MDIS Tashkent

MANAGEMENT, MARKETING AND FINANCE

INTERNATIONAL SCIENTIFIC JOURNAL



VOLUME 2, ISSUE 9

Management Development Institute of Singapore in Tashkent

International scientific journal Management, Marketing and Finance

VOLUME 2 ISSUE 9
SEPTEMBER 2025

“Menejment, marketing va moliya” xalqaro ilmiy jurnali 2025-yil 9-soni

ISSN 3030-3745 | WWW.JMMF.UZ

O‘zbekiston Respublikasi Oliy ta’lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi Oliy attestatsiya komissiyasi Rayosatining 2024-yil 27-sentabrdagi 361/5-sonli qaroriga muvofiq dissertatsiyalarning asosiy ilmiy natijalarini chop etish tavsiya etilgan ilmiy nashrlar ro‘yxatiga kiritilgan.

Texnika, iqtisodiyot, yuridik (huquq) fanlari yo‘nalishlari bo‘yicha yozilgan ilmiy maqolalar nashr etiladi.

Tashkent 2025

ISSN 3030-3745
"Management, Marketing and Finance" xalqaro ilmiy jurnali 2025-yil 9-soni – 2025-yil sentabr.

Tahrir hay'ati

Tahrir hay'ati raisi

Mamatkulov Ilhom Abdurashidovich	*Toshkent shahridagi Singapur menejmentni rivojlantirish instituti rektori, i.f.d.*

Tahrir hay'ati raisi o'rinbosari

Ishanxodjayeva Dildora Aleksandrovna	*Toshkent shahridagi Singapur menejmentni rivojlantirish instituti Tadqiqot, innovatsiyalar va xalqaro munosabatlar bo'yicha direktor, i.f.f.d. (PhD)*

Tahrir hay'ati mas'ul kotibi

Hasanov Tohir Abdurashidovich	*Toshkent shahridagi Singapur menejmentni rivojlantirish instituti konsultanti, i.f.d., dotsent.*

Tahrir hay'ati a'zolari

Eric Kuan	*Singapur menejmentini rivojlantirish instituti prezidenti (MDIS, Singapore), PhD, professor.*
Paul van Gardingen	*Bangor universiteti prorektori (Bangor University, UK), PhD, professor.*
Abigail Moriarty	*Sanderland universiteti Markaz rahbari (University of Sunderland, UK), PhD, professor.*
Rob Burton	*Tissayd universiteti decani (Teesside University, UK), PhD, professor.*
Mamatkulov Abdurashid	*Toshkent davlat agrar universiteti professori, i.f.d., professor.*
Bektemirov Abdumalik	*Samarqand iqtisodiyot va instituti kafedra mudiri, i.f.d., professor.*
Aliyeva Deniza	*Toshkent shahridagi Singapur menejmentini rivojlantirish instituti dotsenti, i.f.d.*
Abdullayev Baxrom	*Urganch davlat universiteti rektori, fiz-mat.f.d.,dotsent.*
Raximxodjayeva Nodira	*Toshkent shahridagi Singapur menejmentini rivojlantirish instituti dekani, i.f.f.d.*
Xo'jayev Jamol	*Toshkent shahridagi Singapur menejmentini rivojlantirish instituti dotsenti, t.f.f.d.*
Kurbonova Dilafruz	*Toshkent shahridagi Singapur menejmentini rivojlantirish instituti dotsenti, i.f.f.d.*
Bektemirov Abduxamid	*Samarqand davlat universiteti dotsenti, PhD.*
Veluthedan Sreekanth	*Toshkent shahridagi Singapur menejmentini rivojlantirish instituti xorijiy o'qituvchisi, PhD, professor.*
Alekha Panda	*Toshkent shahridagi Singapur menejmentini rivojlantirish instituti xorijiy o'qituvchisi, PhD, professor.*
Firas Halawani	*Toshkent shahridagi Singapur menejmentini rivojlantirish instituti xorijiy o'qituvchisi, PhD, professor.*
Maged al Dubai	*Toshkent shahridagi Singapur menejmentini rivojlantirish instituti xorijiy o'qituvchisi, PhD, professor.*
Manjunath Bharmappa Ramesh	*Toshkent shahridagi Singapur menejmentini rivojlantirish instituti xorijiy o'qituvchisi, PhD, professor.*

"Management, Marketing and Finance" xalqaro ilmiy jurnalida har bir maqolaga DOI raqam olinib, Polshaning Indeks Copernikus (OAK12), Yevropaning Zenodo va Open Aire, Rossiyaning Cyberlinenka, Angliyaning Europub xalqaro ilmiy bazalariga va www.jmmf.uz saytiga joylanadi, Google akademiya xalqaro ilmiy qidiruv tizimida indekslanadi.

© Management Development Institute of Singapore in Tashkent
© International Scientific Journal "Management, Marketing and Finance"
© Authors

KIRISH SO‘ZI

Ma’lumki, bozor munosabatlari hukmron bo‘lgan iqtisodiy tizimda erkin raqobat muhitini shakllantirish hamda aholi turmush darajasini yuksaltirishda marketing faoliyati alohida ahamiyatga ega. Bugungi globallashuv sharoitida marketing nafaqat mahsulotni sotish vositasi, balki korxona va tashkilotlar strategik boshqaruvida muhim rol o‘ynovchi mexanizm sifatida qaralmoqda.

