

УДК 338.23:339.

**Худойберганова Дилноза Анваржон қизи**

*ассистент кафедры "Экономика", Ферганский политехнический институт,*

*Республика Узбекистан*

**ТОРГОВО-ПОСРЕДНИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ НА МИРОВЫХ  
РЫНКАХ**

**Khudoyberganova Dilnoza A.**

Assistant of the Department of Economics, Ferghana Polytechnic Institute,

Republic of Uzbekistan

ORCID: 0000-0002-7759-0665

**TRADE AND INTERMEDIARY ACTIVITIES IN WORLD MARKETS**

***Abstract.** The development of the processes of globalization of the world economy is a direct consequence of the expansion of the scale of international trade, which in turn determines the increase in the role of intermediary operations. Effective trade and investment cooperation between the countries is a fundamental factor for their stable economic development and increasing competitiveness in the global economy. Improving the international competitiveness of the Republic of Uzbekistan depends not only on the diversification of the sectoral structure of the economy and increasing the quality of products, but also on the use of modern management systems and marketing technologies, quantitative and qualitative development of operations of local intermediary companies in the field of international business. This justifies the relevance of the study. The paper considers the main directions of trade and intermediary activity on the world markets.*

***Keywords:** export, import, international corporation, international trade, mediation, multinational trading companies, product, trade.*

***Аннотация.** Развитие процессов глобализации мировой экономики является прямым следствием расширения масштабов международной*

торговли, что в свою очередь предопределяет увеличение роли посреднических операций. Эффективное торгово-инвестиционное сотрудничество стран является основополагающим фактором их стабильного экономического развития и повышения конкурентоспособности в мировой экономике. Повышение международной конкурентоспособности Республики Узбекистан зависит не только от диверсификации отраслевой структуры экономики и увеличения качества продукции, но и от использования современных систем менеджмента и маркетинговых технологий, количественного и качественного развития операций местных посреднических компаний в сфере международного бизнеса. Этим обоснована актуальность исследования. В работе рассмотрены основные направления торгово-посреднической деятельности на мировых рынках.

**Ключевые слова:** экспорт, импорт, международная корпорация, международная торговля, посредничество, транснациональные торговые компании, продукт, торговля.

**Введение.** Начиная со второй половины XX в. наблюдается активное развитие процессов глобализации и регионализации, которые определяют особенности роста товарных рынков. Торговое посредничество - весьма важная и неотъемлемая часть современной рыночной экономики. Объективная экономическая необходимость и высокая эффективность торгово-посреднического звена в международной торговле сырьем, полуфабрикатами, готовыми изделиями, машинами и оборудованием, а также услугами доказаны всей практикой работы в сфере реализации зарубежных производителей, экспортеров и импортеров.

Многолетний опыт деятельности как крупных, так и средних и малых промышленных и коммерческих структур за рубежом показал, что конечный эффект от использования посредников, осуществляющих связь производителя с потребителем товаров и услуг, значительно выше, чем создание производителем собственной сбытовой сети. (В последнем случае

производителю для покрытия огромных издержек по реализации пришлось бы значительно повысить цену продаваемых товаров и услуг, что резко снизило бы их конкурентоспособность на мировом рынке). Не случайно, что сбытовые структуры крупнейших международных корпораций типа «General Motors», «Nestlé», «Westinghouse», «Mitsubishi Heavy Industries», «IBM», «British Petroleum» прямо или опосредованно опираются на сотни и тысячи различных посреднических фирм, действующих в различных странах мира.

Актуальность избранной темы исследования усиливается тем, что в настоящее время сохраняется проблема существенного качественного отставания от мировых стандартов тех услуг, которые оказываются местными посредническими компаниями. При этом в Республике Узбекистан пока отсутствует система действенного государственного регулирования операций посреднических компаний в международном бизнесе, и поэтому они фактически не задействованы в реализации задачи повышения международной конкурентоспособности страны.

### **Методы.**

Методологической основой исследования послужил диалектический подход, предполагающий изучение противоречий и взаимосвязи рассматриваемых явлений. В работе применялись такие общенаучные методы исследования, как наблюдение и сравнение, обобщение и классификация, анализ и синтез, индукция и дедукция, метод научной абстракции, статистические методы, исторический и логический методы.

