бу мамлакат аҳолисининг даромадлари ошиши ҳамда сайёҳлик соҳасига қизиқиши ортиши билан изоҳлаш мумкин. 2022 йилга келиб эса, ташриф буюрувчиларнинг 2021 йилдаги 6238 минг нафарга қараганда икки баравар 12871 минг нафарга кескин ошишига чиқувчи ва кирувчи туристлар сонини ортиши сабаб бўлган. Унда чиқувчи туризм 2022 йил 2021 йилга нисбатан 2.3 баробар ошган бўлса, кирувчи туризм миқдори 2.7 баробарга ўсган. 2023 йилга келиб Ўзбекистонда ташриф буюрувчилар

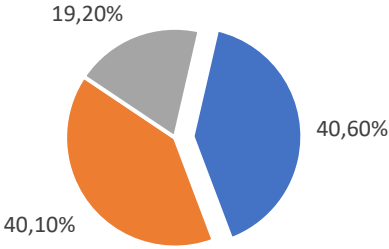
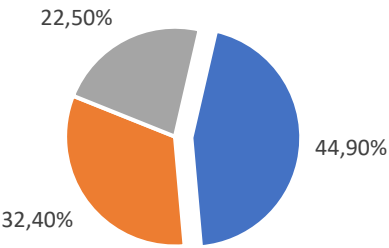
сони 2022 йилга нисбатан 1.14 баробарга ўсиб, 14731 мингга тенг бўлди. 2023 йил мамлакат туризм соҳасида кескин бурилиш юз бериб, кирувчи туристлар жами ташриф буюрувчиларнинг 44.9 фоизини 6626 минг нафарни ташкил этганлиги 2021 йилда мамлакатга ташриф буюрувчиларнинг жами сонидан ортиқни ташкил этганлиги билан изоҳланади. Хусусан, 2021 йилда мамлакатда ташриф буюрувчилар 6238 минг, 2023 йилда эса биргина кирувчи туристлар сони эса, 6626 нафар, қарийиб бир баробар кўпни ташкил этган.

1-жадвал.

Ўзбекистонда ташриф буюрувчилар сони, бирлик⁴¹.

Ташриф буюрувчилар, 2020	Частота тақсимоми	Нисбий частота тақсимоми	Фоизли частота тақсимоми
			
Кирувчи	1504126	0.328	32.8
Чиқувчи	2001521	0.437	43.7
Ички	1069165	0.233	23.3
Жами	4574812	1	100
Ташриф буюрувчилар, 2021	Частота тақсимоми	Нисбий частота тақсимоми	Фоизли частота тақсимоми
			
Кирувчи	1881345	0.301	30.1
Чиқувчи	2194847	0.351	35.1
Ички	2162660	0.346	34.6
Жами	6238852	1	100
Ташриф буюрувчилар, 2022	Частота тақсимоми	Нисбий частота тақсимоми	Фоизли частота тақсимоми

⁴¹ Ўзбекистон миллий статистика қўмитаси. Ўзбекистонда туризм 2020-2023. 162 б. 29 б. асосида ҳисоблаб чиқилди.

			
Кирувчи	5232781	0.406	40.6
Чиқувчи	5163177	0.401	40.1
Ички	2474981	0.192	19.2
Жами	12870939	1	100
Ташриф буюрувчилар, 2023	Частота тақсимоти	Нисбий частота тақсимоти	Фоизли частота тақсимоти
			
Кирувчи	6626302	0.449	44.9
Чиқувчи	4787437	0.324	32.4
Ички	3317649	0.225	22.5
Жами	14731388	1	100

Юқоридаги диаграммаларга эътибор қаратадиган бўлсак, ташриф буюрувчилар орасида кирувчи туризм салмоғи динамик тез суръатларда ўсиб келаётганлигини кўришимиз мумкин. Хусусан, 2020 йилда унинг улуши 32.8 фоизни ташкил этган бўлса, 2021 йилда 30.1, 2022 – 2023 йилларда 40.6 ва 44.9 фоизларга ортганлигини кўришимиз мумкин, мос равишда.

