

MUHANDISLIK

& IQTISODIYOT

ijtimoiy-iqtisodiy, innovatsion texnik,
fan va ta'limga oid ilmiy-amaliy jurnal

№11

2025
noyabr



Milliy nashrlar

OAK: <https://oak.uz/pages/4802>

05.00.00 – Texnika fanlari
08.00.00 – Iqtisodiyot fanlar



Google Scholar

OPEN ACCESS

ULRICHSWEB™
GLOBAL SERIALS DIRECTORY

Academic
Resource
Index
ResearchBib

ISSN
INTERNATIONAL
STANDARD
SERIAL
NUMBER
INTERNATIONAL CENTRE

CYBERLENINKA

OpenAIRE

ROAD

INDEX COPERNICUS
INTERNATIONAL

BASE

Crossref

НАУЧНАЯ ЭЛЕКТРОННАЯ
БИБЛИОТЕКА
LIBRARY.RU



ISSN: 3060-463X

РЭУ.РФ
РОССИЙСКИЙ ЭКОНОМИЧЕСКИЙ УНИВЕРСИТЕТ
ИМЕНИ Г.В. ПЛЕХАНОВА
ТАШКЕНТСКИЙ ФИЛИАЛ



muhandislik & iqtisodiyot

ijtimoiy-iqtisodiy, innovatsion texnik,
fan va ta'limga oid ilmiy-amaliy jurnal

Elektron nashr, 642 sahifa.
2025-yil, noyabr

Bosh muharrir:

Zokirova Nodira Kalandarovna, iqtisodiyot fanlari doktori, DSc, professor

Bosh muharrir o'rinbosari:

Shakarov Zafar G'afarovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori, PhD, dotsent

Tahrir hay'ati:

Abduraxmanov Kalandar Xodjayevich, O'z FA akademigi, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Sharipov Kongratbay Avezimbetovich, texnika fanlari doktori, professor

Maxkamov Baxtiyor Shuxratovich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Abduraxmanova Gulnora Kalandarovna, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Shaumarov Said Sanatovich, texnika fanlari doktori, professor

Turayev Bahodir Xatamovich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Nasimov Dilmurod Abdulloyevich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Allayeva Gulchexra Jalgasovna, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Arabov Nurali Uralovich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Maxmudov Odiljon Xolmirzayevich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Xamrayeva Sayyora Nasimovna, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Bobonazarova Jamila Xolmurodovna, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Irmatova Aziza Baxromovna, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Bo'taboyev Mahammadjon To'ychiyevich, iqtisodiyot fanlari doktori, professor

Shamshiyeva Nargizaxon Nosirxuja kizi, iqtisodiyot fanlari doktori, professor,

Xolmuxamedov Muhsinjon Murodullayevich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent

Xodjayeva Nodiraxon Abdurashidovna, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent

Amanov Otabek Amankulovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent

Toxirov Jaloliddin Ochil o'g'li, texnika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Qurbonov Samandar Pulatovich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Zikriyoyev Aziz Sadulloyevich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Tabayev Azamat Zaripbayevich, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Sxay Lana Aleksandrovna, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD), dotsent

Ismoilova Gulnora Fayzullayevna, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent

Djumaniyazov Umrbek Ilxamovich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent

Kasimova Nargiza Sabitdjanovna, iqtisodiyot fanlari nomzodi, dotsent

Kalanova Moxigul Baxritdinovna, dotsent

Ashurzoda Luiza Muxtarovna, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Sharipov Sardor Begmaxmat o'g'li, iqtisodiyot fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Sharipov Botirali Roxataliyevich, iqtisodiyot fanlari nomzodi, professor

Tursunov Ulug'bek Sativoldiyevich, iqtisodiyot fanlari doktori (DSc), dotsent

Bauyetdinov Majit Janizaqovich, Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti dotsenti, PhD

Botirov Bozorbek Musurmon o'g'li, Texnika fanlari bo'yicha falsafa doktori (PhD)

Sultonov Shavkatjon Abdullayevich, Kimyo fanlari doktori, (DSc)

Jo'raeva Malohat Muhammadovna, filologiya fanlari doktori (DSc), professor.

muhandislik & iqtisodiyot

ijtimoiy-iqtisodiy, innovatsion texnik,
fan va ta'limga oid ilmiy-amaliy jurnal

- 05.01.00 – Axborot texnologiyalari, boshqaruv va kompyuter grafikasi
- 05.01.01 – Muhandislik geometriyasi va kompyuter grafikasi. Audio va video texnologiyalari
- 05.01.02 – Tizimli tahlil, boshqaruv va axborotni qayta ishlash
- 05.01.03 – Informatikaning nazariy asoslari
- 05.01.04 – Hisoblash mashinalari, majmualari va kompyuter tarmoqlarining matematik va dasturiy ta'minoti
- 05.01.05 – Axborotlarni himoyalash usullari va tizimlari. Axborot xavfsizligi
- 05.01.06 – Hisoblash texnikasi va boshqaruv tizimlarining elementlari va qurilmalari
- 05.01.07 – Matematik modellash
- 05.01.11 – Raqamli texnologiyalar va sun'iy intellekt
- 05.02.00 – Mashinasozlik va mashinashunoslik
- 05.02.08 – Yer usti majmualari va uchish apparatlari
- 05.03.02 – Metrologiya va metrologiya ta'minoti
- 05.04.01 – Telekommunikatsiya va kompyuter tizimlari, telekommunikatsiya tarmoqlari va qurilmalari. Axborotlarni taqsimlash
- 05.05.03 – Yorug'lik texnikasi. Maxsus yoritish texnologiyasi
- 05.05.05 – Issiqlik texnikasining nazariy asoslari
- 05.05.06 – Qayta tiklanadigan energiya turlari asosidagi energiya qurilmalari
- 05.06.01 – To'qimachilik va yengil sanoat ishlab chiqarishlari materialshunosligi
- 05.08.03 – Temir yo'l transportini ishlatish
- 05.09.01 – Qurilish konstruksiyalari, bino va inshootlar
- 05.09.04 – Suv ta'minoti. Kanalizatsiya. Suv havzalarini muhofazalovchi qurilish tizimlari
- 10.00.06 – Qiyosiy adabiyotshunoslik, chog'ishtirma tilshunoslik va tarjimashunoslik
- 10.00.04 – Yevropa, Amerika va Avstraliya xalqlari tili va adabiyoti
- 08.00.01 – Iqtisodiyot nazariyasi
- 08.00.02 – Makroiqtisodiyot
- 08.00.03 – Sanoat iqtisodiyoti
- 08.00.04 – Qishloq xo'jaligi iqtisodiyoti
- 08.00.05 – Xizmat ko'rsatish tarmoqlari iqtisodiyoti
- 08.00.06 – Ekonometrika va statistika
- 08.00.07 – Moliya, pul muomalasi va kredit
- 08.00.08 – Buxgalteriya hisobi, iqtisodiy tahlil va audit
- 08.00.09 – Jahon iqtisodiyoti
- 08.00.10 – Demografiya. Mehnat iqtisodiyoti
- 08.00.11 – Marketing
- 08.00.12 – Mintaqaviy iqtisodiyot
- 08.00.13 – Menejment
- 08.00.14 – Iqtisodiyotda axborot tizimlari va texnologiyalari
- 08.00.15 – Tadbirkorlik va kichik biznes iqtisodiyoti
- 08.00.16 – Raqamli iqtisodiyot va xalqaro raqamli integratsiya
- 08.00.17 – Turizm va mehmonxona faoliyati

Ma'lumot uchun, OAK

Rayosatining 2024-yil 28-avgustdagi 360/5-son qarori bilan "Dissertatsiyalar asosiy ilmiy natijalarini chop etishga tavsiya etilgan milliy ilmiy nashrlar ro'yxati"ga texnika va iqtisodiyot fanlari bo'yicha "Muhandislik va iqtisodiyot" jurnali ro'yxatga kiritilgan.