Проблематика посредничества и посреднических операций в рыночной экономике охватывает достаточно широкий круг проблем. К наиболее разработанным из них относятся вопросы, связанные с развитием финансового посредничества, которым посвящены работы таких известных зарубежных специалистов, как Ф. Аллен, Дж. Бенстон, Д. Бойд, Д. Гейл, Дж. Гёрли, Д. Даймонд, Т. Кемпбелл, В. Крекоу, С. де Куссерг, Х. Лиленд, Д. Пайл, Э. Прескотт, Р. Раджан, А. Сантомеро, К. Смит, Дж. Тобин, Дж. Фридмен, У. Шарп, Э. Шоу. Среди трудов современных авторов стран СНГ,

в том числе и Узбекистана следует выделить работы А. М. Абдуллаева, Н.И. Баировой, Т. Б. Бердниковой, О.А. Богуцкой, Ю.Б. Власенковой, Е.Н. Глущенко, Л.П. Дроздовской, М.А.Икрамова, А.В. Канаева, А. М.Кодирова, И.К. Ключникова, О.А. Молчановой, Ю.В. Рожкова, А.В. Стрельцова и других.

### **Обсуждение & Результаты.**

Как показывают многие зарубежные исследования, число фирм-посредников в мировой торговле постоянно растет. Это связано с постоянно увеличивающимся спросом потребителей на товары и услуги, обновлением и пополнением ассортимента последних, расширением и углублением международного разделения труда, в том числе и в сфере распределения.

Торгово-посреднические фирмы и организации, действующие за рубежом, активно совершенствуют свою деятельность за счет использования новых методов и технологий, уже успешно применяемых в промышленности. Это позволяет оптимизировать их операции, способствует снижению цен и улучшению обслуживания клиентов. В настоящее время многие из них оснащены самыми совершенными средствами связи, передовыми операционными системами учета товаров, работающих в режиме реального времени, автоматизированными системами оформления счетов и заказов. Современные технологии внедряются в сферу складского хозяйства, где успешно используется компьютерная и другая техника.

По нашему мнению, в общем смысле под торгово-посредническими операциями понимаются операции, связанные с куплей-продажей товаров и выполняемыми по поручению поставщика (производителя или экспортера/импортера) независимым от него торговым посредником на основе заключенного между ними соглашения и отдельного поручения. К торгово-посредническим операциям в мировой практике относят также такие виды деятельности как заготовительная, снабженческо-сбытовая и торговая деятельность, опосредуемая, как правило, договорами купли-продажи. При этом фирмы, осуществляющие эти операции, являются независимыми. Они

не являются производителями и конечными потребителями находящейся в сфере реализации продукции и осуществляют любые операции с товаром на свое усмотрение. Весьма обширна сфера деятельности торгово-посреднических фирм. В основном они занимаются коммерческой деятельностью, при этом крупные посредники иногда выполняют и производственные операции, связанные в основном с обработкой закупаемых и реализуемых ими товаров, транспортировкой, страхованием, складированием товаров, однако эти функции подчинены реализации коммерческих операций.

Огромное число сделок в международной торговле осуществляется с помощью посредников - торговых фирм, организаций и физических лиц, занимающих промежуточное положение между производителями товаров и услуг и их конечными потребителями. С экономической точки зрения ко всем им вполне применимо понятие "торговые посредники", наиболее широко распространенное в международной коммерческой практике.

Через торговых посредников проходит реализация на мировом рынке подавляющего объема целых товарных групп машин и оборудования, многих видов сырья, основных полуфабрикатов, готовых изделий, продуктов питания, товаров широкого потребления. Например, по оценкам различных экспертов, свыше двух третей машино-технических изделий и оборудования, вовлекаемых в международный оборот, реализуется с помощью торговых посредников. В целом, по современным оценкам, более половины международного торгового обмена осуществляется при содействии или при непосредственном участии независимых от производителей и потребителей товаров и услуг торгово-посреднических фирм, организаций и отдельных лиц. С учетом внутренней торговли, часто являющейся продолжением торговли внешней, доля посредников в торговом обмене между производителями и конечными потребителями еще выше и составляет, по нашим подсчетам, не менее 90% совокупного всемирного обмена товаров и услуг.

