

XALQARO KO'RGAZMALARNI TASHKILLASHTIRISH VA LIDERLIKNING RISKLARNI BAHOLASHDAGI AHAMIYATI

Tajiboyev Anvarjon Yo'ldashevich

*Biznes va tadbirkorlik oliy maktabi,
MBA Liderlik (Leadership) OL-1uz-25S-e gurux
magistr tinglovchisi,*

Annotatsiya: *Maqolada xalqaro ko'rgazmalarni tashkillashtirish faoliyatida risklarni baholash va ularni kamaytirishda liderlikning roli tahlil qilingan. Tahlillar asosida liderning strategik fikrlash, moliyaviy va marketing xavflarini oldindan aniqlash, ish joyida mas'uliyat va hisobdorlikni ta'minlash orqali samarali qarorlar qabul qilishdagi ahamiyati yoritilgan. Shuningdek, mahalliy kompaniyalar xalqaro ko'rgazmalar orqali investitsion faoliyatini rivojlantirishda liderlikka asoslangan risklarni boshqarishning strategik ahamiyati ko'rsatilgan.*

Kalit so'zlar: *xalqaro ko'rgazmalar, liderlik, risklarni baholash, investitsiya, strategik boshqaruv.*

Abstract: *The article analyzes the role of leadership in risk assessment and mitigation in the organization of international exhibitions. The study highlights the importance of leadership in strategic decision-making, including forecasting financial and marketing risks, ensuring accountability in the workplace, and effective organizational management. Additionally, the strategic significance of leadership-based risk management for local companies developing their investment activities through international exhibitions is emphasized.*

Keywords: *international exhibitions, leadership, risk assessment, investment, strategic management.*

Kirish (Introduction)

Hozirgi kunda xalqaro ko'rgazmalar iqtisodiy rivojlanish va kompaniyalarning investitsion faoliyatini rivojlantirishda muhim vosita hisoblanadi. Shu bilan birga, ko'rgazma faoliyatida yuzaga kelishi mumkin bo'lgan risklarni aniqlash va ularni boshqarish muammosi dolzarbdir. Rivojlangan mamlakatlarda bu jarayonda liderlarning strategik va tashabbuskor roli tadqiq qilingan bo'lsa-da, mahalliy kompaniyalar uchun bu masala hali ham chuqur ilmiy va amaliy tadqiqotni talab qiladi.

Methods (Usullar): Tadqiqot quyidagi metodlar asosida olib borildi: Adabiyotlarni tahlil qilish – xorijiy va mahalliy ilmiy manbalar, jumladan, strategik menejment va ko'rgazma faoliyati bo'yicha tadqiqotlar tahlil qilindi. Strategik risklarni aniqlash – xalqaro ko'rgazmalarda yuzaga keladigan moliyaviy, texnologik va marketing xavflari aniqlandi. Liderlik rollarini baholash – risklarni boshqarishdagi liderning strategik qaror qabul qilishdagi va jamoani boshqarishdagi ahamiyati o'rganildi. Amaliy misollar tahlili – mahalliy kompaniyalar tajribasi asosida xalqaro ko'rgazmalar orqali investitsion faoliyatni rivojlantirish va risklarni kamaytirish usullari ko'rib chiqildi.

Results (Natijalar)

Liderlik risklarni boshqarishda strategik rol o'ynaydi: moliyaviy, marketing va tashkiliy xavflarni oldindan aniqlash va kamaytirish. Tashkilot ichidagi shaffoflik va hisobdorlikni ta'minlash orqali qarorlar qabul qilish jarayoni samaradorligi oshadi. Mahalliy kompaniyalar uchun xalqaro ko'rgazmalar orqali investitsion faoliyatni rivojlantirishda liderlik risklarni minimal darajaga tushirishga yordam beradi. Loyiha strategik rejasi va jamoaning birgalikdagi ishlash modeli risklarni kamaytirish va muvaffaqiyatli natijalarga erishish imkonini beradi.