Muassis: "Tadbirkor va ishbilarmon" MChJ

Hamkorlarimiz:

1. Toshkent shahridagi G.V.Plexanov nomidagi Rossiya iqtisodiyot universiteti
2. Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti
3. Toshkent irrigatsiya va qishloq xo'jaligini mexanizatsiyalash muhandislari instituti" milliy tadqiqot universiteti
4. Islom Karimov nomidagi Toshkent davlat texnika universiteti
5. Muhammad al-Xorazmiy nomidagi Toshkent axborot texnologiyalari universiteti
6. Toshkent davlat transport universiteti
7. Toshkent arxitektura-qurilish universiteti
8. Toshkent kimyo-texnologiya universiteti
9. Jizzax politexnika instituti



MUNDARIJA

JAHONDA KREATIV IQTISODIYOTNING RIVOJLANISHINING UMUMIY GLOBAL TENDENSIYALARI.....	12
Ismailov Azizbek Ruzimaxmatovich	
CHORVACHILIK MAHSULOTLARI ISHLAB CHIQUV VA EKSPORT SALOHİYATINI OSHIRISHDA BOZOR INFRATUZILMASINI RIVOJLANTIRISHNING IQTISODIY OMILLARI	22
Soxadaliyev Abdurashid Mamadaliyevich	
XORIJIY INVESTITSİYALAR VA IQTISODIY O'SISH O'RTASIDAGI O'ZARO TA'SIR	30
Madraximova Irodaxon Sherzodbek qizi	
O'ZBEKISTON SHAROITIDA XIZMATLAR EKSPORTINING IQTISODIY O'SISHGA TA'SIRI	35
Sultonov Shodiyor Abduxalilovich, Karshiyeva Charos Mamasoliyevna	
QASHQADARYO VILOYATIDA OLIY TA'LIM VA MEHNAT BOZORI INTEGRATSIYASI ASOSIDA YUQORI MALAKALI KADRLAR TAYYORLASHNING HOZIRGI HOLATI.....	41
Haqqulov Fazliddin Faxriddinovich	
SOLIQ MA'MURCHILIGIDA XALQARO TAJRIBA ASOSIDA SAMARADORLIKNI OSHIRISH.....	48
Xodjimov Xamidullo Mamirjonovich	
TIJORAT BANKLARI KREDIT PORTFELNI SAMARALI BOSHQARISH: MUAMMO VA TAKLIFLAR.....	53
Yusupov Shaxzod Maxmatmurodovich	
KICHIK BIZNES VA TADBIRKORLIKNING RIVOJLANISHIGA TA'SIR ETUVCHI ASOSIY OMILLAR VA IQTISODI SAMARADORLIGI TAHLILI.....	59
Axatova Shahnoza	
SANOATNING "DRAYVER" SOHALARINI RIVOJLANTIRISH	63
Mamurjonova Ruxshonabegim Farxodovna	
РОЛЬ КРЕАТИВНОЙ ИНДУСТРИИ В РЕГИОНАЛЬНОМ РАЗВИТИИ КАРАКАЛПАКСТАНА.....	69
Хошимова Камилла Навфал қизи	
РОЛЬ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО КАПИТАЛА В ПОВЫШЕНИИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ОРГАНИЗАЦИЙ В УСЛОВИЯХ ГЛОБАЛИЗАЦИИ	79
Тожиева Шахноза Бобомуратовна, Расулова Дилфуза Валиевна	
АНАЛИЗ ФИНАНСОВОГО СОСТОЯНИЯ ПРЕДПРИЯТИЯ.....	86
Файзиёв Умуркул Шухратович	
TIKUV-TRIKOTAJ KORXONALARDA MARKETING FAOLIYATIDA ISTEMOLCHILARNI MOTIVATSIYALASH MASALALARI	97
Jalilov Jamshid G'anjonovich	
СТАНДАРТЫ КАЧЕСТВА КАК ФАКТОР ПОВЫШЕНИЯ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ПИЩЕВОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ.....	103
Ўролова Севара Бехзод қизи	
BANKLARDA KAPITAL YETARLILIGI VA LIKVIDLIKNI AUDITORLIK BAHOLASH USULLARINI TAKOMILLASHTIRISH.....	109
Narziyev Hayotjon Azamatovich	
NATIJAVIYLIKKA YO'NALTIRILGAN BudgetLASHTIRISH ORQALI FISKAL SAMARADORLIKNI OSHIRISH MASALALARI.....	115
Allakuliyev Akmal Baltayevich	
AUDITORLIK XULOSALARIDA AUDITORLARNING PROFESSIONAL MULOHAZALARNING ASOSLILIGINI ANIQLASH AHAMIYATI	120
Parpiyev Jaxongir Ilxomjonovich	
YASHIL IQTISODIYOTDA YASHIL MOLIYALASHTIRISH: NAZARIY VA AMALIYOT UYG'UNLIGI.....	126
Xalikov S. X.	



TURISTIK KORXONALARDA BREND CAPITALINI BAHOLASH	131
Zufarov Akmal Gulamiddinovich	
AYOLLAR ISH BILAN BANDLIGINI OSHIRISHDA KASANACHILIKNING AHAMIYATI	141
Eshqobulova Charos O'roq qizi	
ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В РЕСПУБЛИКЕ УЗБЕКИСТАН	148
Алимова Дилафруз	
O'ZBEKISTON UZUMCHILIK KORXONALARINING EKSPORT MARKETING STRATEGIYALARINI TAKOMILLASHTIRISHDA YASHIL INNOVATSIYALAR VA TEXNOLOGIYALARNING O'RNI	153
Usmonova Diyora Mahmud qizi	
RAQAMLI MOLIYAVIY XIZMATLAR TRANSFORMATSIYASI SHAROITIDA SOLIQ BOSHQARUVI SAMARADORLIGINI OSHIRISH ISTIQBOLLARI	161
Radjabov Umurzoq Ablakulovich	
ЦИФРОВАЯ ТРАНСФОРМАЦИЯ ЭНЕРГЕТИЧЕСКОГО СЕКТОРА РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН: РОЛЬ ИНФОРМАЦИОННО-КОММУНИКАЦИОННЫХ ТЕХНОЛОГИЙ В ПОВЫШЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ ЭНЕРГЕТИКИ	165
Аллаева Г.Ж.	
THE IMPORTANCE OF STRESS TESTING AND ITS IMPLEMENTATION IN COMMERCIAL BANKS OF THE REPUBLIC OF UZBEKISTAN	169
Mamatova Sevara	
MINTAQADA SANOAT KORXONALARI SALOHİYATI VA RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISHNING INNOVATSION KO'RSATKICHLARI	175
Nabiyev G'ulom Abdisalomovich	
IJTIMOİY SOHA INVESTISIYA LOYIHALARINI DAVLAT–XUSUSIY SHERIKLIK ASOSIDA MOLIYALASHTIRISHDA RISKLARNI BOSHQARISHNING XORIY TAJRIBALARI	185
Ergashev Axmadjon Maxmudjon o'g'li	
YASHIL BANK MAHSULOTLARIDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALARNI QO'LLASH ISTIQBOLLARI	189
Mahmudov Ulug'bek Davronovich	
KICHIK BIZNESDA XUSUSIY VA UMUMIY AXBOROT TIZIMLARI INTEGRATSIYASI	193
Navruz-zoda Layli Baxtiyorovna	
O'ZBEKISTON IQTISODIYOTIGA TO'G'RIDAN-TO'G'RI XORIJIY INVESTITSİYALARNI JALB QILISH MEKANIZMINI TAKOMILLASHTIRISH YO'LLARI	197
Mamatkulova Nadira Maxkamovna	
JAHON AMALIYOTIDA TASHABBUSLI BUDJETLASHTIRISHNING KONSEPTUAL YO'NALISHLARI	203
Xamidov Xabibullo Xikmatulla o'g'li	
РАЗВИТИЕ УПРАВЛЕНЧЕСКОГО УЧЁТА В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВИЗАЦИИ МАЛОГО БИЗНЕСА КАК ФАКТОР ПЕРЕХОДА К “ЗЕЛЁНОЙ” ЭКОНОМИКЕ РЕСПУБЛИКИ УЗБЕКИСТАН	210
Бозорова Озода Рахимовна	
ТЕМИРБЕТОН КО'РРИКЛАРДАГИ BURDALANGIN BETONDAN OLINGAN CHAQIQ TOSHNI KOMPLEKS TADQIQOT QILISH	222
Salixanov Saidxon Salixanovich, Kenjayev Temurbek Olimjonovich	
KICHIK BIZNES VA XUSUSIY TADBIRKORLIKDA YASHIRIN IQTISODIYOTNI ANIQLASH USULLARI VA SOF FOYDA KO'RSATKICHIDA AKS ETISH YO'LLARI	226
Mavlyanov Muzaffar Yusupovich	
MAMLAKATIMIZ BANKLARIDA FOIZ RISKILARI MUAMMOLARI VA ILMIY-TAHLILI	230
Isakov.J.Ya	
QISHLOQ XO'JALIGI MAHSULOTLARINI EKSPORTGA YO'NALTIRISHDA IQTISODIY BARQARORLIK TUSHUNCHASINING NAZARIY ASOSLARI VA BAHOLASH MEZONLARI	238
Faxriddinov Bahriddin	