Высокая роль посредников характерна как для торговли товарами массового спроса, так и для торговли изделиями, спрос на которые весьма ограничен в силу их специфики. Часто без посредников не обходится и сбыт уникальных товаров, когда на мировом рынке действует всего один производитель-монополист и 2-3 конечных потребителя.

Основная цель использования посредников - повышение экономической целесообразности и эффективности внешнеторговых операций. Несмотря на расходы по оплате вознаграждения посредникам экономичность операций повышается за счет следующих факторов:

- привлечение посредников повышает оперативность сбыта товаров, что способствует увеличению прибыли продавца за счет ускоренного оборота его капитала;
- посредники, находясь ближе к покупателю, лучше знают рынок и более оперативно реагируют на изменение его конъюнктуры, что позволяет реализовывать товар на более благоприятных для экспортера условиях, освобождая его от многих забот, связанных с реализацией товара;
- привлечение посредников создает возможность повысить конкурентоспособность товаров за счет сокращения сроков поставок и промежуточных складов, лучшего складирования и хранения товаров, предпродажного сервиса и технического обслуживания, специальной маркировки, доукомплектации изделий в стране сбыта в соответствии с местными требованиями;
- некоторые посредники финансируют сделки экспортера, авансируют поставщиков, вкладывая собственный капитал в создание и функционирование сбытовой сети, что создает важные экономические преимущества от экономии средств, вкладываемых в обращение;
- посредники обеспечивают для экспортеров возможность относительно быстрого выхода на новые рынки, более легкого доступа к покупателям, дают возможность экспортеру уменьшить или устранить кредитные риски,

экономить на бухгалтерских и канцелярских расходах, оптимизировать затраты на маркетинг, рекламу и т.п.;

- посредники, всегда находясь в более тесном контакте с конечными потребителями товаров и услуг, являются важными постоянными источниками ценной первичной информации о рынке - его емкости, тенденциях формирования и изменения спроса, его сегментации, положении конкурентов, перспективах сбыта, ценах и возможностях их изменения, современных требованиях к уровню качества и конкурентоспособности товара. Умелое использование экспортером такой информации, как показывает практика работы на внешнем рынке отдельных фирм, часто позволяет им получать важные конкурентные преимущества, активно совершенствовать тактику и стратегию сбыта, многократно окупая затраты на оплату услуг посредников;

- при работе через посредников, специализирующихся на массовом сбыте определенной номенклатуры товаров, обычно возникает дополнительная выгода за счет снижения издержек обращения на единицу реализуемого товара.

Анализ современной практики международной торговли показывает, что к услугам торговых посредников в своей внешнеэкономической деятельности прибегают в первую очередь мелкие и средние фирмы-поставщики. Использование инструмента посредничества является стержневым в организации сбыта выпускаемых ими товаров. Используют независимых посредников и крупные промышленные компании, в том числе транснациональные. Последние, однако, прибегают к услугам посредников в основном при реализации второстепенных видов продукции, на отдельных труднодоступных рынках, рынках малой емкости, при отсутствии собственной сбытовой сети, опирающейся на торговые филиалы и представительства, при относительно небольших объемах или при эпизодическом осуществлении экспортно-импортных операций.

Крупные фирмы-поставщики активно используют также посредников при выходе на новые экспортные рынки. Так, анализ внешнеторговой экспансии ведущих промышленных корпораций Японии позволяет выделить три основных этапа в их сбытовой стратегии. На первом этапе (первоначальный выход на новый экспортный рынок) японские компании используют только иностранных (реже) или японских (чаще) торговых посредников. На втором этапе (освоение зарубежного рынка) сбыт осуществляется частично как через посредников, так и через собственные торговые представительства или торговые филиалы, которые часто организуются в виде дочерних сбытовых фирм. На последнем третьем этапе (активное утверждение на зарубежном рынке) японские поставщики сбыт своей продукции уже полностью осуществляют через собственные торговые фирмы, действующие на территории страны-импортера.

