**B2G-BIZNESDAN HUKUMATGA (BUSINESS-TO-GOVERNMENT)**

**BIZNES MODELI TAHLILI**

**Husanova Gulchexra Sayfullayevna**

**Xalqaro Nordik universiteti**

**Iqtisodiyot va biznesni boshqarish kafedrasi**

**I.f.f.d., PhD.**

**g.xusanova@nordicuniversity.org**

**ORCID: 0009-0002-7621-4008**

**Habibjonov Usmonjon Sherzodjon o’g’li**

**Xalqaro Nordik universiteti**

**Habibjonovusmonjon9@gmail.com**

**(ORCID 0009-0005-6345-483X)**

**Annotatsiya**

B2G (Business-to-Government) modeli, davlat organlari va xususiy sektor o’rtasidagi munosabatlarni ifodalaydi, bu esa davlat xizmatlarini yaxshilash va iqtisodiy samaradorlikni oshirishga qaratilgan. Ushbu tadqiqotda B2G biznes modelining asosiy jihatlari, uning afzalliklari va kamchiliklari tahlil qilinadi. B2G modeli orqali xususiy kompaniyalar davlat idoralari bilan hamkorlik qilib, innovatsion yechimlar taklif etish imkoniyatiga ega bo’ladi. Tadqiqotda shuningdek, B2G modelining global tendentsiyalari va mamlakatlararo farqlar ko’rib chiqiladi, bu esa davlat xarajatlarini optimallashtirish va xizmat ko’rsatish sifatini oshirishda muhim ahamiyatga ega. B2G modelining muvaffaqiyatli amalga oshirilishi uchun zarur bo’lgan qonunchilik bazasi, shartnomalar tizimi va texnologik infratuzilma hamda ularning o’zaro ta’siri tahlil qilinadi. Natijada, tadqiqot B2G biznes modelining kelajagi haqida tavsiyalar beradi va uni rivojlantirish uchun strategiyalarni ishlab chiqadi.

**Kalit so’zlar:** B2G, B2C, B2B, biznes modellar, iqtisodiy taraqqiyot.

B2G (Business-to-Government) biznes modelining mohiyati xususiy sektor kompaniyalari tomonidan turli darajadagi, jumladan mahalliy, shtat va federal darajadagi davlat tuzilmalariga tovar va xizmatlarni taqdim etishdan iboratdir. Ushbu model ko’pincha muayyan qoidalar, standartlar va xarid jarayonlariga rioya qilishni talab qiladigan davlat shartnomalarini bajarishga qaratilganligi bilan tavsiflanadi. B2G bilan shug’ullanuvchi kompaniyalar odatda infratuzilmani rivojlantirish, texnologiya xizmatlari, sog’liqni saqlash bo’yicha yechimlar va konsalting kabi davlat sektori ehtiyojlariga javob beradigan xizmatlarni taklif qilishadi. B2G modeli biznes va davlat idoralari o’rtasidagi uzoq muddatli munosabatlarga asoslanadi. Bundan tashqari, B2G-da xarid qilish jarayoni murakkab va raqobatbardosh bo’lishi mumkin bo’lib, bu ko’pincha soliq to’lovchining pul qiymatini ko’rsatadigan batafsil takliflarni talab qiladigan tender jarayonlarini o’z ichiga oladi.

B2G (Business to Government) biznes modeli, xususiy sektorda joylashgan kompaniyalar va davlat organlari o’rtasidagi iqtisodiy munosabatlarni ifodalaydi. Ushbu modelning asosiy xususiyatlarini quyidagilardan iborat:

**Rasm 2. B2G biznes modelining asosiy bosqichlari.**

***Davlat talablari va standartlariga moslik.***B2G biznes modelida kompaniyalar davlat organlarining talablariga va standartlariga qat’iy rioya qilishlari zarur. Bu talablar ko’pincha murakkab bo’lishi mumkin va kompaniyalar o’z mahsulotlari yoki xizmatlarini taklif etishdan oldin ushbu talablarga javob berishini ta’minlashlari kerak.

***Uzoq muddatli shartnomalar.*** B2G shartnomalari ko’pincha uzoq muddatli bo’lib, bu kompaniyalarga barqaror daromad manbaini ta’minlaydi. Davlat organlari bilan tuzilgan shartnomalar odatda bir necha yil davom etishi mumkin, bu esa kompaniyalarga rejalashtirish va investitsiya qilish imkonini beradi.