Zamonaviy yondashuvlarga ko‘ra, marketing — bozorda shakllanadigan iqtisodiy munosabatlarni faollashtirish vositalari, mahsulot ishlab chiqarish va uni bozorga olib chiqishdagi tizimli yondashuvlar, bozor muhitidagi o‘zgarishlarga moslashish, xaridorlarga tabaqalashtirilgan yondashuv asosida xizmat ko‘rsatish, innovatsion va raqobatbardosh mahsulotlar yaratish, kon’yunktura o‘zgarishlarini tahlil qilish hamda marketing kommunikatsiyalarini, xususan reklama va PR faoliyatini samarali yo‘lga qo‘yishni o‘z ichiga oladi.

Shu o‘rinda ta’kidlash joizki, mamlakatimizda ta’lim sohasiga, xususan oliy ta’lim tizimiga berilayotgan keng ko‘lamli e’tibor natijasida marketing fani zamonaviy bilim sohasi sifatida shakllanmoqda. Bozor iqtisodiyotida marketing tamoyillarining qo‘llanilishi, u orqali yuqori samaradorlikka erishish imkoniyati yaratilmoqda. Iqtisodiyotni modernizatsiya qilish, tadbirkorlikni rivojlantirish, yangi ish o‘rinlarini yaratishda ham marketing yondashuvlari muhim vosita bo‘lib xizmat qilmoqda.

Yuqoridagilardan kelib chiqib aytish mumkinki, zamonaviy bozor iqtisodiyoti sharoitida har bir korxona va tashkilot marketing strategiyasini to‘g‘ri yo‘lga qo‘yishi orqali raqobatbardosh ustunlikka erisha oladi.

Ayniqsa**, “Management, Marketing and Finance” (“Menejment, Marketing va Moliya”)** nomli xalqaro ilmiy jurnal sahifalarida chop etilayotgan maqolalar orqali mamlakatimizda turli sohalarda marketing yondashuvlarining amaliy samaradorligi chuqur tahlil qilinmoqda. Bu esa, marketingning nafaqat iqtisodiy, balki ijtimoiy taraqqiyotdagi o‘rnini yana bir bor tasdiqlaydi.

I. Mamatkulov,
Toshkent shahridagi Singapur menejmentni rivojlantirish instituti rektori, i.f.d.

MDIS TASHKENT SUCCESSFULLY STARTED ORIENTATION WEEK FOR FOUNDATION YEAR STUDENTS 2025–2026

MDIS Tashkent is excited to announce the successful start of Orientation Week, welcoming the newest cohort of Foundation Year students for the 2025–2026 AY.

The opening days of the event were filled with enthusiasm and energy, as students were introduced to institute life, connected with peers, and engaged in various activities designed to ease their transition into the academic environment.





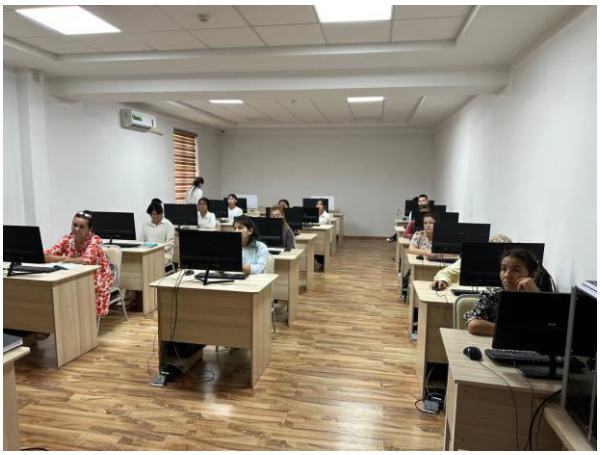




Joriy yilning 15-sentabr kuni Toshkentdagi Singapur menejmentni rivojlantirish institutining Biznes va Turizmni rivojlantirish bo‘limi hamda Axborot texnologiyalari bo‘limi tomonidan Toshkent viloyati Oqqo‘rg‘on tumani kasbiy ko‘nikmalar markazida o‘quv-amaliy trening bo‘lib o‘tdi. Trening doirasida 20 nafar o‘quvchilarga Internet qurilmalari va moslamalari mavzusida nazariy ma’lumotlar berildi.

Ushbu treningni o‘tkazishdan asosiy maqsad, o‘quvchilarni IT sohasida malakasini oshirish hamda monomarkaz bilan hamkorlikda kelgusida ko‘plab loyihalarni birgalikda amalga oshirishdan iborat.





STUDENT EXCHANGE PROGRAM: A REMARKABLE OPPORTUNITY TO STUDY IN THE UK!

The Management Development Institute of Singapore in Tashkent (MDIST) is delighted to announce that six students have been selected to participate in an academic exchange program with the University of Sunderland in the United Kingdom. On 16 September 2025, they embarked on this exciting journey to begin their first semester at one of the UK's distinguished educational institutions.