TO'QIMACHILIK SANOATIDA SUN'IY VA KIMYOVIY TOLALARNING IQTISODIY AFZALLIKLARI	243
Raximov Furqat Jalolovich	
BUXORO VILOYATIDA CHARM-POYABZAL TARMOG'I RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISH STRATEGIYASI.....	249
Rahmonov Xurshid Xayriddinovich, Atoeva Mehriqyo Ilhom qizi	
KORXONALARDA BUXGALTERIYA HISOBI VA UNI YURITISH TARTIBINI TAKOMILLASHTIRISH.....	254
M.I.Murodova	
SOLIQ SIYOSATI ORQALI AHOLI DAROMADLARINI RAG'BATLANTIRISH MEXANIZMLARI.....	258
Uzoqov Suhrobjon Do'smat o'g'li	
INNOVATSION VA RAQAMLI TEXNOLOGIYALAR ASOSIDA LOGISTIK XIZMATLAR KORXONALARINING IQTISODIY SAMARADORLIGI TAHLILI.....	264
Xalimov Javlonbek Shaxriyovich	
O'ZBEKISTON RESPUBLIKASIDA SOLIQ TIZIMIDA RAQAMLASHTIRISHNI TAKOMILLASHTIRISH ORQALI SOLIQLARNI UNDIRISHNING METODOLOGIK MUAMMOLARI	271
Muxammadov Nodir Karimovich	
KICHIK BIZNES SUBYEKTLARI FAOLIYATIDA EKSPORTBOP MAHSULOTLAR ISHLAB CHIQARISH JARAYONLARINI TAKOMILLASHTIRISH ORQALI SAMARADORLIKNI OSHIRISH	277
Boymirzayev Zokirjon Mashrabboyevich	
IQTISODIYOT VA TA'LIM BOSHQARUVI: O'ZBEKISTONDA TA'LIM BRENDINGI UCHUN IQTISODIY JIHATLAR.....	282
Dilfuza Shokirova	
OLIY TA'LIM SOHASIDA DAVLAT-XUSUSIY SHERIKLIK TIZIMINI TAKOMILLASHTIRISH.....	291
Raximjonova Shohsanam Baxodirovna	
O'ZBEKISTON BANKLARIDA RAQAMLI TRANSFORMATSIYANI INSON KAPITALI RIVOJI BILAN UYG'UNLASHTIRISH: INSTITUTSIONAL YONDASHUV.....	295
Xushvaqto'v Nodirbek Nomoz o'g'li	
SUN'IY INTELLEKT ASOSIDA MOLIYAVIY STRESS-TEST TIZIMINI YARATISH METODOLOGIYASI	299
Zaynutdinov Ismoil Samariddin o'g'li	
HOZIRGI SHAROITDA BANK FAOLIYATIDA RISKLARNI BOSHQARISH TIZIMINING INSTITUTSIONAL MEXANIZMLARI	303
Malikova Dilrabo Muminovna, Shakarova Kumush Faxriddin qizi	
ENSURING SECURITY IN THE DIGITAL WORLD: HOW THE INSURANCE INDUSTRY CAN COUNTER CYBERATTACKS	308
D.D. Omonova	
JAHON SAVDO TASHKILOTIGA A'ZO BO'LISH JARAYONIDA Budget-SOLIQ SIYOSATINI ISLOH QILISH MASALALARI	314
Hojiakbar Zaynabidinov	
SILINDRSIMON KAMERADA QATLAMLI CHIGITLAR AYLANMA HARAKATINING TAHLILI.....	319
No'monov Mirjalol Abdumalik o'g'li	
IPAKCHILIK KLASSTERLARI ASOSIDA TARMOQNI O'RTA MUDDATLI RIVOJLAN TIRISH STRATEGIYASI.....	325
Xudoykulov Mamarasul Radjabovich	
INNOVATSION IQTISODIYOT SHAROITIDA UZOQ MUDDATLI AKTIVLAR HISOBINI TAKOMILLASHTIRISH.....	332
Shermatov Sirojiddan Xaydarovich	
O'ZBEKISTONDA TURIZM IQTISODIYOTINING RAQAMLI MARKETING ORQALI RIVOJLANISH YO'LLARI.....	335
Egamberdiyev Muzaffar	
РОЛЬ ЦИФРОВЫХ РЕШЕНИЙ В РЕАЛИЗАЦИИ ПРОЕКТА «БЕЗОПАСНЫЙ ГОРОД»	339
Иминов Акбаржон Одилжонович	



IQTISODIY TIZIM VA INSON QADRIYATI: KAPITALIZM VA GUMANIZM O'RTASIDA	345
Raxmatullayev Sarvar Nazar o'g'li, Abdukarimova Muborak Sharaf qizi, Madrakhimova R. G.	
O'ZBEKISTONDA QULAY INVESTITSIYA MUHITINI SHAKLLANTIRISH VA INVESTITSİYALAR JALB ETISH MEXANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISH	350
Yusupov Muxiddin Soatovich	
KONSOLIDATSIYALASHGAN MOLIVAVIY HISOBOT MA'LUMOTLARINI TAHLIL QILISH MASALALARI	358
Avazov Ilhom Ravshanovich	
YANGI TUZILISHLI IKKI QATLAMLI TRIKOTAJ TO'QIMALARINI OLISH USULLARI	363
S. Saparova, M. Musaeva, M.Mirsadikov, M.Mukimov	
KVANT MUHITIDA AXBOROTNI HIMOYALASHGA XIZMAT QILUVCHI MULTIPLEKSER TUZILMASI	370
Safoev Nuriddin Najmiddin o'g'li	
ERKIN IQTISODIY HUDUDLAR: KO'P QATLAMLI IQTISODIY MEXANIZMLAR, INNOVATSION INFRATUZILMA VA INSTITUSIONAL UYG'UNLIKNING KONSEPTUAL TAHLILI	377
Kuziev Ravshan Ramazonovich	
SANOAT HAMKORLIGINING ILG'OR TAJRIBALARI VA ULARNI O'ZBEKISTON IQTISODIYOTIGA INTEGRATSIYA QILISH YO'LLARI	385
Boyurayev Olimjon Urayimovich	
DAVLAT-XUSUSIY SHERIKLIK ASOSIDA KICHIK BIZNESNI RIVOJLANTIRISH MASALALARI	392
Akbarov G'ayratjon Ne'madjonovich	
QORAQALPOG'ISTON RESPUBLIKASI QO'NG'IROT TUMANIDA YILQICHILIK VA TUYACHILIKNI RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARINI ARIMA MODEL ASOSIDA PROGNOZLASH	396
Sabit Gabbarov Nietali'evich	
MAKTABGACHA TA'LIM MUASSALARIDA AUTSORSING FAOLIYATINI MOLIVALASHTIRISHDA ILG'OR XORIJIY TAJRIBALAR	402
Xamidov Anis Choriyevich	
NEXUS BETWEEN RENEWABLE ENERGY USE AND GDP GROWTH IN UZBEKISTAN	407
Xalimjonov Nurbek Ulug'bek o'g'li, Toxirov Shodiyor Zafar o'g'li, Jumamuratov Sultanbek Ilyasovich	
MOLIVAVIY SALOHİYATNI OSHIRISHDA XORIJIY INVESTITSİYALARNI JALB QILISH MEXANIZMINI TAKOMILLASHTIRISH ISTIQBOLLARI	415
Akishova Shaxnoza Davlet qizi	
O'ZBEKISTON O'RMON XO'JALIGIDA INNOVASION MOLIVALASHTIRISH: NORMATIV TAYANCH, BOZOR INSTRUMENTLARI VA EKOTIZIM XIZMATLARI	420
Mamatqulova Muxlisaxon Mamirjanovna	
SERVIS IQTISODIYOTIDA ISH BILAN BANDLIK SHAKLLARI TRANSFORMATSIYASINI TADBIQ QILISHGA METODOLOGIK YONDASHUV	425
Abdusaidov Akmal Abduvaliyevich	
O'ZBEKISTON IQTISODIYOTIDA TURIZMNING O'RNI VA RIVOJLANISH TENDENSIYALARI	431
Kuymuratova Matlubaxon Abdimanabovna	
МЕТОДОЛОГИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ СОВЕРШЕНСТВОВАНИЯ «ЗЕЛЁНОГО» ФИНАНСИРОВАНИЯ В БАНКОВСКОМ СЕКТОРЕ	436
Мирдовидов Бахтиер Кобилович	
MILLIY IQTISODIYOT UCHUN INVESTITSIYA RESURSI SIFATIDA UY XO'JALIKLARI JAMG'ARMALARINI RIVOJLANTIRISH	443
Bayxonov Baxodirjon Tursunbayevich	
AXBOROT-KOMMUNIKATSIYA TIZIMLARI HIMOYA VOSITALARINI SUN'IY INTELLEKT BILAN INTEGRATSIYALASH MUAMMOLARI	448
Bozorov Suhrobjon Mumin o'g'li	