Муҳокама

Кирувчи туризмнинг ташриф буюрувчилар орасидаги катта ҳажмга эга бўлиши аввало туристик даромад мультипликатори ҳамда миллий иқтисодиётга валюта оқимларининг сезиларли таъсирини ҳисобга олган ҳолда соҳани ликвидлигини оширишга йўналтирилган меъёрий – ҳуқуқий асослар яратилиши билан изоҳланади. Кирувчи туризмнинг кумулятив тақсимотига келадиган бўлсак.

2 – жадвал.

Ўзбекистонда кирувчи туризмнинг кумулятив тақсимоти.

Йиллар	Йиғиндиси, бирлик	Нисбий ўзгариш	Фоизда
2020	1504126	0.098	9.86

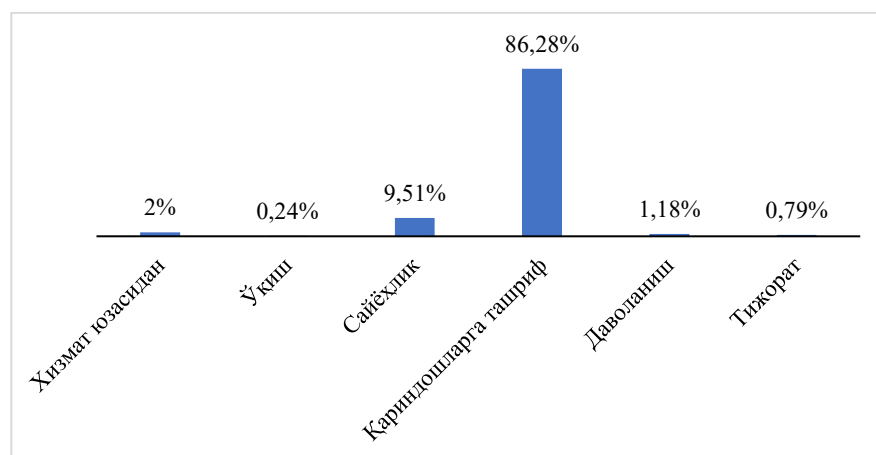
2021	3385471	0.222	22.20
2022	8618252	0.565	56.53
2023	15244554	1	100

Ўзбекистонга кировчи туризм айнан 2022 йилда тўпланган деган хулосага келиш мумкин. Уларнинг аксари йўқлов мақсадларидан иборат бўлган.

3 – жадвал.

Ўзбекистонда кировчи туризмни мақсадлари бўйича тақсимооти.

Мақсадлар	2020-2023 йиллар жами	Нисбий ўзгариш	Фоизда
Хизмат юзасидан	305407	0.020	2.00
Ўқиш	36701	0.002	0.24
Сайёҳлик	1449818	0.095	9.51
Қариндошларга ташриф	13153175	0.862	86.28
Даволаниш	178698	0.011	1.175
Тижорат	120755	0.007	0.792
Жами	15244554	1	100



1 – расм. Ўзбекистонда кировчи туризмни мақсадлари бўйича тақсимооти

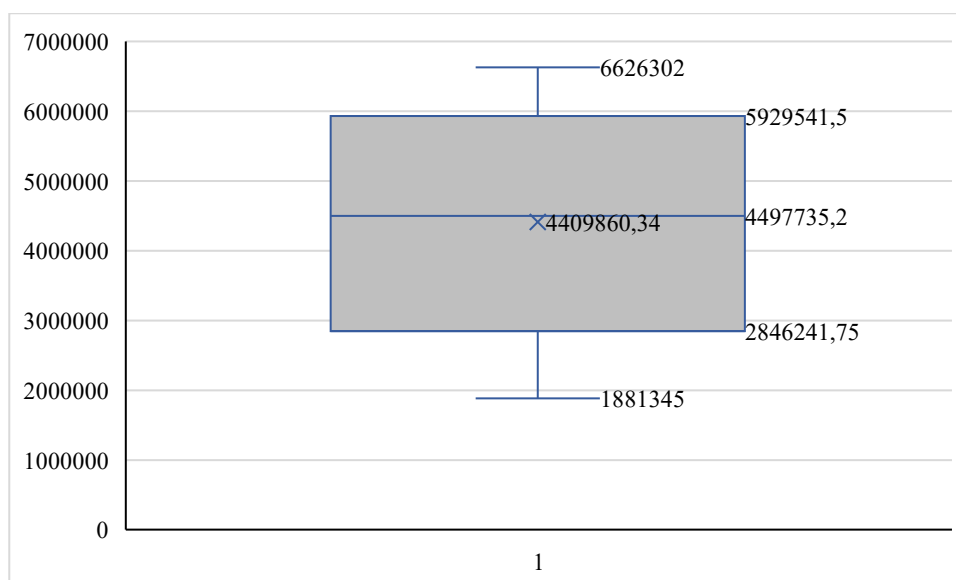
Ўзбекистонга 2020 – 2023 йиллар давомида дунёнинг 60 дан зиёд давлатларидан кировчи туризм ташрифлари амалга оширилди. Хусусан, йирик кировчи давлатлар қаторида Қизғизистон, Қозоғистон, Россия, Тожикистон муҳим ўринга эга. Қайд этиш керакки, кировчи туристлар сонининг давлатлар кесимида синфларга тақсимласак 9 синфдан қарийиб 4 та синф частотасига кировчи давлатлар гуруҳлари юзага келди. Бундан, давлатлардан кировчи ташриф буюрувчилар сони жуда камлиги келиб чиқмоқда. Айнан қўшни давлатлардан кировчи туристлар катта улушга қолган давлатлардан келувчи туристлар кам сонли улушга тенг бўлмоқда. Туристлар сонининг катта тафовутда тебранини камайитириш туризм саноатида кескин бурилишлар амалга оширишни талаб этмоқда.