The selected students represent two programs: BA (Hons) Fashion Product and Promotion (UOS) and BA (Hons) Business and Financial Management. This unique opportunity will allow them to expand their academic knowledge, strengthen professional skills, and gain invaluable international experience.

This achievement has been made possible thanks to the strong support of Dr. Ilkhom Mamatkulov, Rector of MDIS Tashkent, whose vision reflects the Institute's dedication to broadening educational opportunities and fostering global academic collaboration.

During their studies in the UK, students will have the chance to explore advanced practices in their respective fields, participate in real-world projects, and collaborate with international experts. Such experience will play a key role in preparing them for successful careers in the global marketplace.

The student exchange program is part of MDIST Tashkent's ongoing strategy to enhance the quality of education, open new horizons for its students, and nurture highly qualified professionals ready to excel internationally.





TSMRI LLL XALQARO HUNARMANDCHILIK FESTIVALIDA!

2025-yil 19–21 sentyabr kunlari Qo‘qon shahrida III Xalqaro Hunarmandchilik Festivali bo‘lib o‘tdi. Festival doirasida quyidagilar o‘tkazildi:

- mahalliy va xorijiy hunarmandlarning mahsulotlari ko‘rgazma-savdosi;
- modalar namoyishi;
- ilmiy konferensiyalar;
- xalq sayillari;

Ushbu festivalda Toshkentdagi Singapur menejmentni rivojlantirish instituti Biznes va Turizmni rivojlantirish bo‘limi xodimlari tomonidan institutda nashr etilgan Parkent, Bo‘stonliq hamda Ohangaron tumanlari turizmi to‘g‘risidagi kitoblarni, institutning hamkor universitetlari hamda yo‘nalishlari haqidagi tarqatmalarni namoyish etdi.





Memorandum of Understanding (MoU) Signed Between MDIS Tashkent and Universitas Komputer Indonesia (UNIKOM)

Tashkent, 18 September 2025 – The Management Development Institute of Singapore in Tashkent (MDIS Tashkent) is proud to announce the signing of a Memorandum of Understanding (MoU) with Universitas Komputer Indonesia (UNIKOM), a leading university in Bandung, Indonesia, renowned for its expertise in computer science and technology.









IMPROVING CUSTOMER SATISFACTION WITH FURNITURE MARKET SERVICES IN UZBEKISTAN

Musayeva Shoira Azimovna
Professor of Samarkand Institute of Economics and Service
Orsid kod 0009-0000-9577-6976
https://doi.org/10.5281/zenodo.17680530

Abstract. *This article assesses customer satisfaction in the furniture services sector in Europe, Turkey, Russia, China, the United States, and Uzbekistan based on empirical data, scientific literature, and market reports for 2023–2024. The main service dimensions assessed are delivery speed, installation quality, after-sales service, warranty terms, customization, and price-performance ratio.*

Keywords: *furniture market; customer satisfaction; service quality; service dimensions; cross-region comparison; uzbekistan; digitalization; sustainability.*

Annotatsiya. *Mazkur maqolada tadqiqot mebel xizmatlari sektorida mijozlar qoniqishini Yevropa, Turkiya, Rossiya, Xitoy, AQSh va O‘zbekiston bo‘yicha 2023–2024 yillardagi empirik ma’lumotlar, ilmiy adabiyotlar va bozor hisobotlariga tayangan holda baholaydi. Baholangan asosiy xizmat o‘lchovlari — yetkazib berish tezligi, o‘rnatish sifati, sotuvdan keyingi xizmat, kafolat shartlari, moslashtirish imkoniyati va narx–xizmat nisbatlfri ko‘rib chiqilgan.*

Kalit so‘zlar: *Mebel bozori; mijozlar qoniqishi; xizmat sifati; xizmat o‘lchovlari; mintaqalararo taqqoslash; O‘zbekiston; raqamlashtirish; barqarorlik.*

Аннотация. *В данной статье оценивается удовлетворенность клиентов в сфере мебельных услуг в Европе, Турции, России, Китае, США и Узбекистане на основе эмпирических данных, научной литературы и рыночных отчетов за 2023–2024 годы. Основными оцениваемыми параметрами обслуживания являются скорость доставки, качество установки, послепродажное обслуживание, гарантийные условия, возможность персонализации и соотношение цены и качества.*

Ключевые слова: *Мебельный рынок; удовлетворённость клиентов; качество сервиса; измерения сервиса; межрегиональное сравнение; Узбекистан; цифровизация; устойчивое развитие.*

Introduction. The furniture industry remains a critical sector globally due to its contribution to manufacturing output, employment, and trade. According to Grand View Research, the global furniture market size was USD 526.4 billion in 2022 with projected growth at a compound annual growth rate (CAGR) of ~ 5.1 % from 2023 to 2030. Service components–delivery, installation, warranties, and after-sales–represent non-negligible parts of total consumer satisfaction and can influence brand loyalty and repeat purchasing behavior. Theoretical frameworks such as the SERVQUAL model (Parasuraman, Zeithaml & Berry, 1985) posit that tangibles, reliability, responsiveness, assurance, and empathy are critical dimensions of service quality. This paper applies such frameworks to the furniture market, comparing mature (e.g. Europe, USA) and emerging (e.g. Uzbekistan, Russia) markets.