Весьма показательна в этом отношении стратегия освоения рынка США, ведущими японскими автомобильными корпорациями. Так, на этапе внедрения на американский рынок легковых автомобилей в 1957-1960 гг. сбыт продукции «Nissan motor» осуществляли ее традиционные японские торговые посредники - торговые дома «Marubeni» и «Mitsubishi». В дальнейшем (1961-1965 гг.) сбыт ее автомашин в США шел частично через собственную сбытовую фирму «Nissan Motor Corporation - USA» и частично через нескольких местных посредников. С 1966г. она отказалась от услуг последних полностью, переключив продажи на собственную торговую фирму.

Оценивая значение посредников, следует также учитывать, что они становятся практически незаменимым инструментом при использовании экспортером или импортером отдельных специфических форм сбыта, например, биржевой торговли, участия в международных торгах (тендерах) на машины, оборудование и объекты капитального строительства, при торговле патентами и лицензиями.



Говоря о преимуществах использования посредников, нельзя забывать и об объективных недостатках, которые влечет за собой привлечение торгово-посреднического звена к сбыту товаров. Главный из них - отсутствие у поставщика непосредственных контактов с рынком сбыта.

Рассматривая вопрос о привлечении торгового посредника, производитель всегда должен четко представлять возможный экономический эффект от его деятельности. В случае, если посредник не обеспечивает получения дополнительной прибыли по сравнению с той, которую производитель извлекает при самостоятельном сбыте товаров на рынке, его привлечение экономически бессмысленно. К сожалению, обстоятельный подсчет возможного экономического эффекта от использования посредника на практике весьма затруднителен. Возможно, ли оценить, например, упущенную выгоду от использования посредника, о которой производитель в силу своей неосведомленности даже не подозревает?

В условиях современной рыночной экономики слепое следование принципу «обойдемся без посредников» явно не выдерживает критики. О неверности такого принципа свидетельствует вся практика международной торговли.

С целью анализа национального рынка услуг по посредничеству в международном бизнесе в работе применена технология SWOT-анализа, результаты которого представлены в таблице 1.

**Табл. 1. SWOT-анализ современных национальных посреднических компаний в международном бизнесе**

<b>Сила (Strength)</b> <i>- сильные стороны современных национальных посреднических компаний в международном бизнесе</i>	<b>Слабость (Weakness) –</b> <i>слабые стороны современных национальных посреднических компаний в международном бизнесе</i>
1) Увеличение многофункциональности посредников и оказание ими комплексных услуг своим клиентам; 2) Укрупнение и усиление процессов	1) Отставание отечественных посреднических компаний от зарубежных посредников по объему оказанных услуг; 2) Отсутствие заинтересованности посреднических

<p>консолидации посреднических компаний;</p> <p>3) Приближение к мировым стандартам применяемых посредниками технологий ведения бизнеса, включая внедрение новых мобильных и Интернет-технологий;</p> <p>4) Открытие совместных посреднических предприятий с узбекскими и иностранным участием в Узбекистане и за рубежом;</p> <p>5) Повышение роли государства в безвозмездном оказании посреднических услуг национальному бизнесу, важнейшей из которых является создание единого национального портала внешнеэкономической информации.</p>	<p>компаний в решении проблем модернизации национальной экономики и повышения международной конкурентоспособности Узбекистана;</p> <p>3) Сохраняющаяся значительная доля посредников в проведении теневых операций, соучастии в коррупции, неорганизованной торговле, противоправных внешнеторговых сделках;</p> <p>4) Отсутствие прозрачности и открытости посреднического бизнеса, недобросовестная конкуренция и недостаточно эффективное взаимодействие посреднических компаний;</p> <p>5) Опасность олигополизации рынка посреднических услуг крупными многофункциональными посредническими структурами;</p> <p>6) Низкое количество национальных посреднических компаний, представленных на международных информационных порталах</p>
<p><b>Возможности (Opportunities)</b> - внешние благоприятные возможности для развития посредничества в международном бизнесе</p>	<p><b>Угрозы (Threats)</b> - внешние угрозы развитию посредничества в международном бизнесе</p>
<p>1) Упорядочивание национального законодательства Узбекистана, введение новых нормативно-правовых актов по регулированию некоторых видов посредников;</p> <p>2) Увеличение поддержки посреднических компаний органами государственной власти;</p> <p>3) Использование местных компаний в качестве посредников в третьей стране, что особенно востребовано при вхождении</p>	<p>1) Несовершенство законодательной базы, основными из которых являются отсутствие закрепленных на законодательном уровне формулировок понятия посредничества и связанных с ним терминов, а также отсутствие в нормативно-правовых актах четко определенных прав и обязанностей некоторых видов посреднических компаний;</p> <p>2) Отставание от зарубежных стран</p>

