АНАЛИЗ ИЗУЧЕНИЕ КОНЬЮКТУРА НА РЫНКЕ

Мусаева Шоира Азимовна
Профессор Самаркандского института экономики и сервиса, Самарканд, Узбекистан
https://doi.org/10.5281/zenodo.16735192

Аннотация. *Изучение конъюнктуры рынка является важным инструментом анализа экономической ситуации, выявления рыночных тенденций и прогнозирования динамики спроса и предложения. В Узбекистане, где экономика активно развивается, исследование рыночной конъюнктуры помогает компаниям адаптировать стратегии, минимизировать риски и находить новые возможности для роста. В данной статье мы рассматриваем теоретические основы конъюнктурного анализа, методы его проведения, а также особенности изучения рыночной конъюнктуры в Узбекистане с учетом макроэкономических и законодательных факторов. Особое внимание уделяется влиянию цифровых технологий и изменениям в потребительском поведении.*

Ключевые слова: *конъюнктура рынка, рыночный анализ, экономика Узбекистана, спрос и предложение, маркетинговые исследования, рыночные тенденции, макроэкономические факторы, бизнес-стратегии, цифровизация, конкурентная среда.*

Abstract. *Market research is an important tool for analyzing the economic situation, identifying market trends, and forecasting the dynamics of supply and demand. In Uzbekistan, where the economy is actively developing, market research helps companies adapt strategies, minimize risks, and find new opportunities for growth. In this article, we consider the theoretical foundations of market research, methods for conducting it, as well as the specifics of studying the market situation in Uzbekistan, taking into account macroeconomic and legislative factors. Particular attention is paid to the impact of digital technologies and changes in consumer behavior.*

Key words: *market situation, market analysis, economy of Uzbekistan, supply and demand, marketing research, market trends, macroeconomic factors, business strategies, digitalization, competitive environment.*

Введение. Изучение рыночной конъюнктуры представляет собой комплексный анализ текущего состояния рынка, включающий оценку спроса, предложения, ценовых тенденций и конкурентной среды. В Узбекистане, на фоне активных экономических реформ и обновления законодательной базы, исследование рыночной конъюнктуры приобретает особую значимость для эффективного стратегического планирования и принятия управленческих решений.

В последние годы в стране реализуется «Стратегия развития Нового Узбекистана на 2022—2026 годы», направленная на всестороннюю модернизацию экономики и общества В рамках этой стратегии особое внимание уделяется созданию благоприятных условий для предпринимательской деятельности, развитию рыночных отношений и обеспечению добросовестной конкуренции. Эти направления нашли отражение в обновленной редакции Закона «О конкуренции» (ЗРУ-850) от 3 июля 2023 года.

Новый Закон «О конкуренции» вводит понятие антимонопольного комплаенса, пересматривает условия для определения доминирующего положения на рынке и

устанавливает новые критерии для сделок экономической концентрации Эти изменения направлены на предотвращение монополизации рынка, поддержку малого и среднего бизнеса, а также защиту прав потребителей. Введение данных норм требует от участников рынка тщательного анализа и адаптации своих стратегий в соответствии с новыми правилами.

Кроме того, в октябре 2023 года был принят Указ Президента «О дополнительных мерах по ускоренному развитию промышленности» (УП-169). Документ предусматривает разработку предложений и комплексных мер на основе изучения рыночной конъюнктуры для удовлетворения потребностей внутреннего рынка и предотвращения резких колебаний цен. Это подчеркивает важность систематического мониторинга и анализа рыночных условий для обеспечения стабильности и устойчивого развития экономики.

Анализ литературы по теме На основе зарубежного опыта следует отметить, что конкурентоспособность предприятия на рынке определяется эффективностью его рыночной политики. Разработкой принципов маркетинга и их практическим применением занимались многие экономисты, в том числе Ф. Котлер, М. Портер, Д. Эванс, И. Ансофф, М. Берман, М. Голубков, П. Самуэльсон, Д. .К ним можно отнести таких известных ученых, как Маршалл.

Необходимо отметить ученых, внесших большой вклад в развитие теории маркетинга, при этом исследования, проводимые в области маркетинга в нашей стране на протяжении многих лет, базировались на национальных особенностях. К ним можно отнести Р. Ибрагимов, Ю. Абдуллаев, А. Салиев, М. Шарифходжаева, Ш. Эргашходжаева, Ш.Мусаева и других.

Таким образом, в условиях обновления законодательной базы и реализации стратегических инициатив, изучение рыночной конъюнктуры в Узбекистане становится неотъемлемым элементом эффективного управления и планирования. Комплексный анализ рыночных условий позволяет своевременно выявлять тенденции, адаптироваться к изменениям и принимать обоснованные решения, способствующие устойчивому развитию бизнеса и экономики в целом.