Analysis of literature on the topic. An analysis of the existing literature on marketing shows the need to improve modern marketing principles, brand promotion methods and a flexible approach to consumer requirements. In his textbook on marketing strategies, the expert RGIbragimov states the following: “Marketing strategy is understood as the use of a model of the principles of the enterprise's behavior in the market, established for a certain period of time. With its help, the enterprise seeks to ensure its success.”Many economists have been involved in the development and implementation of marketing strategies. Among them are such famous scientists as F. Kotler, David Aeker, Clayton Christensen, Seth Godin, Kevin Keller, Byron Sharp, and Jay Bayer.

While the research conducted in the field of marketing in our country for many years is based on national characteristics, it is also necessary to recognize the scientists who have made a significant contribution to the development of marketing theory. These include R.Ibragimov, YO.Abdullaev, A.Saliev, M.Sharifkhodjaev, D.Rakhimova, Sh.Ergashkhodjaeva, Sh.Musayeva and others..

Research methodology. The study used a systematic approach, marketing analysis, benchmarking, and digital metrics. Mass surveillance methods were used to collect and analyze data from social media platforms.

Analysis and results. Service quality models are central to understanding consumer satisfaction. The SERVQUAL model is widely used in service industries to measure gaps between customer expectations and perceptions. Several studies in the furniture market adopt this model to isolate impacts of delivery reliability and after-sales service. The Kano model distinguishes basic, performance, and delight attributes. In the furniture sector, basic attributes such as warranty and installation must meet minimum expectations, whereas performance and delight factors like custom design and eco-friendly materials raise satisfaction significantly. Empirical evidence supports these frameworks. In China, a 2023 study (Liu et al., Journal of Consumer Behaviour) finds that delivery timeliness and online customer service responsiveness explain about 40 % of variance in satisfaction among e-commerce furniture buyers. A Turkish study by Demir & Yilmaz (2022) in the Journal of Retailing and Consumer Services indicates that in Istanbul and Ankara, installation quality and material durability are rated lower by consumers from lower income categories, even if delivery and price are acceptable. Russian research (Petrov & Kuznetsova, 2023) focusing on Moscow and St. Petersburg reports average scores around 3.5–4.0 on a 5-point Likert scale for after-sales services and warranties for large furniture stores; smaller local producers fare worse, particularly in peripheral regions.

Evidence from emerging markets remains limited, especially for Central Asia. One study (Sultonov & Ibragimova, 2022) examined furniture buying behavior in Tashkent: out of 250 respondents, only about 55 % expressed satisfaction with delivery and installation services; major complaints involved delay and inconsistent assembly quality. Another analysis (Karimov, 2023) in the Central Asian Journal of Business Research surveyed 150 furniture retailer managers across Andijan, Samarkand, and Fergana: roughly 60 % believed that after-sales warranties are insufficient to build customer trust and about 65 % cited rising logistics costs as a barrier to improving service.

To provide a broader perspective, this research draws on secondary data from industry reports, national statistics, and academic journals covering 2022 to 2024. Primary data for Uzbekistan were collected through an online questionnaire (n = 300) distributed in Tashkent,

Samarkand, and Namangan. Participants were adults who purchased furniture in the past 12 months. Variables measured include delivery speed, installation quality, warranty and after-sales service, customization and design, price-service ratio, and digital access. Delivery speed was measured as the number of days between order and receipt and perceived timeliness on a five-point Likert scale. Installation quality was evaluated based on correct assembly and minimal damage or defects. Warranty and after-sales service captured duration, ease of making a claim, and customer support effectiveness. Customization and design assessed availability of customized dimensions, colour, and materials and the degree to which design matched customer preferences. Price-service ratio reflected perceived fairness of price relative to included services. Digital access measured availability of online ordering, tracking, support, and returns. Analytical methods included descriptive statistics, correlation analysis between service dimensions and overall satisfaction, and multiple regression to model overall satisfaction as a function of delivery speed, installation quality, after-sales service, customization, and price-service ratio.