Ўзбекистонга кирувчи туристларнинг давлатлар бўйича тақсимооти, 2020 – 2023 й.й.

Кирувчи туризм синфлари	Давлатлар сони	Нисбий кўрсаткич	Фоизда
2000 – 499.000	56	0.933	93.3
500.000 – 997.000			
998.000 – 1.495.000			
1.496.000 – 1.993.000	1	0.016	1.6
1.994.000 – 2.491.000			
2.492.000 – 2.998.000			
2.990.000 – 3.487.000			
3.448.000 – 3.999.000	1	0.016	1.6
3.986.000 – 4.483.000	2	0.033	3.3
Жами	60	1	100

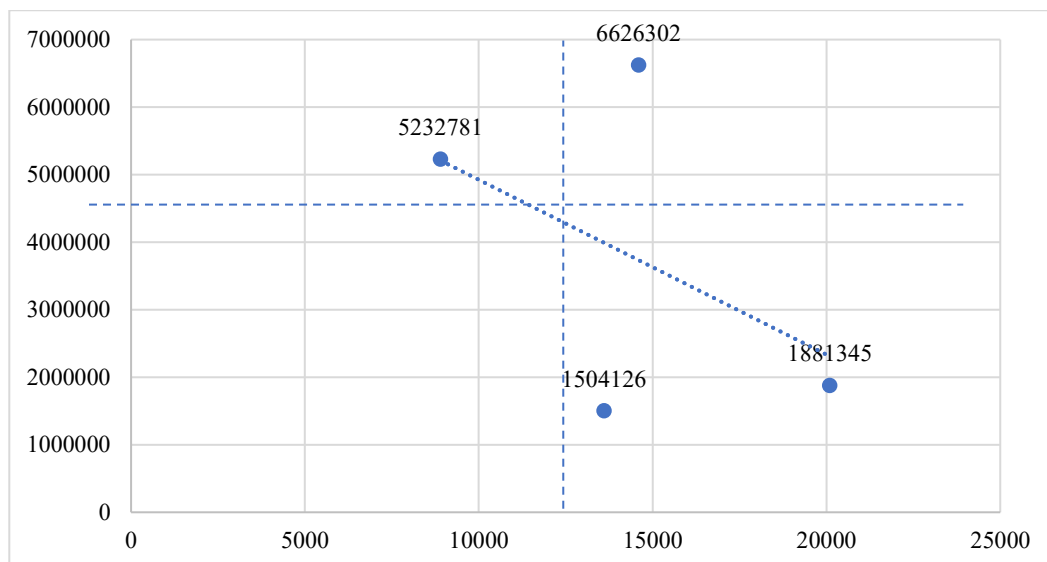
Жадвалга мувофиқ, кам сонли кирувчи туристлар жами давлатлар улушида 93.3 фоизни ташкил этмоқда. Тўртта давлат, Қирғизистон (4.274.122), Тожикистон (4.228.695), Қозоғистон (3.873.924) ва Россия (1.554.092) кўп сонли туристик оқимларга эга бўлиб, жами давлатлардаги ҳиссаси 6.7% га тенг бўламоқда. Географик нуқтаи назардан олиб қараганда ён қўшни давлатлар ҳисобланиб, 3 – жадвалга кўра уларнинг 86.2 фоизи қариндошларни йўқлаш мақсадида ташрифлардан иборат бўлмоқда. Табиийки, туристик оқимларнинг ортиши туристик мултипликаторнинг ортишига олиб келади, бироқ Ўзбекистонда сайёҳлик тенденциялари кам фойдали мултипликаторни изоҳламақда. Туризм саноатининг комплекс тараққиёти ҳам кўп жиҳатдан шунга боғлиқ. Қўшимча равишда қайд этиш керакки, Марказий Осиё мамлакатлари ўзаро географик кенгликларга эришиши керак. Сабаби юқоридаги таҳлиллар туристик оқимларнинг ортиши яқин минтақалар ҳисобига юз беришини белгиламақда.