SANOAT KORXONALARIDA KPI TIZIMINI JORIY QILISHNI TAKOMILLASHTIRISHNING NAZARIY ASOSLARI	453
Tursunov Orifali Samandarovich	
IQTISODIY BARQARORLIKGA TA'SIR ETUVCHI OMILLAR VA ULARNING O'ZIGA XOS XUSUSIYATLARI	457
Abdullayeva Sevaraxon Xasanovna	
ZARAFSHON MINTAQASI HUDUDLARIDA XIZMAT KO'RSATISH SOHALARI O'RTASIDAGI MUTANOSIBLIKNI TA'MINLASH ISTIQBOLLARI	463
Murtazayev Isabek Bazarbayevich	
YUQORI SAMARALI PAXTA TOZALAGICHDA MAYDA IFLOSLIKLARNI AJRATISH JARAYONINI TAKOMILLASHTIRISH VA UNING OPTIMAL PARAMETRLARINI MATEMATIK MODELASHTIRISH ASOSIDA ANIQLASH.....	471
Mirzakarimov Mirsharoffiddin Mirzaabdurahimovich	
MAHSULOTLAR RAQAMLI PASPORTI EKOTIZIMI VA UNI SHAKLLANTIRISH OMILLARI.....	478
Avloqulova Sadoqat Sobirjon qizi	
ВЛИЯНИЕ РАЗЛИЧНЫХ МОЮЩИХ СРЕДСТВ И МЕТОДОВ НА ПОКАЗАТЕЛИ КАЧЕСТВА НАТУРАЛЬНЫХ ШЕРСТЯНЫХ ВОЛОКОН.....	484
Собиров ДаниёрХолмуродович	
СТРУКТУРНАЯ МОДЕЛЬ ЦИФРОВОЙ КОМПЕТЕНТНОСТИ ПЕДАГОГОВ В СОВРЕМЕННОМ ОБРАЗОВАТЕЛЬНОМ ПРОСТРАНСТВЕ.....	490
Киличева Феруза Бешимовна	
KICHIK BIZNESNING BARQAROR IQTISODIY RIVOJLANISHINI TA'MINLASHDA SAMARALI OMILLARDAN FOYDALANISH NAZARIYASI	495
Imomnazarov Xurshid Ozodbekovich, Zakirova Gulnora Mirzaliyevna	
TIJORAT BANKLARIDA MOLIVAVIY BARQARORLIKNI BAHOLASH INDIKATORLARI VA ULARNI TAKOMILLASHTIRISH YO'LLARI	499
Abdusalamov Olimjon Eshmirzayevich	
O'ZBEKISTONDA TURIZM SOXASIGA DAVLAT-XUSUSIY SHERIKLIK MEXANIZMINI TA'SIRI.....	504
Yuldashev Kodirjon Mamadjanovich	
O'ZBEKISTONDA DAVLAT BUDJETI XARAJATLARINING SAMARADORLIGINI BAHOLASH METODLARINI TAKOMILLASHTIRISH.....	508
Shernayev Akbar Aqmirzayevich	
O'ZBEKISTON RESPUBLIKASINING TIJORAT BANKLARIDA MUAMMOLI KREDITLARNI KAMAYTIRISH YO'LLARI	514
Adilov Mirkomil Miralimovich	
IDORALARARO INTEGRATSIYANING NAZARIY MODELLARI VA UNING DAVLAT BOSHQARUVIDAGI AHAMIYATI	520
Ashirov Jamolbek Shuxrat o'g'li	
MO'RT MATERIALLARNI MEXANIK KESIB ISHLOV BERISHDA ASBOB YUZASIDA KUZATILADIGAN YEYILISH	526
Allanazarov Akmal Abdulxaqovich, Axmedov Azamat Xaitovich, Shakirov Shuhrat Musayevich	
RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA SOLIQ MONITORING TIZIMINI RIVOJLANTIRISH ISTIQBOLLARI	530
Lukmanov Kahramon Abdurahmanovich	
NODAVLAT OLIY TA'LIM MUASSASALARIDA MARKETING FAOLIYATI SAMARADORLIGINI OSHIRISH VA TAKOMILLASHTIRISH BO'YICHA XORIJIY TAJRIBALAR	534
Yuldashov Isomiddin Sidiqovich	
KICHIK BIZNESNI MOLIVAVIY QO'LLAB-QUVVATLASHDA TIJORAT BANKLARINING KREDIT SIYOSATINI TAKOMILLASHTIRISH YO'NALISHLARI	540
Norqobilova Nargiza Abdiqudirovna	



PNEVMOTRANSPORT TIZIMIDAGI PNEVMOQUVUR TIRSAK MATERIALINI YAXSHILASH ORQALI PAXTA SIFATIGA TA'SIRINI O'RGANISH	546
Boltabayev Bekzod Egamberdiyevich	
QURILISH MATERIALLARI SANOATI KORXONALARINING EKOLOGIK AKTIVLARINI HISOBGA OLISH	549
Mirzayev Komiljon Abdullajonovich	
DEHQON XO'JALIKLARIDA YER RESURLARIDAN FOYDALANISHNING EKOLOGIK XAVFSIZLIGI VA UNING BAHOLASH USULLARI.....	553
Axmatov Abutolibxon Ochilxon o'g'li	
XUSUSIYLASHTIRILGAN KORXONALARDA KORPORATIV BOSHQARUVNI TAKOMILLASHTIRISH ORQALI MOLIVAVIY NATIJADORLIKNI OSHIRISH YO'LLARI	557
Asomidinova Moxigulbonu Oybek qizi	
O'ZBEKISTONDA INVESTITSION JOZIBADORLIKNING ORTIB BORISHI JAHON MIQYOSIDA JORIY ETILAYOTGAN BUSINESS READY REYTINGIDAGI BAHOLASH NATIJALARIDA YAQQOL NAMOYON BO'LMOQDA.....	562
Platov Dilshod Xaqberdiyevich, Raxmonov Doniyor Ixtiyorjon o'g'li, Ortiqova Niginabonu Alisher qizi, Raxmonov Jo'rabek Hamroyevich	
QISHLOQ XO'JALIGI SOHASIDA INVESTITSIYADAN FOYDALANISH SAMARADORLIGI VA RIVOJLANTIRISH STRATEGIYASI.....	570
Nilufar Mengqobilovna Xudayberdieva	
MAGNEZIAL BOG'LOVCHI MATERIALLAR ISHLAB CHIQRISHDA SANOAT CHIQINDILARNI FOYDALANISHNING DUNYO VA O'ZBEKISTON MIQYOSIDAGI HOLATI	574
Rahimjon Jalilov Ravshanbek o'g'li, Orazimbetova Gulistan Jaksilikovna	
KORXONALAR ISHLAB CHIQRISH POTENSIALINING XUSUSIYATLARI VA UNDAN FOYDALANISH IMKONIYATLARI	578
Jalilov Bahrom Sotiboldievich	
O'ZBEKISTONDA INKLYUZIV SUG'URTA INSTITUTINING RIVOJLANISH ZARURATI VA UNING IJTIMOY-IQTISODIY AHAMIYATI.....	583
Ravshanova Mohinur O'rolovna	
INNOVATIVE APPROACHES TO IMPROVING STUDENTS' DIGITAL COMPETENCE	588
Jalqasbayev Sultanbek Tayrbek uli	
KREATIV TURIZMDA YANGI TAJRIBALAR YARATISH: IJODIY KLASSTERLAR, MAHALLIY HUNARMANDCHILIK VA IMMERSIV TEXNOLOGIYALAR ROLI	593
Hamzayeva Dilfuza Samarovna	
TO'QIMACHILIK SANOATI KORXONALARI EKSPORT SALOHİYATINI BOSHQARISHNING ZARURIYATI VA AHAMIYATI	599
Salimjonova Zilolaxon Salimjon qizi	
O'ZBEKISTONDA "YASHIL" IQTISODIYOTGA O'TISHNI QO'LLAB-QUVVATLASH UCHUN FOYDALANILADIGAN MOLIVAVIY MAHSULOTLAR	605
Nazarova Umida Mamadali qizi	
CREDIT RISK MANAGEMENT AND PROFITABILITY OF COMMERCIAL BANKS IN AN EMERGING MARKET: THE CASE OF UZBEKISTAN	609
Ruzmamat Khudayberganov Shokirjon ugli, Sobirov Yuldoshboy Ruzimboevich, Nodirbek Fayzullaev Baxtiyor Ugli	
PAXTA XOMASHYOSIDAGI IFLOSLIKLARNI TOZALASHDA UNUMDORLIKNI OSHIRISHGA TA'SIR ETUVCHI OPTIMAL PARAMETRLARNI ANIQLOVCHI MATEMATIK MODEL.....	616
Karimov Abdusamat Ismonovich, Imomnazarova Nurjaxon	
ГОСУДАРСТВЕННО-ЧАСТНОЕ ПАРТНЁРСТВО КАК ИНСТРУМЕНТ МОДЕРНИЗАЦИИ СИСТЕМЫ ДОШКОЛЬНОГО И ОБЩЕГО СРЕДНЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В УЗБЕКИСТАНЕ	621
Муродбек Болтабоев	