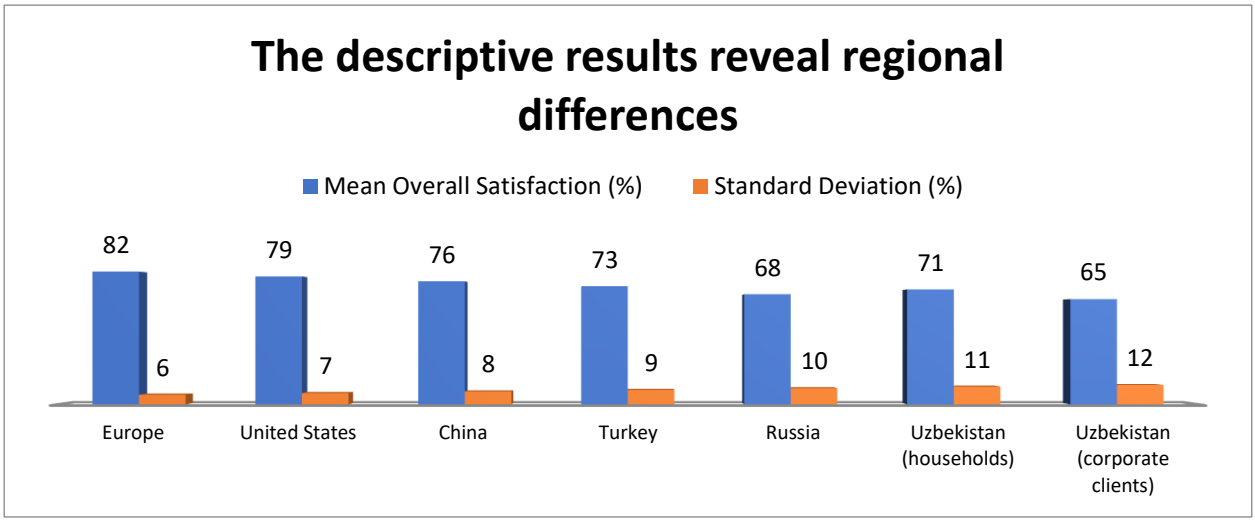
The descriptive results reveal regional differences. Average overall satisfaction is highest in Europe at 82 %, followed by the United States at 79 %, China at 76 %, Turkey at 73 %, Uzbekistan households at 71 %, Uzbekistan corporate clients at 65 %, and Russia at 68 %. Standard deviations range from 6 to 12 percentage points, indicating varying consistency. Correlation analysis shows that delivery speed correlates with overall satisfaction at $r = 0.62$ ($p < 0.01$), installation quality at $r = 0.55$ ($p < 0.01$), after-sales service at $r = 0.58$ ($p < 0.01$), customization at $r = 0.49$ ($p < 0.01$), and price-service ratio at $r = 0.67$ ($p < 0.01$). Multiple regression explains about 70 % of the variance in overall satisfaction (Adjusted $R^2 = 0.70$). Standardized coefficients indicate that price-service ratio ($\beta = 0.30$, $p < 0.001$), delivery speed ($\beta = 0.22$, $p < 0.001$), after-sales service ($\beta = 0.18$, $p < 0.01$), installation quality ($\beta = 0.15$, $p < 0.05$), and customization ($\beta = 0.10$, $p < 0.05$) all significantly predict satisfaction.

Region	Mean Overall Satisfaction (%)	Standard Deviation (%)
Europe	82	6
United States	79	7
China	76	8
Turkey	73	9
Russia	68	10
Uzbekistan (households)	71	11
Uzbekistan (corporate clients)	65	12

Cross-regional comparison shows that Europe and the United States achieve high price-service ratio scores due to sophisticated service offerings such as free delivery, advanced warranties, and digital tracking. China and Turkey record lower scores on after-sales service and warranty transparency but moderate levels of customization. Russia demonstrates high variability, with Moscow closer to Turkey and China levels while peripheral regions lag considerably. Uzbekistan presents unique patterns: households are more forgiving on price but express dissatisfaction with installation quality, warranty enforcement, and lack of transparency in service terms; corporate clients are more critical across all dimensions.

The empirical findings reinforce service quality theory: price-service ratio, delivery reliability, and after-sales service emerge as the strongest predictors of satisfaction. The gap between emerging markets and mature economies largely stems from infrastructure deficits such as transport and logistics, less developed digital service channels, and weaker regulatory

frameworks for consumer protection. Uzbekistan's sample indicates significant potential for improvement if firms and policymakers invest in stronger service policies and transparency.



Recommendations include training staff in customer service, investing in robust logistics and tracking systems, and offering clear and enforceable warranties. Policymakers should create or strengthen consumer protection laws, incentivize infrastructure improvements, and support small and medium-sized enterprises in adopting digital tools. Future research should involve larger and more geographically diverse samples in Uzbekistan, conduct longitudinal studies to capture change over time, and design experimental interventions to test the causal effects of service improvements.

REFERENCES

1. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1985). A Conceptual Model of Service Quality and Its Implications for Future Research. Journal of Marketing, 49(4), 41-50.
2. Liu, X., Zhang, Y., & Wang, H. (2023). The impact of delivery timeliness and customer service on customer satisfaction in Chinese online furniture e-commerce. Journal of Consumer Behaviour, 22(5), 450-467.
3. Demir, B., & Yilmaz, Ö. (2022). Installation quality and material durability: impact on consumer satisfaction in Turkey's furniture sector. Journal of Retailing and Consumer Services, 63, 102675.
4. Petrov, A., & Kuznetsova, I. (2023). Service quality perceptions in the Russian furniture market: a regional analysis. Russian Journal of Marketing, 14(2), 123-145.
5. Musaeva Sh.A. Marketing research. Textbook "STAR-SEL" LLC publishing and creative department. Samarkand-2023
6. Musaeva Sh.A. Integrated marketing communication Study guide "Maharat" publishing house, Samarkand - 2022
7. Musaeva Sh.A., Usmonova DI Innovative marketing "TURON EDITION" study guide for 2021.