Анализ и результаты. Рыночная конъюнктура – это динамическое состояние рынка в конкретный период времени, формируемое взаимодействием спроса и предложения, уровнем конкуренции, ценовыми колебаниями, политическими и макроэкономическими факторами. Ее анализ позволяет выявлять текущие тенденции, прогнозировать изменения и принимать стратегические решения для бизнеса и государства. В Узбекистане изучение рыночной конъюнктуры особенно актуально в условиях активных экономических реформ, направленных на либерализацию рынка, цифровизацию экономики и развитие предпринимательства.

Рыночная конъюнктура включает в себя ряд ключевых характеристик:

- Спрос и предложение – объем товаров и услуг, доступных на рынке, и уровень их востребованности.
- Уровень конкуренции – степень насыщенности рынка игроками и их доля.
- Ценовая динамика – изменения в стоимости товаров и услуг под влиянием различных факторов.
- Платежеспособность потребителей – экономическая способность населения приобретать товары и услуги.

- Государственное регулирование – законы, налоги, субсидии, влияющие на экономическую активность.

Все эти параметры взаимосвязаны и оказывают комплексное воздействие на экономику страны.

Рыночная конъюнктура формируется под воздействием множества факторов, которые могут быть как внутренними (зависящими от экономики страны), так и внешними (определяемыми глобальными процессами). Эти факторы оказывают влияние на спрос, предложение, уровень цен, конкурентную среду и инвестиционную привлекательность рынка.

Таблица 1.

Факторы, влияющие на рыночную конъюнктуру

Категория	***Факторы***	***Примеры для Узбекистана***
Внутренние	Экономическая политика, уровень инфляции, налоговая нагрузка	Снижение НДС на IT-услуги в 2023 году способствовало развитию технологического сектора.
Внешние	Мировые цены на сырье, геополитическая ситуация, валютные курсы	Рост мировых цен на хлопок в 2023 году повысил экспортные доходы узбекских производителей.
Сезонные	Сельскохозяйственные циклы, праздничные периоды	В зимний сезон снижается спрос на строительные материалы, в летний – возрастает.
Технологические	Развитие инноваций, автоматизация, цифровизация	Внедрение AI-анализа в логистике позволило оптимизировать цепочки поставок.

В Узбекистане применяются различные методы анализа рыночной конъюнктуры, позволяющие выявлять тренды и прогнозировать развитие экономики.

Таблица 2.

Методы изучения рыночной конъюнктуры

Метод	***Описание***	***Применение в Узбекистане***
Статистический анализ	Оценка макроэкономических показателей (ВВП,	Министерство экономики и финансов использует этот метод для формирования экономической политики.

	инфляция, уровень безработицы)	
SWOT-анализ	Оценка сильных и слабых сторон рынка, возможностей и угроз	Применяется при разработке государственных программ развития отраслей.
Маркетинговые исследования	Опросы, анкетирование, анализ потребительских предпочтений	Используется крупными предприятиями для определения спроса на новые продукты.
Эконометрическое моделирование	Прогнозирование трендов с использованием математических моделей	В банковском секторе применяется для оценки рисков и инвестиционного климата.
Big Data и AI-аналитика	Обработка больших объемов данных для определения тенденций	В ритейле и электронной коммерции помогает формировать персонализированные предложения.

Экономика Узбекистана является одной из наиболее динамично развивающихся в Центральной Азии, благодаря активным реформам, инвестиционной политике и диверсификации производства. Основные отрасли экономики включают промышленность, сельское хозяйство, торговлю, IT-сектор, транспорт и строительство. Анализ текущего состояния каждой отрасли позволяет выявить ключевые тенденции, определить перспективы развития и предложить стратегические решения для устойчивого экономического роста.

Таблица 3.

Анализ основных отраслей экономики

Отрасль	***Темпы роста в 2023 (%)***	***Ключевые драйверы***
Промышленность	+7,3%	Инвестирование в инфраструктуру, цифровизация производства.
АПК (сельское хозяйство)	+6,8%	Введение новых агротехнологий, субсидии.
Торговля	+9,1%	Развитие маркетплейсов, увеличение потребительского спроса.
IT и телеком	+12,5%	Льготное налогообложение, приток зарубежных инвесторов.

Выводы и предложения. Изучение рыночной конъюнктуры в Узбекистане является важнейшим инструментом для оценки текущей экономической ситуации и разработки эффективных стратегий развития бизнеса и государственной политики. Анализ макроэкономических показателей, спроса и предложения, ценовых тенденций и конкурентной среды позволяет выявлять ключевые тренды, адаптироваться к изменениям в законодательстве и прогнозировать дальнейшее развитие рынка. Государственная поддержка предпринимательства, внедрение цифровых технологий и активное развитие экспорта способствуют устойчивому росту экономики страны. В условиях глобальных вызовов и внутренних реформ систематическое изучение рыночной конъюнктуры становится необходимым условием для принятия обоснованных решений, снижения рисков и повышения конкурентоспособности узбекских компаний как на внутреннем, так и на международном рынках.