Келгусида Ўзбекистонда кирувчи туризмни прогноз баҳоларда таҳлил қилганимизда вариация коэффиценти CV 0.571 га тенглиги маълумотларнинг марказдан нобарқарор тарқалганлигини башоратлашда ноаниқликлар келтириб чиқаради. Сабаби маълумотлар марказий тенденцияларга нисбатан анча тарқоқлик аҳамиятига эга.



2 – расм. Ўзбекистонда кирувчи туризм маълумотларининг беш қийматли ифодаси.

3 – жадвалга мувофиқ кирувчи туризм йўқлов ҳисобига таъминланишини аввал Ўзбекистонда истиқомат қилган кейинчалик турли мақсадларда кўчиб кетганлар ҳисобига деган гипотезани қўйиш мумкин. Ўзбекистонда кирувчи туризм ривожланишини мамлакатдан кўчиб кетганларга нисбатан корреляцион $r_{xy} = \frac{s_x}{s_x s_y}$ таҳлил қилинганда $r = .472$ туризм оқимлари кўчиб кетганларга тескари боғланганлиги ҳосил бўлди. Буни қуйидаги диаграммадан ҳам кўриш мумкин. Мазкур диаграммада нуқталар жойлашуви асосан I, II, ва IV квадрантларда жойлашмоқда. Демак кирувчи туризм оқимлари қариндошларни йўқлов ҳисобига ошмаган бўлса, статистик маълумотларда асосий оқим мақсади йўқловга тенглигини инобатга оладиган бўлсак миллий статистиканинг кирувчи туризмдаги асосий манбаси йўқлов бўладиган бўлса қўйилган гипотеза ўз ифодасини топмади. Бундан келиб чиқиб, Ўзбекистонда кирувчи туризмнинг 86 фоизидан ортиғи йўқлов ҳисобланмас экан деган хулосага келиш мумкин.



3 – расм. Ўзбекистонда кировчи туризм ортишини кўчиб кетганларга нисбатан корреляцион таҳлили.

Юқоридаги таҳлиларга асосан қайд этиш мумкинки, Ўзбекистонда кировчи туризм туроператорлар учун манфаатли ҳисобланмайди. Сабаби йўқлов туризми оилавий муҳим маросимлар, тўйлар ва шу каби маъракалар билан боғлиқ бўлиб, соҳа категорияларига ортиқча эҳтиёж туғдирмайди. Кировчи туризм мултипликатор аҳамияти миллий иқтисодиётда сезилмас аҳамият касб этади. Сабаби умумий жойлаштириш воситаларидан фойдаланмайди, хусусий уй – жойлардан текин фойдаланади,

4 – жадвалда кировчи туризмнинг давлатлар бўйича тақсимоотида 93.3 фоиз давлатлардан 2000 – 500.000 интервалда сайёҳлар кириб келиши Ўзбекистон туризм саноатини барқарор ривожлантиришнинг муҳим манбаларига айланишига эътибор қаратиш зарур. Бу борада туризм аутсорсинг компаниялар хизматларидан кенг кўламда фойдаланиш катта ҳажмли манфаатларга тўртки беради. Хусусан тур компанияларнинг хизматларни онлайн савдоларни оширишда, нархлар жиҳатидан реал табақалашган тур пакетлар тузишда, жозибадор дестинацияларни реклама акцияларини кенг тарқатишда ҳамда туристик маркетинг стратегияларини ишлаб чиқишда аҳамиятлидир.