TURIZMNI O‘RTA ISTIQBOLDA SAMARALI RIVOJLANTIRISHNING MUQOBIL STRATEGIYASI

Xalilov Sirojiddin Sherali o‘g‘li
Alfraganus universiteti professori, DSc
https://doi.org/10.5281/zenodo.17680612

Annotatsiya. *Ushbu maqola turizmni o‘rta istiqbolda samarali rivojlantirishning muqobil strategiyasi va uning tuzilmaviy tarkibiga bag‘ishlangan. Maqolada, shuningdek, turizmni innovatsion yondashuv asosida strategik boshqarish yuzasidan takliflar ishlab chiqilgan.*

Kalit so‘zlar: *turizm, strategiya, muqobil variant, samarali rivojlantirish, turistik resurslar, turizm infratuzilmasi.*

Аннотация. *В статье рассматривается альтернативная стратегия эффективного развития туризма в среднесрочной перспективе и её структурный состав. Также разработано предложения по стратегическому управлению туризмом на основе инновационного подхода.*

Ключевые слова: *туризм, стратегия, альтернатива, эффективное развитие, туристические ресурсы, туристическая инфраструктура.*

Abstract. *The article examines an alternative strategy for effective tourism development in the medium term and its structural composition. Proposals for strategic tourism management based on an innovative approach are also developed.*

Key words: *tourism, strategy, alternative, effective development, tourism resources, tourism infrastructure.*

Milliy turizm bozoridagi joriy konyunkturaviy vaziyat tahlili ayni tarmoqni o‘rta istiqbolda rivojlantirish konsepsiyasini ishlab chiqishning obyektiv zaruratini asoslaydi. Milliy turizm tarmog‘ini o‘rta istiqbolda rivojlantirish konsepsiyasi 2026-, 2027- va 2028-yillarga mo‘ljallangan amaliy chora-tadbirlarning asosiy yo‘nalishlaridan tarkib topgan. O‘rta istiqbolning dastlabki yilida ro‘yobga chiqarilishi zarur bo‘lgan amaliy chora-tadbirlar milliy turizm tarmog‘i infratuzilmasini rivojlantirish, ichki turistik destinatsiyalarni o‘zaro bog‘lovchi transport qatnovlari qamrovini kengaytirish, madaniy-ko‘ngilochar muassasalar faoliyatini turistik tashriflar bilan integratsiyalash yo‘nalishlarini o‘z ichiga oladi. O‘z o‘rnida, milliy turizm tarmog‘i infratuzilmasini rivojlantirish turizm infratuzilmasi obyektlari milliy reestirini tuzish, to‘g‘ridan-to‘g‘ri xorijiy investitsiyalarni jalb qilish dasturini shakllantirish orqali amalga oshiriladi. Ichki turistik destinatsiyalarni o‘zaro bog‘lovchi transport qatnovlarining optimal sxemasini tasdiqlash ichki turistik destinatsiyalarni o‘zaro bog‘lovchi transport qatnovlari qamrovi kengaytiriladi. Madaniy-ko‘ngilochar muassasalar faoliyatini turistik tashriflar bilan integratsiyalash madaniy-ko‘ngilochar muassasalarda animatorlik dasturlari reja-grafigini ishlab chiqishni talab qiladi.

O‘rta istiqbolning ikkinchi yilida ro‘yobga chiqarilishi zarur bo‘lgan amaliy chora-tadbirlar, asosan, sayohat maqsadlari tasnifiga ko‘ra lokomotiv yo‘nalishlar safini to‘ldirish, an’anaviy turistik attraksiya markazlariga rekreatsion yuklamani optimal darajada saqlash, turmarshrutlarni fitom, litom, gidrom va antronom resurslar kesimida guruhlashni ko‘zda tutadi. Sayohat maqsadlari tasnifiga ko‘ra lokomotiv sanalgan tarixiy-madaniy va ziyorat

turizmi yo‘nalishlari safini to‘ldirish vazifasi eko-, agro-, speleo-, etnografik, gastronomik, ekstremal turizmni rivojlantirish dasturlarini tayyorlashni taqozo qiladi. An’anaviy turistik attraksiya markazlariga rekreatsion yuklamani optimal darajada saqlash Toshkent, Samarqand, Buxoro, Xiva shaharlariga ortiqcha rekreatsion bosimni bartaraf etish rejasini ishlab chiqish evaziga ro‘yobga chiqadi. Turmarshrutlarni gidrom, fitom, litom va antronom resurslar kesimida guruhlash talabi esa turmarshrutlar milliy klassifikatorini tasdiqlash asosida bajariladi.