<p>зарубежного бизнеса на рынки стран СНГ, ЕврАзЭС, Единого экономического пространства;</p> <p>4) Поддержка местных посреднических компаний со стороны международных организаций и зарубежных органов государственной власти;</p> <p>5) Вступление Республики Узбекистан в ВТО, открывающее новые возможности для расширения экспортно-импортных операций национального бизнеса;</p> <p>6) Кризисные явления в экономике, способствующие уходу отечественных и зарубежных конкурентов с рынка, а также повышению эффективности деятельности посреднических компаний.</p>	<p>в сфере построения системы государственной поддержки посреднических компаний;</p> <p>3) Низкая компетентность и слабая заинтересованность руководителей местных компаний в работе с посредниками;</p> <p>4) Недостаточное использование Интернет-технологий местными клиентами посреднических компаний;</p> <p>5) Отсутствие статистической информации о деятельности посредников на национальном рынке Узбекистана;</p> <p>6) Конкуренция со стороны иностранных посреднических компаний, особенно усилившаяся после вступления Узбекистана в ВТО;</p> <p>7) Кризисные явления в экономике, провоцирующие падение доходов всех видов посреднических компаний, которое оказывается критическим для многих предприятий малого бизнеса.</p>
---	--

### **Заключение.**

Важной особенностью качественных сдвигов, произошедших в торгово-посредническом звене, является расширение направлений и сфер этой деятельности. В результате расширения сфер заграничной деятельности появились крупнейшие фирмы — транснациональные торговые корпорации (ТГК) занимающие господствующие позиции на мировых товарных рынках отдельных товаров. Важной особенностью является превращение крупнейших розничных фирм в международные по сфере деятельности компании, играющие существенную роль в международном товарообороте отдельных стран. Через них реализуется на внутреннем рынке в огромных масштабах обезличенная продукция иностранных поставщиков (иными словами, она продается в фирменных магазинах крупнейших компаний под

маркой последних). Другой важной особенностью является подчинение торговыми монополиями мелких и средних фирм — экспортеров и производителей в развивающихся странах. Через них они осуществляют скупку сырья, которое сами перерабатывают и реализуют через собственные розничные магазины. Для современных условий характерным является также широкое участие в международной торговле государственных и частных торговых компаний развивающихся стран. В современных условиях получили широкое развитие новые формы розничной торговли, максимально приближающие продавцов к конечным потребителям, а именно универсальная торговля через супермаркеты и универмаги, посылочная торговля, передвижная торговля, торговые автоматы. Это в значительной степени определило особенности их деятельности с потребительскими товарами, их формы и методы

Таким образом, необходимость и эффективность торгово-посреднического звена при осуществлении экспортно-импортных операций вполне очевидна. Если сводить все дело к принципам, то в этой области, как нам представляется, должен действовать более современный принцип, а именно: посредник - объективная необходимость, но лучше обойтись без лишнего посредника.

### **References**

1. Abdullaev A.M., Kurpayanidi K. I., Khudaykulov A. S. (2021). Institutional transformation of the business sector. Monograph. *Fergana AL-FERGANUS*.
2. Abdullaev, A. M. & ets. (2018). Activation of foreign economic relations on the basis of innovative development. *Practice of Uzbekistan. LAP LAMBERT Academic Publishing, Germany*.
3. Abdullaev, A. M., & ets. (2019). Actual issues of activization of financial factors development of entrepreneurship in Uzbekistan. *Kazakhstan Science Journal*, 2(3), 49-58.