Хулоса ва таклифлар

Ўзбекистон туризм саноати категориялари доимий равишда фаолиятида оптималлаик ва трансформациялашувда аутсорсинг хизматлардан фойдланиш тамойилларига амал қилишлари талаб этилади. Туристтик компанияларнинг асосий фаолиятдан узоқлашмаган ҳолда аутсорсинг хизматлардан фойдаланиши соҳанинг даромадлилигини оширишига олиб келади.

Тур компанияларнинг аутсорсинг хизматлардан туристик маркетинг стратегияларини ишлаб чиқишда фойдаланиш. Мазкур хизматлар туристлар

хоҳиш – истаклари, эҳтиёжларини доимий ўрганиши асосида тур компанияларга зарурий тенденцияларни тақдим этади.

Туристик оқимларни оптималлаштиришда аутсорсинг хизматларни ташкил этиш. Бу туристларнинг ҳудудлар бўйлаб самарали тақсимланишини, логистика, хизмат кўрсатиш ва инфратузилма юқламасини мувофиқлаштиришда катта аҳамият касб этади.

Адабиётлар

1. Vergori, A.S., Colacchio, G. & Suppa, D. Accommodation Statistics and Unobserved Inbound Tourism: The Italian Case Study. *Ital Econ J* (2025). <https://doi.org/10.1007/s40797-025-00328-3>.
2. Zhiyu Shi. Analysis of the Influencing Factors on Inbound Tourism. *Highlights in Science, Engineering and Technology TPCEE 2023 Volume 72* (2023).
3. Fong-Ching Yuan. Intelligent forecasting of inbound tourist arrivals by social networking analysis. [Volume 558](#), 15 November 2020, 124944.
4. Ўзбекистон миллий статистика қўмитаси. Ўзбекистонда туризм 2020-2023. 162 б. 29 б.
5. Song Hongjuan. Trends and Pattern Changes in the Integration of China's Tourism Industry-Based on Unstructured Data. *Management Review*, 2023, 35: 97-107.
6. Lu Lin, Yu Fenglong. Analysis of spatial characteristics of differences in China's tourism economy. *Economic Geography*, 2005, 25(3): 5.
7. Wang Degang. Conforming to the trend of global tourism to promote the transformation and upgrading of scenic spots. *China Tourism News*, 2018.

KORXONADA BREND EKOTIZIMINI SHAKLLANTIRISHNING ILMIY-USLUBIY JIHATLARI

Sa'dulloyev Habibullo Ibodullo o'g'li

“Proactive Marketing Agentligi” ta'sischisi

E-mail: Proactive.agency.uz@gmail.com

Orcid: [0009-0005-9591-4896](https://orcid.org/0009-0005-9591-4896)

Annotatsiya: Ushbu maqolada brend-ekotizimining nazariy va amaliy asoslari, uning marketing strategiyalaridagi o'rni hamda iste'molchilar va manfaatdor tomonlar o'rtasida o'zaro aloqalarni shakllantirishdagi ahamiyati yoritiladi. Brend ekotizimi - bu brendning barcha komponentlari o'rtasidagi o'zaro bog'liqlik va uyg'unlikni ta'minlovchi tizimli yondashuv bo'lib, u korxona faoliyatining barcha sohalariga integratsiyalashadi. Maqolada brend ekotizimini shakllantirishning asosiy bosqichlari, metodlari va baholash ko'rsatkichlari tahlil qilinadi, shuningdek, muvaffaqiyatli brend ekotizimlarining amaliy misollari keltirilgan. Tadqiqotda xorijiy va mahalliy olimlarning ilmiy ishlari tahlil qilinib, brend-ekotizimining asosiy elementlari, innovatsion yondashuvlar va barqaror rivojlanishga qo'shgan hissasi ko'rib chiqildi.

Kalit so'zlar: brend ekotizimi, brend strategiyasi, mijoz sodiqligi, brend arxitekturasini, brend identifikatsiyasi, marketing strategiyasi.