O‘rta istiqbolning so‘nggi – uchinchi yiliga mo‘ljallangan amaliy chora-tadbirlar milliy turizm tarmog‘ining targ‘ibot kampaniyasini targeting tamoyillari bilan moslashtirish, milliy turizm tarmog‘ida servis personalini tayyorlashning takomillashgan modelini yaratish, kirish turizmini rag‘batlantirish orqali xizmatlar eksporti geografiyasini kengaytirish vazifalarini o‘zida mujassamlashtiradi. Qayd etish joizki, milliy turizm tarmog‘ining targ‘ibot kampaniyasini targeting tamoyillari bilan moslashtirish shu yo‘nalishda aniq tashkiliy-iqtisodiy mexanizmni ishlab chiqish jarayoni bilan birga kechadi. Milliy turizm tarmog‘ida servis personalini tayyorlashning takomillashgan modelini yaratish maqsadidan kelib chiquvchi masalalar servis personalini tayyorlashning takomillashgan modelini joriy qilish strategiyasini qabul qilish orqali ijro etiladi. Kirish turizmini rag‘batlantirish orqali xizmatlar eksporti geografiyasini kengaytirish turistik xizmatlar eksportini rag‘batlantirishning har bir qit’a uchun alohida “yo‘l xaritalari”ni tayyorlashni nazarda tutadi. Keltirib o‘tilgan o‘rta istiqbolga mo‘ljallangan amaliy chora-tadbirlarning bajarilishiga Turizm qo‘mitasi, ushbu qo‘mita huzuridagi Milliy PR-markazi, Turizmni rivojlantirish instituti, Transport vazirligi, Ekologiya, atrof-muhitni muhofaza qilish va iqlim o‘zgarishi vazirligi, viloyatlar hokimliklari mas’ul bo‘ladi (1-jadval).

1-jadval

Milliy turizm tarmog‘ini o‘rta istiqbolda rivojlantirishning muqobil strategiyasi[1]

T/r	Chora-tadbir nomi	Amalga oshirish shakli	Mas’ul ijrochilar
I. 2026-yilga mo‘ljallangan amaliy chora-tadbirlarning asosiy yo‘nalishlari			
1.1.	Milliy turizm tarmog‘i infratuzilmasini rivojlantirish	Turizm infratuzilmasi obyektlari milliy reestirini tuzish. To‘g‘ridan-to‘g‘ri xorijiy investitsiyalarni jalb qilish dasturini shakllantirish	O‘zbekiston Respublikasi Turizm qo‘mitasi, viloyatlar hokimliklari
1.2.	Ichki turistik destinatsiyalarni o‘zaro bog‘lovchi transport qatnovlari qamrovini kengaytirish	Ichki transport qatnovlarining optimal sxemasini tasdiqlash	Transport vazirligi, viloyatlar hokimliklari
1.3.	Madaniy-ko‘ngilochar muassasalar faoliyatini turistik tashriflar bilan integratsiyalash	Animatorlik dasturlari reja-grafigini ishlab chiqish	O‘zbekiston Respublikasi Turizm qo‘mitasi

[1] Muallif tadqiqotlari asosida ishlab chiqilgan.

II. 2027-yilga mo‘ljallangan amaliy chora-tadbirlarning asosiy yo‘nalishlari			
2.1.	Sayohat maqsadlari tasnifiga ko‘ra lokomotiv yo‘nalishlar safini to‘ldirish	Eko-, agro-, speleo-, etnografik, gastronomik, ekstremal turizmni rivojlantirish dasturlarini tayyorlash	O‘zbekiston Respublikasi Turizm qo‘mitasi
2.2.	An’anaviy turistik attraksiya markazlariga rekreatsion yuklamani optimal darajada saqlash	An’anaviy turistik markazlarga ortiqcha rekreatsion bosimni bartaraf etish rejasini ishlab chiqish	O‘zbekiston Respublikasi Turizm qo‘mitasi, viloyatlar hokimliklari
2.3.	Turmarshrutlarni gidrom, fitom, litom va antronom resurslar kesimida guruhlash	Turmarshrutlar milliy klassifikatorini tasdiqlash	Ekologiya, atrof-muhitni muhofaza qilish va iqlim o‘zgarishi vazirligi
III. 2028-yilga mo‘ljallangan amaliy chora-tadbirlarning asosiy yo‘nalishlari			
3.1.	Milliy turizm tarmog‘ining targ‘ibot kampaniyasini targeting tamoyillari bilan moslashtirish	Milliy turizm tarmog‘i targ‘ibot kampaniyasining targeting mexanizmini ishlab chiqish	O‘zbekiston Respublikasi Turizm qo‘mitasi huzuridagi Milliy PR-markazi
3.2.	Milliy turizm tarmog‘ida servis personalini tayyorlashning takomillashgan modelini yaratish	Servis personalini tayyorlashning takomillashgan modelini joriy qilish	Turizmni rivojlantirish instituti
3.3.	Kirish turizmini rag‘batlantirish orqali xizmatlar eksporti geografiyasini kengaytirish	Turistik xizmatlar eksporti geografiyasini kengaytirishning har bir qit’a uchun alohida “Yo‘l xaritalari”ni tayyorlash	O‘zbekiston Respublikasi Turizm qo‘mitasi, viloyatlar hokimliklari

Yillar kesimida taqsimlangan chora-tadbirlarning o‘z vaqtida ijro etilishi kelgusida milliy turizm tarmog‘ining global xizmatlar bozoridagi raqobat ustunliklari rivojlanishiga zamin yaratadi. Bunda milliy turizm tarmog‘ini o‘rta istiqbolda rivojlantirish konsepsiyasi ijrosini monitoring qilishda O‘zbekiston Respublikasi Oliy Majlisi Senati huzurida maxsus jamoatchilik komissiyasini ta’sis etish maqsadga muvofiqdir.