Muxokama (Discussion)

Xalqaro ko'rgazmalarni tashkillashtirish xizmatlari va ularning rivojlanishi masalasi bir qator xorijiy va mahalliy iqtisodchi olimlar tadqiqotlarida o'z ifodasini topgan. Jumladan, Fleischhauer I., Ibid. S., Kovalchenko I.D., Yu.L. Rybakov, Nikitin Yu.A., Bubnov Yu.N., Kinyapina N.S., Mixaylovskaya A.I., Rojkova M.K., Mamin-Sibiryak D.N. va boshqalar xalqaro ko'rgazmalar faoliyatining tashkil etish, nazorat qilish va standartlashtirish sohasida ilmiy asoslarni ishlab chiqqan.

Ushbu tadqiqotning nazariy asosi strategik jarayonlar va strategiya nazariyasi sohasidagi xorijiy olimlar, jumladan, I. Ansoff, D. Kahneman, P. Krugman, E. Luttwak, D. North, M. Porter, E. Phelps ishlariga tayanib shakllangan. Menejment sohasida esa: P. Drucker, P. Mintzberg kabi olimlar tashkilotlarda samarali qaror qabul qilish va liderlikning ahamiyatini ochib bergan. Ichki iqtisodiy fanlarda strategik menejment va strategiya nazariyasi asoslarini rivojlantirish bo'yicha A. Aganbegyan, A. Granberg, V. Kvint, V. Makarov tadqiqotlari muhim ahamiyatga ega.

Sanoat korxonalari va mahalliy kompaniyalar xalqaro ko'rgazmalar orqali o'z investitsion faoliyatini rivojlantirishdagi imkoniyatlarni to'liq baholashlari zarur. Bu esa o'z navbatida risklarni baholash va ularni kamaytirishda liderlikning muhimligini ko'rsatadi. Lider, o'z navbatida, strategik fikrlash, moliyaviy va marketing xavflarini oldindan tahlil qilish, taraflar o'rtasida muvofiqlashtiruvchi siyosat olib borish va tashkilotning maqsadlariga erishishdagi samaradorlikni ta'minlaydi.

Xalqaro ko'rgazmalar tarixiga nazar soladigan bo'lsak, 1851 yildan XX asr o'rtalariga qadar ilgari o'tkazilgan ko'rgazmalar sanoat inqilobi va davrning mustamlakachilik ambitsiyalariga kuchli ta'sir ko'rsatdi. Texnologik innovatsiyalarga asoslangan moddiy taraqqiyot ko'rgazmalarining diqqat markazida bo'ldi; mustamlaka pavilyonlari, bu erda mamlakatlar o'z mustamlakalarining ekzotizmini namoyish eta olishdi va "ibtidoiy odamlar" deb nomlangan etnografik xususiyat ko'rgazmalarining ajoyib ko'ngilochar diqqatga sazovor joylari edi. Ushbu "taraqqiyot asrida" buyuk nemis faylasufi va madaniyatshunosi Valter Benjamin aytganidek, ko'rgazmalar "tovarlar uchun ziyoratgoh" va, ehtimol, eng muhim madaniy almashinuv tadbiridir. Birinchi va Ikkinchi Jahon Urushlari texnologiyalar g'oyasini taraqqiyot manbai sifatida butunlay o'zgartirdi: texnologiya halokatli bo'lishi mumkin va undan foydalanish ijtimoiy va siyosiy javobgarlikka tortilishi kerak.

Ikkinchi Jahon urushidan keyin moddiy taraqqiyotga bo'lgan qiziqish inson taraqqiyoti va xalqaro muloqotga yo'l ochdi. Texnologiya hali ham ko'rgazmaning markazida edi, lekin uning maqsadi emas, balki inson taraqqiyoti vositasi edi. 1958 yilda Bryusseldagi ko'rgazma "taraqqiyot va insoniyat" ga bag'ishlangan; 1962 yil Sietl ko'rgazmasi "Kosmik asrdagi odam" haqida edi; Monrealdagi 1967 yilgi ko'rgazma "Odam va uning dunyosi" ga bag'ishlangan edi.