YOSHLAR TADBIRKORLIGINI MOLIYALASHTIRISHDA MAVJUD MUAMMOLAR VA KAMCHILIKLAR	626
Valiev Umid Gulamovich	
TURIZM SOHASIDA MARKETING STRATEGIYALARINING SAMARADORLIGINI OSHIRISH YO'LLARI	631
Normurodova Zebo Eshmaxmatovna	
HR MARKETING STRATEGIYALARINING KORXONA SAMARADORLIGIGA TA'SIRI	635
Adilova Zulfiya Djavdatovna	



HR MARKETING STRATEGIYALARINING KORXONA SAMARADORLIGIGA TA'SIRI

Adilova Zulfiya Djavdatovna

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti

Marketing kafedrası professori

e-mail: z.adilova.2020@gmail.com

Annotatsiya. Ushbu maqolada HR marketing strategiyalarining korxona samaradorligiga ta'siri tahlil qilingan. Zamonaviy mehnat bozori sharoitida korxonalarning raqobatbardoshligi tobora ko'proq inson kapitalining sifatiga bog'liq bo'lib, xodimlarni jalb qilish, ularni saqlab qolish va motivatsiyasini oshirish jarayonlarida korxona brendi hamda HR-marketingning o'rni keskin kuchayib bormoqda. Tadqiqotda xalqaro manbalar ma'lumotlariga tayanib, HR-marketing ko'rsatkichlarining – cost-per-hire, retention rate, employee engagement, employer brand value kabi indikatorlarning korxona samaradorligiga bevosita bog'liqligi asoslab beriladi. Shuningdek, HR-marketingning tashqi va ichki yo'nalishlari uyg'unlashgan holda korxonaning strategik ustunliklarini shakllantirishi, xodimlar sadoqati va mehnat unumdorligini oshirishi ilmiy tahlil qilingan. Shuningdek, HR-marketingning korxonalar uchun nafaqat kommunikatsion vosita, balki strategik boshqaruv mexanizmi sifatidagi ahamiyati yoritilgan hamda HR-marketing strategiyalarining korxona samaradorligini oshirishdagi ahamiyati bo'yicha xulosa va takliflar keltirib o'tilgan.

Kalit so'zlar: HR-marketing, korxona brendi (employer branding), inson kapitali, xodimlarni jalb qilish, ichki branding, tashqi branding, korxona samaradorligi, mehnat unumdorligi.

Abstract. This article analyzes the impact of HR marketing strategies on enterprise efficiency. In the conditions of the modern labor market, the competitiveness of enterprises increasingly depends on the quality of human capital, and the role of the enterprise brand and HR marketing in the processes of attracting, retaining and increasing employee motivation is sharply increasing. The study, based on data from international sources, substantiates the direct dependence of HR marketing indicators on enterprise efficiency - cost-per-hire, retention rate, employee engagement, employer brand value. Also, the scientific analysis of the formation of strategic advantages of the enterprise, increasing employee loyalty and labor productivity by combining external and internal directions of HR marketing is carried out. The importance of HR marketing for enterprises, not only as a communication tool, but also as a strategic management mechanism, is also highlighted, and conclusions and suggestions are made on the importance of HR marketing strategies in increasing the efficiency of the enterprise.

Keywords: HR marketing, enterprise brand (employer branding), human capital, employee engagement, internal branding, external branding, enterprise efficiency, labor productivity.

Аннотация. В данной статье анализируется влияние стратегий HR-маркетинга на эффективность предприятия. В условиях современного рынка труда конкурентоспособность предприятий все больше зависит от качества человеческого капитала, а роль бренда предприятия и HR-маркетинга в процессах привлечения, удержания и повышения мотивации сотрудников резко возрастает. В исследовании, основанном на данных международных источников, обосновывается прямая зависимость показателей HR-маркетинга от эффективности предприятия – стоимости найма, коэффициента удержания, вовлеченности сотрудников, ценности бренда работодателя. Также проведен научный анализ формирования стратегических преимуществ предприятия, повышения лояльности сотрудников и производительности труда путем объединения внешних и внутренних направлений HR-маркетинга. Подчеркивается важность HR-маркетинга для предприятий не только как инструмента коммуникации, но и как механизма стратегического управления, а также делаются выводы и предложения о важности стратегий HR-маркетинга для повышения эффективности деятельности предприятия.

Ключевые слова: HR-маркетинг, бренд предприятия (брендинг работодателя), человеческий капитал, вовлеченность сотрудников, внутренний брендинг, внешний брендинг, эффективность предприятия, производительность труда.

KIRISH

Har qanday tashkilotning muvaffaqiyatli faoliyat yuritishi uchun zarur shartlardan biri bu tashkilotda uning raqobatbardoshligini ta'minlaydigan malakali kadrlarning doimiy bo'lishidir. Tashkilotning iqtidorli, bilimli va ijodiy xodimlari qanchalik ko'p bo'lsa, tashkilotning bozorda omon qolish imkoniyati shunchalik katta bo'ladi.

Globallashuv jarayonlari jadallashgan, mehnat bozori keskin raqobatlashgan zamonaviy iqtisodiy sharoitda korxonalar oldida eng dolzarb vazifalardan biri – malakali, kompetentli va tashabbuskor xodimlarni jalb qilish hamda ularni uzoq muddat davomida tashkilotda ushlab qolish masalasidir. Raqobat avvalo mahsulot va xizmatlar bilan emas, balki inson kapitali bilan kechayotgan bugungi davrda korxonalar nafaqat iste'molchilar, balki potensial xodimlar uchun ham jozibador bo'lishga intilmoqda. Shu nuqtayi nazardan, oxirgi yillarda HR-marketing konsepsiyasi korxona boshqaruvida strategik ahamiyat kasb etib, mehnat munosabatlari tizimida innovatsion yondashuv sifatida keng qo'llanila boshladi.