4. Abdullayev, A.M. and ets. (2020). Analysis of industrial enterprise management systems: essence, methodology and problems. *Journal of critical reviews JCR*. 7(14): 1254-1260. Doi: <https://dx.doi.org/10.17605/OSF.IO/E6JFS>
5. Ashurov, M. S. (2019). «Doing Business 2019: training for reform» tadbirkorlik muhiti samaradorligini baholash vositasi sifatida. *Iqtisod va moliya. Jekonomika i finansy (Uzbekistan)*, (9). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/doing-business-2019-training-for-reform-tadbirkorlik-mu-iti-samaradorligini-ba-olash-vositasi-sifatida>
6. Ashurov, M. S. and ets. (2019). O'zbekistonda tadbirkorlik muhitining zamonaviy holati va uni samarali rivozhlantirish muammolarini baholash.. *GlobeEdit Academic Publishing*. Doi: <http://dx.doi.org/10.13140/RG.2.2.34273.74088>
7. Ashurov, M.S., and ets. (2020). Entrepreneurship and directions of its development in the context of the COVID-19 pandemic: theory and practice. *GlobeEdit Academic Publishing*. Doi: <https://doi.org/10.5281/zenodo.4046090>
8. Bessière, D., Charnley, F., Tiwari, A., & Moreno, M. A. (2019). A vision of re-distributed manufacturing for the UK's consumer goods industry. *Production Planning & Control*, 30(7), 555-567.
9. Ivanovich, K. K. (2020). About some questions of classification of institutional conditions determining the structure of doing business in Uzbekistan. *South Asian Journal of Marketing & Management Research*, 10(5), 17-28. Doi: <https://doi.org/10.5958/2249-877X.2020.00029.6>
10. Khudoyberganova, Dilnoza (2020). To the problems of innovation into the educational process, *Scientific Bulletin of Namangan State University: Vol. 2: Iss. 10, Article 74*. Available at: <https://uzjournals.edu.uz/namdu/vol2/iss10/74>
11. Kurpayanidi, K. (2021). National innovation system as a key factor in the sustainable development of the economy of Uzbekistan. In *E3S Web of Conferences* (Vol. 258, p. 05026). EDP Sciences.

12. Kurpayanidi, K. (2021). Scientific and Theoretical Issues of Entrepreneurship Development. *Bulletin of Science and Practice*, 7(6), 345-352. (in Russian). <https://doi.org/10.33619/2414-2948/67/38>
13. Kurpayanidi, K. I. (2015). *Entrepreneurship in a modern institutional environment*. Monograph. LAP LAMBERT Academic Publishing.
14. Kurpayanidi, K. I. (2017). "Doing Business 2017: Equal Opportunities for All" as a Driver of Entrepreneurial Environment Regulation. *Economic Analysis: Theory and Practice*, 16(3 (462)).
15. Kurpayanidi, K. I. (2018). Questions of classification of institutional conditions, determining the structure of business management in Uzbekistan. *ISJ Theoretical & Applied Science*, 9(65), 1.
16. Kurpayanidi, K. I. (2018). World bank DB2018 rating and its place in the development of the roadmap for entrepreneurship development in Uzbekistan. In *International scientific review of the problems of economics and management* (pp. 21-28).
17. Kurpayanidi, K. I. (2019). Theoretical basis of management of innovative activity of industrial corporation. *ISJ Theoretical & Applied Science*, 01 (69), 7-14. Doi: <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2019.01.69.3>
18. Kurpayanidi, K. I. (2020). Actual problems of implementation of investment industrial entrepreneurial potential. *ISJ Theoretical & Applied Science*, 01 (81), 301-307. Doi: <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2020.01.81.54>
19. Kurpayanidi, K. I. (2020). Corporate industry analysis of the effectiveness of entrepreneurship subjects in the conditions of innovative activity. *Экономика и бизнес: теория и практика*, (2-1).
20. Kurpayanidi, K. I. (2020). On the problem of macroeconomic analysis and forecasting of the economy. *ISJ Theoretical & Applied Science*, 03 (83), 1-6.
21. Kurpayanidi, K. I. (2020). To issues of development of entrepreneurship in the regions: theory and practice of Uzbekistan (on the materials of Andizhan region). *ISJ Theoretical & Applied Science*, 06 (86), 1-10. Doi: <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2020.06.86.1>