***Raqobatbardosh takliflar.*** Davlat tenderlari orqali amalga oshiriladigan B2G operatsiyalarida raqobat juda kuchli bo’ladi. Kompaniyalar o’z takliflarini raqobatchilaridan ajratib turishi uchun innovatsion yechimlar, sifatli xizmatlar va raqobatbardosh narxlarni taklif qilishlari zarur.

***Maxfiylik va xavfsizlik talablari.*** Davlat organlari bilan ishlashda maxfiylik va xavfsizlik masalalari muhim ahamiyatga ega. B2G modelida faoliyat yuritayotgan kompaniyalar ma’lumotlarni himoya qilish va davlat sirlarini saqlash uchun qo’shimcha choralarni ko’rishlari kerak.

***Ijtimoiy Mas’uliyat.*** B2G biznes modeli ijtimoiy mas’uliyatni ham o’z ichiga oladi. Davlat organlari bilan hamkorlik qilayotgan kompaniyalar ijtimoiy loyihalarda ishtirok etish, mahalliy jamoalarga yordam berish kabi mas’uliyatlarni o’z zimmalariga olishlari kutiladi.

B2G biznes modelda kompaniyalar davlatga mahsulotlar yoki xizmatlar taqdim etadi. B2G modeli ko’plab sohalarda qo’llaniladi, jumladan, texnologiya, qurilish, transport va boshqa infratuzilma loyihalari. B2G biznes modeliga namunali misol bo’ladigan kompaniyalar quyidagicha:

* **IBM.**

IBM (International Business Machines Corporation) davlat organlariga IT sohasidagi xizmatlarini taklif etadi. Ularning xizmatlari qatoriga ma’lumotlarni saqlash, bulutli hisoblash, sun’iy intellekt va kiber xavfsizlik kiradi. IBM ko’plab hukumat loyihalarida ishtirok etib, davlatning raqamli transformatsiyasini qo’llab-quvvatlaydi.

* **Lockheed Martin.**

Lockheed Martin mudofaa va aerokosmik sanoatda yetakchi kompaniya bo’lib, u davlatlarga harbiy texnika va xizmatlar taqdim etadi. Ularning mahsulotlari qatoriga samolyotlar, raketalar va boshqa harbiy tizimlar kiradi. Lockheed Martin ko’plab hukumat shartnomalarini bajaradi va mudofaa sohasida muhim ahamiyat kasb etadi.

* **Siemens.**

Siemens - bu muhandislik va texnologiya sohasida faoliyat yurituvchi xalqaro kompaniya bo’lib, u davlatlarga infratuzilma loyihalari uchun yechimlar taklif etadi. Siemens transport tizimlari, energiya ta’minoti va avtomatlashtirish sohalarida ishlaydi hamda ko’plab davlat loyihalarida ishtirok etadi.

* **Accenture.**

Accenture - bu konsalting va professional xizmatlar ko’rsatuvchi kompaniya bo’lib, u davlat sektori uchun strategik maslahatlar beradi. Ularning xizmatlari qatoriga raqamli transformatsiya, IT yechimlari va boshqaruv masalalari kiradi. Accenture ko’p yillardan beri turli hukumat tashkilotlariga yordam berib kelmoqda.

* **Raytheon Technologies.**

Raytheon Technologies mudofaa sanoatida faoliyat yurituvchi yana bir muhim kompaniya bo’lib, u hukumatlarga zamonaviy texnologiyalarni taklif qiladi. Ularning mahsulotlari radar tizimlari, raketa himoya tizimlari va boshqa harbiy texnologiyalarni o’z ichiga oladi.