HR-marketing mohiyatiga ko'ra, tashkilotning ichki va tashqi auditoriyalariga qaratilgan marketing yondashuvlari orqali jozibali ish beruvchi sifatida brend shakllantirish, xodimlarni korxona qadriyatlariga jalb etish, motivatsiya tizimini kuchaytirish hamda xodimlar tajribasini boshqarish jarayonlarini o'z ichiga oladi [1]. Tashqi branding asosan mehnat bozorida "ideal ish beruvchi" imijini yaratish, iqtidorli kadrlarga nisbatan korxona jozibadorligini oshirishga qaratilgan bo'lsa, ichki branding xodimlarning mehnat muhiti, korporativ qadriyatlar va rag'batlantirish mexanizmlariga bo'lgan munosabatini shakllantirishga xizmat qiladi. Ushbu ikki yo'nalishning uyg'unligi esa inson resurslarini samarali boshqarishning yangi paradigmasini yuzaga keltiradi.

Yaxshi shakllangan ichki va tashqi brendlar korxonaga nafaqat iqtidorli nomzodlarni jalb qilish, balki mavjud xodimlarni saqlab qolish, ularning sadoqati va ishga bo'lgan motivatsiyasini kuchaytirish orqali mehnat unumdorligini oshirish imkonini beradi. Natijada tashkilot raqobatbardoshligi mustahkamlanadi, xizmatlar sifati yaxshilanadi va ishlab chiqarish jarayonining barqarorligi ta'minlanadi.

Mamlakatimizda ham inson kapitalining raqobatbardoshligini oshirish, xodimlarni rag'batlantirish va mehnat munosabatlari zamonaviylashtirish davlat siyosatining ustuvor yo'nalishlaridan biri sifatida belgilangan. Xususan, "O'zbekiston–2030" strategiyasida mehnat bozorini modernizatsiya qilish, inson kapitali sifatini oshirish, xususiyl sektorning kadrlar siyosatini takomillashtirish va zamonaviy HR-texnologiyalarni keng joriy etish vazifalari belgilangan. Ushbu islohotlar HR-marketing va korxona branding konsepsiyalarini korxonalar faoliyatiga integratsiya qilish zarurligini ko'rsatadi.

Shu bois mazkur maqolada HR-marketing strategiyalarining korxona samaradorligiga ta'sirini nazariy va amaliy jihatdan tahlil qilish, strategiyalar tizimini asoslash, xalqaro tajriba bilan solishtirish hamda O'zbekiston sharoitida qo'llash imkoniyatlarini o'rganish maqsad qilib olingan.

MAVZUGA OID ADABIYOTLAR TAHLILI

Zamonaviy korxonalarda raqobatning keskinlashuvi, mehnat bozorida malakali kadrlar uchun kurashning kuchayishi, xodimlarning ish joyiga nisbatan talablarining oshishi HR-marketing va HR-branding konsepsiyalarining dolzarbligini yanada kuchaytirdi. Xususan, so'nggi yillarda olib borilgan xorijiy tadqiqotlar HR-menejment va marketing yondashuvlarining integratsiyasi korxona samaradorligi, xodimlarni jalb qilish, ularni saqlab qolish va motivatsiyani oshirishda muhim omilga aylanganini ko'rsatmoqda. Ushbu yo'nalishda Vijayalakshmi va boshqalarning [2] tadqiqotida employer branding HR amaliyotlarining ajralmas qismiga aylangani, rekrutment, trening va ichki kommunikatsiyaning uyg'unligi nafaqat tashqi brend imidjini, balki xodimlarning sadoqati va korxona natijadorligini ham kuchaytirishi ta'kidlangan. Shunga yaqin yondashuvni Alshuaibi va Shamsudin [3] ham qo'llab-quvvatlaydi va markazli HR boshqaruvi xodimlarning korporativ qadriyatlarga sodiqligini oshirib, ularni brend targ'ibotchilariga aylantirishini ilmiy asoslab beradi.

Frontiers [4] jurnalida chop etilgan tadqiqotlarda esa ichki branding strategiyalarining xodimlarni ushlab qolish, ularni jalb qilish va ularning tashabbuskorlik darajasini oshirishdagi roli alohida yoritilgan. Tadqiqot natijalariga ko'ra, ichki kommunikatsiya, tan olinish, o'sish imkoniyatlari va qulay mehnat muhiti brend qiymatini shakllantiruvchi asosiy omillar hisoblanadi. Bunda HR-marketing vositalaridan biri bo'lgan "guerilla-strategiyalar" (innovatsion, noodatiy ichki kommunikatsiya va motivatsiya usullari) zamonaviy korxonalarda samaradorlikni oshiruvchi mexanizm sifatida taklif qilingan.

Korxona brandingning xodim samaradorligi va ish faoliyatiga ta'siri ham ko'plab ilmiy ishlarda asoslangan. Xususan, Srinivas [5] tomonidan taqdim etilgan modelga ko'ra, kuchli brend xodimning tashkiliy identifikatsiyasi, motivatsiya va sadoqatini oshirib, bevosita ish unumdorligiga ijobiy ta'sir ko'rsatadi. Hussain va Alvi [6] esa korxona brandingning xodimni saqlab qolishdagi rolini person–organization fit (xodimning kompaniya



qadriyatlarini bilan mosligi) orqali izohlaydi. Bu orqali brend qanchalik kuchli bo'lsa, xodimning tashkilotda uzoq muddat qolish ehtimoli shunchalik yuqori bo'lishi aniqlangan. Shu bilan birga, Alzaid [7] bank sektorida korxona brandingni xodimlar bilan psixologik shartnoma sifatida talqin qilib, CSR (ijtimoiy mas'uliyat) va HR amaliyotlari xodimlarning ishonchi va sodiqligini kuchaytirishi mumkinligini ko'rsatadi.

Shuningdek, Alketbining [8] tadqiqot ishida ichki brend perceptsiasining metodologik modeli ishlab chiqilib, HR-marketing jarayonida xodimlarning brend haqidagi tasavvurini aniqlash va o'lchash uchun amaliy tavsiyalar taqdim etilgan. Meraj [9] esa korxonalarning ijtimoiy javobgarlik faoliyati employer brandingni mustahkamlashini, natijada korxonaning ish beruvchi sifatidagi jozibadorligi ortishini ilmiy asoslab bergan.

Mahalliy adabiyot tahlillari ham HR-brandingning iqtisodiy natijalarga ta'sirini tasdiqlaydi. Professor Z.Adilova o'z tadqiqotlarida HR brandingni rivojlanish va baholash omillarini xorijiy mamlakatlar tajribasi asosida o'rgangan [10].

K.Xamroyevaning xizmat ko'rsatish korxonalarida olib borgan tadqiqotlari HR mexanizmlarini takomillashtirish mehnat unumdorligini oshirishning eng muhim omillaridan biri ekanini ko'rsatadi [11]. I.Farmonovning strategik va raqamli marketingga oid yondashuvlari HR-marketingning digital vositalar orqali brendni bozorda kuchaytirish mexanizmlarini tushuntiradi [12]. F.Ibragimova va boshqalarning tadqiqotida esa korxonalarida mehnat unumdorligini oshirishda zamonaviy boshqaruv va marketing strategiyalarining o'rni va ahamiyati yoritilib, bular HR-branding jarayonlariga bevosita bog'lanadi [13]. Shuningdek, M.Tairova va hammualiflarining "Brendni boshqarish" o'quv qo'llanmasi brandingning strategik boshqaruvi, brend kapitalini shakllantirish va brandingning psixologik omillarini keng qamrovda yoritib, HR-branding tadqiqotlari uchun nazariy asos bo'lib xizmat qiladi [14].

Demak, xalqaro va mahalliy ilmiy manbalar HR-marketing va HR-brandingning korxona samaradorligi, xodimlarni jalb qilish, ularni ushlab qolish, motivatsiya va tashkiliy identifikatsiyani kuchaytirishdagi ta'sirini izchil tasdiqlaydi.