22. Kurpayanidi, K. I. (2020). To the problem of doing business in the conditions of the digital economy. *ISJ Theoretical & Applied Science*, 09 (89), 1-7. Doi: <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2020.09.89.1>
23. Kurpayanidi, K. I. (2021). Financial and economic mechanism and its role in the development of entrepreneurship. *Theoretical & Applied Science*, (1), 1-7. <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2021.01.93.1>
24. Kurpayanidi, K. I. (2021). Financial and economic mechanism and its role in the development of entrepreneurship. *ISJ Theoretical & Applied Science*, 01 (93), 1-7. Doi: <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2021.01.93.1> .
25. Kurpayanidi, K. I. (2021). The evolution of scientific and theoretical ideas about entrepreneurship. *Logistics and economics. Scientific electronic journal*.3. 178-185 pp.
26. Kurpayanidi, K. I. (2021). The institutional environment of small business: opportunities and limitations. *ISJ Theoretical & Applied Science*, 09 (101), 1-9.
27. Kurpayanidi, K. I., & Ashurov, M. S. (2020). COVID-19 pandemic sharoitida tadbirkorlik va uni rivozhlantirish masalalari: nazaria va amaliyot. Monograph. GlobeEdit Academic Publishing. <https://doi.org/10.5281/zenodo.4046090>
28. Kurpayanidi, K. I., & Ashurov, M. S. (2020). Entrepreneurship and directions of Its development in the context of the COVID-19 pandemic: theory and practice.
29. Kurpayanidi, K. I., & Mukhsinova, S. O. (2021). The problem of optimal distribution of economic resources. *ISJ Theoretical & Applied Science*, 01 (93), 14-22. Doi: <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2021.01.93.3>
30. Kurpayanidi, K., & Abdullaev, A. (2021). Covid-19 pandemic in central Asia: policy and environmental implications and responses for SMES support in Uzbekistan. In *E3S Web of Conferences* (Vol. 258, p. 05027). EDP Sciences.
31. Kurpayanidi, K.I. (2018). Questions of classification of institutional conditions, determining the structure of business management in Uzbekistan. *ISJ*

*Theoretical & Applied Science*, 09 (65): 1-8. Doi: <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2018.09.65.1>

32. Kurpayanidi, K.I. (2018). The typology of factors of increasing the innovative activity of enterprise entrepreneurs in the industry. *ISJ Theoretical & Applied Science*, 10 (66), 1-11. Doi: <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2018.10.66.1>

33. Kurpayanidi, K.I. (2020). Some issues of macroeconomic analysis and forecasting of the economy of Uzbekistan. *Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar. Ilmiy elektron jurnali*. 2, mart-aprel. p.100-108.

34. Kurpayanidi, K.I., (2020). Corporate industry analysis of the effectiveness of entrepreneurship subjects in the conditions of innovative activity. *Journal of Economy and Business*. 2-1. P.164-166. Doi: <https://doi.org/10.24411/2411-0450-2020-10111>

35. Iyosov, A. A., and ets. (2020). Problems of the use of digital technologies in industry in the context of increasing the export potential of the country. *ISJ Theoretical & Applied Science*, 10 (90), 113-117. Doi: <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2020.10.90.23>

36. Mamatova, Z. M., Nishonov, F.M. end ets. (2019). To the question of science approach to the construction of outsourcing business model of modern enterprise structure. *Dostijeniya nauki I obrazovaniya*. 7 (48). URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/to-the-question-of-science-approach-to-the-construction-of-outsourcing-business-model-of-modern-enterprise-structure>

37. Mamurov, D. (2019). Osobennosti podderzhki innovacionnoj dejatel'nosti: zarubezhnyj opyt i praktika dlja Uzbekistana. *Bjulleten' nauki i praktiki*, 5 (11), 255-261. Doi: <https://doi.org/10.33619/2414-2948/48/29>

38. Margianti, E. S., Ikramov, M. A., Abdullaev, A. M., & Kurpayanidi, K. I. (2020). Role of goal orientation as a predictor of social capital: Practical suggestions for the development of team cohesiveness in SME's. Monograph. Gunadarma Publisher, Indonesia. Doi: <http://dx.doi.org/10.13140/RG.2.2.28953.44641>