В результате нашего исследования по данной теме для повышения уровня цифровой безопасности в Узбекистане мы предлагаем следующие предложения:

- Развитие системы мониторинга рынка – создание единой цифровой платформы для сбора и анализа данных о конъюнктуре рынка, включая макроэкономические показатели, цены, спрос и предложение.
- Совершенствование законодательной базы – дальнейшее развитие мер по поддержке конкуренции, защите прав потребителей и созданию благоприятных условий для инвесторов.
- Расширение маркетинговых исследований – активное использование современных методов анализа данных (Big Data, искусственный интеллект) для прогнозирования рыночных тенденций.
- Государственная поддержка экспорта – разработка новых программ стимулирования выхода узбекских компаний на международные рынки, включая снижение налоговой нагрузки и упрощение таможенных процедур.
- Повышение уровня финансовой грамотности бизнеса – проведение образовательных программ и тренингов для предпринимателей по вопросам анализа рыночной конъюнктуры и адаптации к изменениям в экономике.
- Поддержка цифровизации бизнеса – внедрение инновационных технологий в управление цепочками поставок, торговлю и производство для повышения эффективности и конкурентоспособности.

Эти меры позволят обеспечить более устойчивое развитие экономики Узбекистана, повысить прозрачность рынка и создать благоприятные условия для долгосрочного роста бизнеса.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Указ Президента Республики Узбекистан «Об утверждении Стратегии инновационного развития Республики Узбекистан на 2019 - 2021 годы» от 21 сентября 2018 года № УП-5544. Т. 2018.
2. Мусаева Ш.А. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Учебное пособие издательство «Махорат», Самарканд - 2022.
3. Мусаева Ш.А. Маркетинговые исследования. Учебник ООО «СТАР-СЕЛ» издательско-творческий отдел. Самарканд-2024

4. S MusayevaWAYS TO IMPROVE DEMAND FORMATION AND SALES PROMOTION AT GOLDEN OIL LLC Science and innovation 1 (A5), 215-220
5. MS AzimovnaDevelopment of innovative marketing strategies in agriculture Web of Scientist: International Journal of Scientific Research 3 (02), 538-544
6. MS Azimovna, RN UlugbekovnaDevelopment Conditions and Modern Trends of Business Tourism WorldwideINTERNATIONAL JOURNAL OF BUSINESS DIPLOMACY AND ECONOMY 2 (2), 63-66
7. Kotler F. i dr. Basic marketing. - M.: LLC "ID Williams", 2013.
8. MS AzimovnaTHE MAIN RESULTS OF THE LABOR PRODUCTIVITY OF THE STAFF OF THE HOTEL "BILLURI SITORA" LLC Galaxy International Journal of Interdisciplinary Research 11(1), 348-352
9. MS AzimovnaTHEORETICAL ASPECTS OF MARKETING TOOLS IN INCREASING THE INTERNATIONAL COMPETITIVENESS OF THE TEXTILE ENTERPRISE Science and Innovation 2 (1), 47-53
10. S MusayevaMECHANISMS OF FUNCTIONING OF LOGISTIC STRUCTURES Science and innovation 2 (A2), 196-202
11. S MusayevaWAYS TO IMPROVE THE POLICY OF DISTRIBUTION OF GOODS IN FURNITURE PRODUCTION ENTERPRISESScience and innovation 2 (A2), 152-156
12. S MusayevaIN THE CONDITIONS OF MODERNIZATION IN UZBEKISTAN THE NEED TO EVALUATE ENTERPRISESScience and innovation 2 (A2), 35-40
13. MS AzimovnaWays to Improve the Use of Marketing Information in the Assessment of "Stekloplastik" LLCAmerican Journal of Economics and Business Management 5 (11), 338-343
14. MS AzimovnaEfficiency of advertising activities of trading organizations and ways to increase ITAsian Journal of Research in Social Sciences and Humanities 12 (3), 93-97
15. Usmanov IA, Musayeva Sh.A. Features of marketing activities in the construction industry of the Republic of Uzbekistan. NOVATEUR PUBLICATIONS JournalNX- A Multidisciplinary Peer Reviewed Journal ISSN No: 2581 - 4230 VOLUME 7, ISSUE 1, Jan. -2021 https://repo.journalnx.com/index.php/nx/article/view/793
16. Usmanov IA Musaeva Sh.A. Features of marketing organization in the market of construction services. Service. Scientific journal. - Samarkand. No. 2, 2021 - pp. 86-90.
17. Usmanov IAStudy of the Provision of Construction Facilities with Management Personnel. INTERNATIONAL JOURNAL ON ORANGE TECHNOLOGY. Volume: 03 Issue: 9 | Sep 2021. p.31-33 https://journals.researchparks.org/index.php/IJOT/article/view/2171