"Xalqaro ko'rgazmalar faoliyati" tushunchasi terminalogiyada yo'qligi sababli ini qo'yidagicha ko'rib chiqamiz: *Tashkilotlarning xalqaro ko'rgazmalar faoliyati* – bu ixtisoslashtirilgan faoliyat tashkilot uchun tijorat va yoki notijorat tashkilotlar, moddiy, texnik, axborot va marketing daromad olishga qaratilgan xalqaro ko'rgazmalar o'tkazish, shuningdek, ijtimoiy, ekologik va imidj ko'rsatkichlariga erishish, ko'rgazma tashkilotining rivojlanishiga yordam beradi(markaz) va tashkilotchining ishi va tadbirkorlik uchun shart-sharoitlar yaratish, eksport salohiyatini shakllantirish va oshirishga yunaltirilgan faoliyatdir; *Sanoat korxonalarining xalqaro ko'rgazmalar faoliyati* – bu yo'naltirilgan faoliyat ko'rgazma tadbirini tayyorlash, o'tkazish ushbu strategiyaning bir qismi sifatida, xalqaro ko'rgazmada qatnashish, iqtisodiy shakllantirish, shu jumladan eksport salohiyatini amalga oshirish, va o'tkazishda ishtirok etishning strategik maqsadlariga erishish xalqaro ko'rgazma va ko'rgazmadan keyingi davr; *Xalqaro reklama tashkilotlarining ko'rgazma faoliyati* - bu faoliyat mahalliy hokimiyat va boshqa manfaatdor shaxslar notijorat tashkilotlarning ko'rgazma tadbirlarini o'tkazish xarakteri va xalqaro tashkilotchini qo'llab-quvvatlashga qaratilgan ko'rgazmalar.

Shunday qilib, "xalqaro ko'rgazma faoliyati" tushunchasining xilma-xilligini, eksponent va tegishli tashkilotlarda tashkilotchining xalqaro ko'rgazma faoliyati va uning tarkibiy qismlarini ochib berildi.

O'tgan ko'rgazmadagi ishtirokni tahlil qilib, korxona foydalanilmagan imkoniyatlari - zaxiralarni aniqlash va baholash.

Har bir sanoat tashkilotlarining xilma-xil resurslari bo'lib, ular ko'rgazma tadbirida qatnashadigan korxonalarning baholash qobiliyati va tayyorligini ko'rsatadigan manbalardir.

Iqtisodiy rivojlanishning hozirgi bosqichida ko'pchilik korxonalar tomonlardan biri xabardor qilingan sharoitda ishlaydi ikkinchisidan yaxshiroq, bozor bitimi natijasiga ta'sir qiluvchi omillar haqida: xayotning to'liq bo'lmagan ma'lumotlar iqtisodiy ajralmas belgisidir.

Butunjahon ko'rgazmalar sanoati uyushmasining ma'lumotlariga ko'ra, kompaniyalarni strategiyani amalga oshirish, jumladan yangi shartnomalar tuzish uchun javobgar bo'lganlarning 95 foizi xalqaro sanoat ko'rgazmalarida uchrashadilar va o'zaro hamkorlik qiladilar. Mutaxassislarining fikriga ko'ra, 2017 yilda ushbu global sanoatning daromadi 30 milliard AQSh dollaridan oshdi. U tez sur'atlar bilan rivojlanmoqda va 2020 yilgacha biz uning yillik o'sishini 5%²⁰ darajasida kutishimiz mumkin. Iqtisodiyotning barcha jabhalari, ayniqsa sanoat uchun, ko'rgazma va yarmarka faoliyat asisiy richak hisoblanadi, davlat uchun esa milliy manfaatlarning keng doirasini amalga oshirishning shakli va mexanizmi hisoblanadi.

Agar 2015 yil oxiriga kelib ko'rgazma bozori hajmi AQSh, Xitoy, Buyuk Britaniya, Frantsiya, Italiya, Braziliya, Ko'rfaz hamkorlik kengashi davlatlari, Rossiya, Gonkong, Turkiya, Meksika, Hindiston va Indoneziya²¹ kabi 14 ta mintaqaviy bozorni, 2 24,3 milliard dollarga baholanadi, "AMR International" konsalting agentligining prognoziga ko'ra 2024 yilga kelib u 34,5 milliard AQSh²² dollargacha o'sadi.