**Mavzu yuzasidan umumiy xulosa**

Savdo sohasida professional texnikalar, asosan, uchta asosiy modelga asoslanib: B2B (Business to Business), B2C (Business to Consumer) va B2G (Business to Government). Har bir model o’ziga xos xususiyatlarga ega bo’lib, ularning har biri turli xil strategiyalar va yondashuvlarni talab qiladi. B2B modeli korxonalar o’rtasidagi savdoni anglatadi va odatda uzoq muddatli munosabatlar, shartnomalar va ko’p miqdordagi mahsulotlar yoki xizmatlar bilan bog’liq. Bu modelda xarid qilish jarayoni ko’pincha murakkab bo’ladi va ko’p bosqichlardan iborat bo’lishi mumkin. B2C modeli esa to’g’ridan-to’g’ri iste’molchilarga mahsulot yoki xizmatlarni taklif etadi; bu yerda marketing strategiyalari ko’proq emotsional va brendga asoslangan yondashuvlarni o’z ichiga oladi. B2G modeli davlat organlariga xizmat yoki mahsulot taqdim etishni anglatadi va bu yerda qonuniy talablar, tender jarayonlari va davlat siyosati muhim ahamiyat kasb etadi.

Ushbu modellarni muvaffaqiyatli amalga oshirish uchun professional savdo texnikalari zarurdir. Savdo mutaxassislari mijozlar ehtiyojlarini aniqlash, raqobatchilarni tahlil qilish va samarali aloqa o’rnatish kabi ko’nikmalarga ega bo’lishlari kerak. Har bir model uchun mos keladigan strategiyalar ishlab chiqilishi lozim; masalan, B2B da shartnoma tuzish jarayonida ishonchli aloqalar o’rnatish muhimdir, B2C da esa iste’molchilarni jalb qilish uchun innovatsion marketing kampaniyalari o’tkazish zarur. Shuningdek, B2G modelida davlat organlari bilan ishlashda maxsus qoidalar va tartib-qoidalarni hisobga olish lozim. Umuman olganda, professional savdoning umumiy texnikasi har bir modelning o’ziga xosligini inobatga olgan holda ishlab chiqilishi kerak.

**Foydalanilgan adabiyotlar ro’yxati**

1. Khusanova, G. (2024). PROFESSIONAL SAVDODA SOTISH JARAYONLARINING BOSQICHLARI TASNIFI. Nordic\_Press, 3(0003).
2. Maksudov, M. (2024). XALQARO SAVDO PALATASI (XSP) VA XALQARO BOJ TASHKILOTI (XBT). Nordic\_Press, 3(0003).
3. Khusanova, G. (2024). PROFESSIONAL SAVDODAGI UMUMIY KOMMUNIKATSIYA TURLARI VA MOHIYATI. Nordic\_Press, 3(0003).
4. Khusanova, G. (2024). TOVAR AKSIYALARI TURLARI VA UMUMIY TAVSIFI. Nordic\_Press, 3(0003).
5. Maksudov, M. (2025). XALQARO MEHNAT TAQSIMOTI VA ULARGA TA’SIR ETUVCHI OMILLAR TAVSIFI. Nordic\_Press, 6(0006).
6. Khusanova, G. (2024). MOTIVATSION SOTISH JARAYONINING UMUMIY TAVSIFI. Nordic\_Press, 3(0003).
7. Sabirova, N., & Sadikova, M. (2023). Increasing the sustainability of the food industry by expanding the range of shortening fats with new types of fat sources. In E3S Web of Conferences (Vol. 390, p. 02013). EDP Sciences.
8. Khusanova, G. (2024). SALOHIYATLI MIJOZLAR BILAN ISHLASH BOSQICHLARI TAHLIILI. Nordic\_Press, 3(0003).
9. Khusanova, G. (2024). SAVDO AMALIYOTINI AMALGA OSHIRISHDA AXBOROTNING O’RNI. Nordic\_Press, 3(0003).
10. Мажидов, К. Х., Сулайманова, Г. Х., Бозоров, Д. Х., & Сабирова, Н. Н. (2017). Методы определения содержания фракций твердых жиров в эмульсионных жирах. Пищевая промышленность, (1), 56-58.
11. Khusanova, G. (2025). PROFESSIONAL SAVDODA AXBOROTNING KELIB CHIQISH TARIXI. Nordic\_Press, 7(0007).
12. Khusanova, G. (2025). SAVDODA AXBOROTNING TAVSIFLANISHI VA TURLARI. Nordic\_Press, 7(0007).
13. Мажидов, К. Х., Сулайманова, Г. Х., Бозоров, Д. Х., & Сабирова, Н. Н. (2017). Методы определения содержания фракций твердых жиров в эмульсионных жирах. Пищевая промышленность, (1), 56-58.