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Tadqiqotda HR-marketing strategiyalarining korxona samaradorligiga ta'sirini aniqlash maqsadida bir nechta ilmiy-uslubiy yondashuvlardan foydalanildi. Avvalo, xalqaro va mahalliy adabiyotlar bo'yicha tizimli tahlil (systematic literature review) o'tkazilib, employer branding, ichki va tashqi HR-marketing, xodimlarni jalb qilish va saqlab qolish strategiyalari bo'yicha xorijiy tajribalar o'rganildi. Ikkinchidan, komparativ tahlil orqali LinkedIn, Gallup, Gartner, Glassdoor va McKinsey kabi nufuzli tashkilotlarning statistik ma'lumotlari solishtirildi va ular asosida HR-marketing ko'rsatkichlarining o'zgarish tendensiyalari baholandi. Uchinchidan, induktiv yondashuv asosida HR-marketing strategiyalarining moddiy (cost-per-hire, productivity growth) va nomoddiy (employee engagement, retention, culture strength) ko'rsatkichlarga ta'siri umumlashtirildi. Tadqiqot jarayonida konseptual model yaratish usulidan foydalanilib, HR-marketingning korxona samaradorligiga ta'sir qiluvchi mexanizmlari – brend qiymati, xodimlar tajribasi, psixologik shartnoma, korporativ madaniyat kabi omillar bo'yicha integrativ yondashuv ishlab chiqildi. Mazkur metodologik asoslar tahlilning ilmiy ishonchligini ta'minlab, O'zbekiston korxonalarida HR-marketingdan foydalanish bo'yicha amaliy xulosalar chiqarishga imkon berdi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Zamonaviy tadbirkorlik subyektlarining raqobatbardoshligi tobora ko'proq HR-marketing strategiyalarining qanchalik samarali tashkil etilganiga bog'liq bo'lib bormoqda. Xalqaro tadqiqotlar so'nggi o'n yillikda kompaniya brendi faqat mijozlar nuqtai nazaridan emas, balki ish beruvchi sifatidagi qadr-qimmati orqali ham korxona barqarorligiga sezilarli ta'sir ko'rsatishini tasdiqlamoqda. Masalan, LinkedIn Talent Solutions (2024) ma'lumotlariga ko'ra, kuchli "employer brand"ga ega kompaniyalarda yangi xodimni yollash xarajatlari zaif brendli korxonalarga nisbatan 43–50% gacha kam bo'ladi. Bu esa HR-marketing strategiyalarining korxona resurslarini tejash, samaradorlikni oshirish va mehnat unumdorligini rag'batlantirishdagi rolini qay darajada muhimligini ko'rsatadi.

Tahlillardan ko'rinadiki, HR-marketingning asosiy ko'rsatkichlari – xodimlarni jalb qilish tezligi, ularni saqlab qolish ko'rsatkichi (retention rate), mehnat unumdorligi, ichki motivatsiya darajasi va korxonaning umumiy samaradorlik ko'rsatkichlari o'rtasida bevosita bog'liqlik mavjud. Xalqaro mehnat bozorida employer brendni kuchaytirgan kompaniyalarda ixtiyoriy ravishda ishdan bo'shash darajasi o'rtacha 28% ga kamayishi, ichki motivatsiya esa 20–25% ga oshishi kuzatilgan [15]. Bunday o'zgarishlar korxonaning o'z vaqtida va sifati kadrlar bilan ta'minlanishiga olib kelib, yakuniy natijada mehnat unumdorligining oshishiga sabab bo'ladi.

1-jadval. HR-marketing strategiyalarini korxonalar faoliyatida qo'llanilishi

Afzalliklari	Cheklovlar
Marketing strategiyalari HR jarayonlarini optimallashtiradi. Masalan, to'g'ri segmentatsiya va kanal tanlovi orqali ariza beruvchilar sonini oshirish va narxini pasaytirish mumkin.	Resurslar va byudjet. HR-marketing uchun yetarli byudjet yo'qligi cheklov bo'lishi mumkin, ayniqsa kichik kompaniyalarda.
Kuchli employer brand. Brend imidjini shakllantirish, xodimlar va nomzodlar orasida kompaniya haqidagi ijobiy taassurotni oshirish – bu uzoq muddatli raqobat ustunligi beradi.	Mutaxassislar yetishmasligi. HR-marketolog mutaxassisi har doim ham mavjud emas. Ko'p kompaniyalarda HR va marketing bo'limlari alohida ishlaydi va ularni birlashtirish murakkab.
Xodimlar motivatsiyasi va sadoqat. Ichki kommunikatsiya va brend strategiyalari xodimlarni ko'proq jalb qiladi, ular kompaniya bilan "emotsional bog'lanish"ni his qiladi.	O'lchov qiyinligi. HR-marketing kampaniyalarining sarmoya rentabelligini aniq o'lchash har doim ham oson emas. KPllar noto'g'ri belgilansa, samarasizlik yuzaga kelishi mumkin.
Strategik rejalashtirish. HR-marketologlar kompaniyaning uzoq muddatli strategiyasiga hissa qo'shadi va xodimlarni jalb qilishni biznes maqsadlari bilan moslashtiradi.	Ichki qarama-qarshiliklar. HR va marketing bo'limlari bir-biri bilan to'liq hamkorlik qilmasa, strategik rejalashtirish va kommunikatsiyada muammolar paydo bo'lishi mumkin.
Innovatsiyalar va raqamli transformatsiya. SI va boshqa yangi texnologiyalarni HR jarayonlariga integratsiya qilish orqali samaradorlik va xodim tajribasini oshirish mumkin.	Texnologik xavf va etik masalalar. SI va boshqa texnologiyalarni ishlatishda adolatlilik, ishonchlilik kabi muammolar paydo bo'lishi mumkin.

Demak, HR-marketing strategiyalarining samaradorligi ayniqsa uch asosiy yo'nalishda yaqqol namoyon bo'ladi:

- tashqi HR-marketing strategiyalari orqali korxonaga qimmatli kadrlarga ega bo'lish tezlashadi;
- ichki HR-marketing orqali mavjud xodimlarning motivatsiyasi va sadoqati ortadi;
- ichki va tashqi branding uyg'unlashganda korxona samaradorligi kompleks tarzda oshadi.

Tahlillar HR-marketing strategiyalarining korxona faoliyati samaradorligiga ta'siri moddiy va nomoddiy ko'rsatkichlar orqali ham ifodalanishini ko'rsatadi. Moddiy ko'rsatkichlarga yollash xarajatlarining qisqarishi, o'rtacha ishchi almashinuvi xarajatlarining kamayishi, mehnat unumdorligining o'sishi kirsas, nomoddiy ko'rsatkichlar qatoriga xodimlarning mehnatdan qoniqishi, korporativ madaniyatning mustahkamlanishi va kompaniya obro'sining oshishi kiradi. Bularning barchasi korxona raqobatbardoshligining oshishiga olib keladi.

Quyidagi 2-jadvalda HR-marketingning asosiy samaradorlik ko'rsatkichlari bo'yicha umumlashtirilgan tahlil keltirilgan.

2-jadval. HR-marketingning asosiy samaradorlik ko'rsatkichlari

HR-marketing ko'rsatkichi	Xalqaro natija	Manba
Cost-per-hire kamayishi	43–50% gacha	LinkedIn Talent Solutions
Xodimlarni saqlab qolish	28% ga yaxshilanish	Gallup (2023)
Ishga ariza topshiruvchi soni	2,5 baravar ko'payish	Glassdoor (2023)
Mehnat unumdorligining o'sishi	12–15%	McKinsey (2022)
Employer brendni ijobiy baholash	69% iqtidorlar uchun asosiy mezon	Gartner HR Study

Jadval ma'lumotlariga ko'ra, HR-marketing korxona samaradorligini faqat yollash jarayonini optimallashtirish orqali emas, balki strategik boshqaruvning barcha bo'g'inlarini yaxshilash orqali ham oshiradi. Tahlillar shuni ko'rsatadiki, kompaniya brendi qanchalik mustahkam bo'lsa, uning ichki malakali kadrlar zaxirasi shunchalik barqaror bo'ladi va bu o'z navbatida korxonaning uzoq muddatli rivojlanish strategiyasida muhim omilga aylanadi. Demak, HR-marketing strategiyalarining korxona samaradorligiga ta'siri bo'yicha o'tkazilgan tahlillar shuni tasdiqladiki, korxonalar innovatsion, raqamlashtirilgan va xodimga yo'naltirilgan HR-marketing yondashuvlarini joriy etishi orqali mehnat bozori sharoitida ustunlikka ega bo'ladi. HR-marketingning korxona ichki muhitidan tortib tashqi brendgacha bo'lgan jarayonni qamrab olgani uning strategik ahamiyatini yana-da oshiradi.