39. Mukhsinova, S. O. and ets. (2021). The problem of optimal distribution of economic resources. *ISJ Theoretical & Applied Science*, 01 (93), 14-22.
40. Tkach, D. V. and ets. (2020). Some questions about the impact of the COVID-19 pandemic on the development of business entities. *ISJ Theoretical & Applied Science*, 11 (91), 1-4. Doi: <https://dx.doi.org/10.15863/TAS.2020.11.91.1>
41. Tsoy, D., Tirasawasdichai, T., & ets. (2021). Role of Social Media in Shaping Public Risk Perception during COVID-19 Pandemic: *A Theoretical Review. International Journal of Management Science and Business Administration*, 7(2), 35-41.
42. Хамдамова, У., Д. Khudoyberganova. Impact of the pandemic on the introduction of elements of the digital economy / У. Хамдамова, Д. Khudoyberganova // Экономика и социум. – 2020. – № 7(74). – Р. 70-75.
43. Абдуллаев А. М., Тешабаев А. Э., и др. (2020). Исследование систем управления предприятием: сущность, методы и проблемы // *Бюллетень науки и практики*. Т. 6. №2. С. 182-192. <https://doi.org/10.33619/2414-2948/51/18>
44. Ашуров, М.С. и др. (2019). «Doing business 2019: Training for Reform» тадбиркорлик мухити самарадорлигини баҳолаш воситаси сифатида. *Экономика и финансы (Узбекистан)*. 9.
45. Ашуров, М.С. и др. (2020). COVID-19 пандемия шароитида тадбиркорлик ва ривожлантириш масалалари: назария ва амалиёт - Предпринимательство и направления его развития в условиях пандемии COVID-19: теория и практика. GlobeEdit, С. 212. Doi: <http://doi.org/10.5281/zenodo.4025593>
46. Курпаяниди, К. И. (2018). К вопросам оценки эффективности предпринимательства в рейтинге Forbes «Лучшие страны для бизнеса» (на материалах Республики Узбекистан). *Бюллетень науки и практики*. Т. 4. №3. С. 193-202. Doi: <https://doi.org/10.5281/zenodo.1198710>
47. Курпаяниди, К.И. (2020). Corporate industry analysis of the effectiveness of entrepreneurship subjects in the conditions of innovative activity. *Экономика и*

*бизнес: теория и практика - Journal of Economy and Business.* 2-1. С.164-166.

Doi: <https://doi.org/10.24411/2411-0450-2020-10111>

48. Курпаяниди, К.И. (2021). Создание малых предприятий: саморазвитие или интеграционное развитие, какой путь выбирают страны мира. *Проблемы современной экономики*, 3.

49. Мамуров, Д. и др. (2019). Особенности поддержки инновационной деятельности: зарубежный опыт и практика для Узбекистана. *Бюллетень науки и практики*, 5 (11), 255-261. Doi: <https://doi.org/10.33619/2414-2948/48/29>

50. Толибов, И. Ш. (2019). К вопросу оценки состояния и эффективности инфраструктуры предпринимательства в регионах Узбекистана. *Экономика и бизнес: теория и практика*, (1).

51. Худойберганава, Д. Влияние цифровой экономики на рынок труда: мировой опыт предотвращения безработицы / Д. Худойберганава, Н. Шарафуддинова // *Экономика и социум*. – 2020. – № 7(74). – С. 468-474.

52. Худойберганава, Д. Некоторые вопросы эффективной конкурентоспособности субъектов предпринимательства / Д. Худойберганава, С. Кодирова // *Экономика и социум*. – 2020. – № 7(74). – С. 475-481.

53. Худойберганава, Д.А. Фарғона вилояти саноат тармоқларига инвестицияларни жалб қилишнинг долзарб масалалари / Д. Худойберганава //Сборник материалов конференции «Минтақа иқтисодиётини инвестициялашнинг молиявий-хуқуқий ва инновацион жиҳатлари» Общество с ограниченной ответственностью "Русайнс" (Москва).-2020. С.265-271.