Xorijiy va mahalliy olimlar tadqiqotlarida xalqaro ko'rgazmalarining iqtisodiy va amaliy ahamiyati, ularning imkoniyatlari va risklari tahlil qilingan. Lekin mahalliy kompaniyalar uchun xalqaro ko'rgazmalarni investitsiya faoliyatini rivojlantirishda qo'llash masalalari hanuzgacha chuqur va umumlashtirilgan tahlilni talab etadi. Shu bois, liderlikning roli yuqori ahamiyatga ega bo'lib, u quyidagi yo'nalishlarda samarali hisoblanadi:

1. Risklarni oldindan prognoz qilish va baholash. Lider tashkilotning xalqaro ko'rgazma loyihalarida moliyaviy, texnologik va marketing xavflarini aniqlaydi.

2. Qarorlar qabul qilish jarayonida strategiyani belgilash. Liderning tahliliy va strategik fikrlash qobiliyati xavflardan minimal zararlanishni ta'minlaydi.

²⁰ <https://www.amrinternational.com/product/globex-2018/>

²¹ <https://www.amrinternational.com/product/globex-2018/>

²² <https://www.amrinternational.com/product/globex-2018/>

3. Ta'sirchan muloqot va hamkorlikni yo'lga qo'yish. Lider kompaniya va sheriklar o'rtasida kelishuvni ta'minlaydi, bu esa loyihalarning samaradorligini oshiradi.

4. Ish joyida mas'uliyat va hisobdorlikni ta'minlash. Samarali liderlik tashkilotda ichki nazorat va shaffoflikni mustahkamlaydi, bu esa xalqaro ko'rgazma faoliyatidagi potensial risklarni kamaytiradi.

5. Innovatsiyalar va strategik rivojlanishni rag'batlantirish. Lider zamonaviy texnologiyalar va samarali marketing strategiyalari orqali kompaniyaning xalqaro maydonda raqobatbardoshligini ta'minlaydi.

Shuningdek, mahalliy kompaniyalar xalqaro ko'rgazmalar orqali o'z investitsion faoliyatini rivojlantirishi mamlakat iqtisodiy-ijtimoiy rivojlanishi uchun ham muhimdir. Bu esa xalqaro ko'rgazmalarni tashkillashtirishda liderlikka asoslangan risklarni baholash va boshqarishning ahamiyatini yanada oshiradi.

Xulosa qilib aytganda, xalqaro ko'rgazmalar orqali iqtisodiy faoliyatni samarali rivojlantirish va investitsiya imkoniyatlaridan to'liq foydalanish uchun liderlikning roli hal qiluvchi omil hisoblanadi. Lider nafaqat strategiyani belgilaydi, balki risklarni baholash va ularni minimallashtirishda amaliy vosita sifatida xizmat qiladi.

References

1. Гончарова Н. В. Управление человеческими ресурсами организации в условиях современного рынка труда : учебное пособие / Н. В. Гончарова, Л. В. Дайнеко, Е. В. Зайцева. под общ. ред. Е. В. Зайцевой/– Екатеринбург : Изд-во Урал. ун-та, 2021. – 162 с.

2. Qodirov T.U. Inson resurslarini boshqarish. Darslik.// T.U. Qodirov. – T.: Impress media, 2025. -566 bet.

3. Suyunova D.D. Rakamli korporativ boshkaruvni joriy etishning ilg'or xorij rivojlangan mamlakatlar tajribasi va ijobiy tomonlarini joriy qilish. European science international conference: analysis of modern science and innovation. <https://esiconf.org/index.php/AMSI/article/view/2552/2376>. 2025, fevral.

4. Suyunov D.X., Qodirov T.U., Umarova R.Z. Boshqaruv etikasi va korporativ madaniyat. Darslik: T.: 2025, 475 bet.

5. Suyunov D.X., E.A. Xoshimov, Sh.A. Xusainov Korporativ boshqaruv: muammolar va zamonaviy yechimlar. 2018. 220 bet.

6. Suyunov D.X., S.E. Elmirzayev Korporativ boshqaruv. Darslik–Toshkent 2022. 450 bet.

7. Suyunov D.X., A.T. Kenjabayev, A. Ro'ziyev Elektron tijorat. 2023. 450 bet.