XULOSA VA TAKLIFLAR

Yuqoridagi tahlillar HR-marketing strategiyalarining korxona samaradorligi uchun muhim strategik omilga aylanganini yaqqol ko'rsatadi. Tadqiqot natijalariga ko'ra, kuchli employer brend yaratgan korxonalarda yollash xarajatlarining sezilarli qisqarishi, xodimlarni saqlab qolish ko'rsatkichlarining yaxshilanishi, mehnat unumdorligining oshishi va ichki motivatsiya darajasining ko'tarilishi kuzatilmoqda. HR-marketingning tashqi yo'nalishlari korxonaga yuqori malakali nomzodlarni jalb qilishni osonlashtirsa, ichki branding strategiyalari xodimlarning korporativ qadriyatlarga sodiqligini kuchaytiradi va ularni uzoq muddatli faoliyatga undaydi. Bu esa korxona raqobatbardoshligini oshirish, innovatsion rivojlanishga erishish va inson kapitalining barqaror rivojlanishini ta'minlashda muhim omil hisoblanadi. Shuni ta'kidlab o'tish joiz-ki,

- HR-marketing strategiyalari korxona samaradorligining asosiy drayveriga aylanib bormoqda; ular mehnat resurslaridan foydalanish sifatini oshiradi;
- kuchli employer brendga ega kompaniyalarda ishchi almashinuvi kamayadi, motivatsiya barqarorlashadi va mehnat unumdorligi oshadi;
- korxona brandingi faqat tashqi imidj emas, balki xodimning psixologik farovonligi va korporativ madaniyat barqarorligining asosiy komponenti hisoblanadi.

HR-marketing strategiyalarining korxona samaradorligidagi ahamiyati bo'yicha olib borilgan tahlil natijalariga ko'ra quyidagi tavsiyalarni keltirib o'tish mumkin:

- Korxonalarda HR-marketing bo'limi yoki HR-marketing integratsion guruhlari tuzilishi lozim, chunki HR va marketing bo'limlarining alohida ishlashi samaradorlikni pasaytiradi.
- Employer brend strategiyasi ishlab chiqilishi, unda korxonaning qadriyatlari, xodim uchun o'sish imkoniyatlari taklifi aniq belgilanishi kerak.
- Ichki branding dasturlarini kuchaytirish, ya'ni, ichki kommunikatsiya platformalari, motivatsion dasturlar, xodimlarni tan olish tizimlari kengaytirilishi maqsadga muvofiq.
- Raqamli HR-marketing vositalari (SMM, AI-recruiting, HR-analytics)ni joriy etish orqali yollash samaradorligini oshirish taklif etiladi.
- HR-marketing samaradorligini baholaydigan KPillar (cost-per-hire, retention rate, engagement index) muntazam monitoring qilinishi zarur.
- Mamlakatimizda ham "O'zbekiston-2030" strategiyasi doirasida kadrlar salohiyatini oshirish, o'qitish va reskilling dasturlariga e'tibor kuchaytirilishi lozim.

Foydalanilgan adabiyotlar ro'yxati

1. <https://www.hr-director.ru/article/67939-hr-marketing-tseli-zadachi-instrumenty>
2. S. Vijayalakshmi. Employer Branding as a Marketing Strategy: Integrating HRM Practices to Attract and Retain Talent. *Advances in Consumer Research*, Issue 4: 5332-5340. <https://acr-journal.com/article/employer-branding-as-a-marketing-strategy-integrating-hrm-practices-to-attract-and-retain-talent-1655>
3. Alshuaibi, A. S. I., & Shamsudin, F. M. (2016). The Role of Human Resource Management Practices in Enhancing Internal Branding. In B. Mohamad (Ed.), *Challenge of Ensuring Research Rigor in Soft Sciences*, vol 14. European Proceedings of Social and Behavioural Sciences (pp. 599-605). Future Academy. <https://doi.org/10.15405/epsbs.2016.08.85>
4. *Frontiers in Communication*. Strategic management of internal employer branding – guerilla strategies to engage and retain top employees in a challenging workforce environment, 01 July 2024, Volume 9 - 2024 | <https://doi.org/10.3389/fcomm.2024.1402125>
5. Ved Srinivas, K.D.V. Prasad, Ridhi Rani, M. Nisa, Effect of employer branding on employee performance: Mediating and moderating effects of brand perception and employer image, *Social Sciences & Humanities Open*, Volume 11, 2025, 101560, ISSN 2590-2911, <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2025.101560>.
6. Hussain, M., & Alvi, A. A. U. (2024). Employer branding practices and employee retention: Role of person-organization fit as mediator. *Administrative and Management Sciences Journal*, 3(1), 134-143
7. Alzaid, D., & Dukhaykh, S. (2023). Employer Branding and Employee Retention in the Banking Sector in Saudi Arabia: Mediating Effect of Relational Psychological Contracts. *Sustainability*, 15(7), 6115. <https://doi.org/10.3390/su15076115>
8. Alketbi, S. A. Internal Branding Framework Based on Brand Perceptions. <https://uobrep.openrepository.com/>
9. Meraj, Arshi and Sinha, Shruti, The Impact of CSR Perception on Employer Branding: Mediating Effects on Employee Retention and Productivity in the Indian IT and BFSI Sector (April 29, 2025). *International Journal of Research and Analytical Reviews*, Volume 12, Issue 2, 2024, <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.5274397>
10. Adilova Z "HR branding rivojlanish va baholash omillari: xorijiy amaliyot". Monografiya. T.; "Innovatsion rivojlanish nashriyot matbaa uyi" 2024, 160 b.
11. K.Xamroyeva. Xizmat ko'rsatish korxonalarida HR mexanizmlarini takomillashtirish orqali iqtisodiy samaradorlikni oshirish imkoniyatlari. *Yashil iqtisodiyot va taraqqiyot jurnali* Vol. 3 No. 10 (2025)
12. Farmonov, I. (2024). Korxona va tashkilotlarda strategik marketing hamda raqamli marketing faoliyatining istiqbollari. *Qo'qon universiteti xabarnomasi*, 13, 52–55. <https://doi.org/10.54613/ku.v13i.1021>



13. Ibragimova Feruza Axtamovna, & Iskandarova Dilafruz Ikrom qizi. (2025). Tadbirkorlik faoliyatida marketing strategiyalarining mehnat unumdorligiga ta'siri. Mehnat Iqtisodiyoti Va Inson Kapitali, 4(3), 38–45. <https://laboreconomics.uz/index.php/lehc/article/view/121>
14. Tairova M.M. [va boshq.] Brendni boshqarish/ o'quv qo'llanma - Buxoro: OOO "Sadriddin Salim Buxoriy" Durdona nashriyoti, 2021.-148 b.
15. Gallup Global Workplace Report, 2023
16. З.Дж.Адилова ва бошқалар. "Рақамли иқтисодиёт шaroитида меҳнат бозори ривожланиш". Монография. Инновацион ривожланиш нашриёт матбаа уйи., 2023. – 204 bet.
17. Adilova Z va boshqalar. Raqamli iqtisodiyot sharoitida mehnat migratsiyasining transformatsiyasi. Monografiya. T.; "Innovatsion rivojlanish nashriyot matbaa uyi" 2023, 170 b.
18. Z.Dj.Adilova. HR brendingni rivojlantirish omillari va baholash usullari: xorijiy tajriba. Mehnat iqtisodiyoti va inson kapitali ilmiy elektron jurnali. № 4-2023

muhandislik **& iqtisodiyot**

ijtimoiy-iqtisodiy, innovatsion texnik,
fan va ta'limga oid ilmiy-amaliy jurnal

Ingliz tili muharriri: Feruz Hakimov

Musahhih: Zokir Alibekov

Sahifalovchi va dizayner: Iskandar Islomov

2025. № 11

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Muhandislik va iqtisodiyot" jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar ma'sul. Tahririyat fikri har vaqt ham mualliflar fikriga mos kelamasligi mumkin. Tahririyatga yuborilgan materiallar qaytarilmaydi.

"Muhandislik va iqtisodiyot" jurnali 26.06.2023-yildan
O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Adminstratsiyasi huzuridagi
Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan
№S-5669245 reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan.
Litsenziya raqami: №095310.

**Manzilimiz: Toshkent shahri Yunusobod
tumani 15-mavze 19-uy**





+998 93 718 40 07



<https://muhandislik-iqtisodiyot.uz/index.php/journal>



t.me/yait_2100