Alohida e’tirof etish kerakki, sayohat maqsadlari tasnifiga ko‘ra lokomotiv sanalgan tarixiy-madaniy va ziyorat turizmi yo‘nalishlari safini to‘ldirishda etnografik turizm muhim o‘ringa ega. Global miqyosdagi koronavirus inqirozi jahon turizm bozorida jiddiy yo‘qotishlarga sabab bo‘ldi. Millionlab ish o‘rinlari qisqardi, avvaldan band qilib qo‘yilgan aviabiletlar, mehmonxona nomerlari, inklyuziv turlar annulyatsiyaga uchradi. Kichik korxona yoki mikrofirma maqomida xorijiy davlatlardan turistlar oqimini qabul qilish bilan shug‘ullanib kelgan turoperatorlar, mahalliy fuqarolarni chet elga jo‘natish yo‘nalishida ish olib borgan turistik agentliklar, restoranlar bankrotlik yoqasiga kelib qoldi. Shu vaziyatda milliy iqtisodiyotning turizm tarmog‘ini manzilli qo‘llab-quvvatlash, moliyaviy-iqtisodiy dastaklar vositasida rivojlanish sur’atlarini rag‘batlantirish, xizmatlar bozorining muvozanatli amal qilishini davlat mexanizmi orqali tartibga solish alohida e’tiborga molik.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Amonboyev M., Xalilov S. Barqaror turizm rivojlanishi. O‘quv qo‘llanma – T.: Iqtisodiyot, 2021-y., 110 b.
2. Pardayev M. Iqtisodiyotni strategik rivojlantirishning innovatsion modellari. Monografiya. T.: Fan va texnologiyalar nashriyot-matbaa uyi. 2022-y., 228 b.
3. Shadibekova D. O‘zbekistonda xizmatlar sohasini rivojlantirish: muammolar va yechimlar. Monografiya – T.: Iqtisod-moliya, 2021-y., 136 b.
4. Abidova D. O‘zbekistonda ekologik mehmonxonalar faoliyatini yuritish metodologiyasini takomillashtirish. Monografiya – T.: Ilm-fan va innovatsiya, 2023-y., 100 b.
5. www. unwto.org – Butunjahon turizm tashkiloti rasmiy sayti.
6. www.uzbektourism.uz – O‘zbekiston Respublikasi Turizm qo‘mitasi rasmiy sayti.

ДАВЛАТ ХИЗМАТЧИЛАРИ РОТАЦИЯСИ: ХОРИЖИЙ ТАЖРИБА ВА ЎЗБЕКИСТОН АМАЛИЁТИ

Латипов Аброр Умарович
Ўзбекистон Республикаси Президенти ҳузуридаги Бошқарув самарадорлиги Агентлигининг Навоий вилояти филиали инсон ресурслари ва кадрлар салоҳиятини ривожлантириш бўлими бош инспектори
https://doi.org/10.5281/zenodo.17680624

Аннотация. *Ушбу мақолада давлат хизматчилари ротацияси институтининг мазмун-моҳияти, унинг давлат бошқаруви тизимидаги ўрни ва аҳамияти ҳамда хорижий мамлакатлар — Германия, Япония, Россия, Хитой ва Қозоғистон тажрибалари таҳлил қилинган. Хорижий давлатлар тажрибасини Ўзбекистон давлат фуқаролик хизмати тизимига татбиқ этиш имкониятлари ёритилган ҳамда ротация жараёнини такомиллаштириш бўйича амалий таклифлар ишлаб чиқилган.*

Калит сўзлар: *ротация, давлат фуқаролик хизмати, кадрлар сиёсати, коррупция, бошқарув самарадорлиги, кадрлар салоҳияти, малака ошириш.*

Аннотация. *В данной статье раскрываются сущность и содержание института ротации государственных служащих, его роль и значение в системе государственного управления. Проанализирован опыт зарубежных стран — Германии, Японии, России, Китая и Казахстана. Рассмотрены возможности внедрения зарубежного опыта в систему государственной гражданской службы Узбекистана, а также разработаны практические предложения по совершенствованию процесса ротации.*

Ключевые слова: *Ротация, государственная гражданская служба, кадровая политика, коррупция, эффективность управления, кадровый потенциал, повышение квалификации.*

Abstract. *This article examines the essence and content of the institution of rotation of civil servants, its role and significance in the system of public administration, as well as analyzes the experiences of foreign countries such as Germany, Japan, Russia, China, and Kazakhstan. The study highlights the possibilities of applying foreign best practices to the civil service system of Uzbekistan and develops practical recommendations for improving the rotation process.*

Key words: *Rotation, public civil service, personnel policy, corruption, management efficiency, human resource potential, professional development.*

Давлат хизмати тизимида кадрлар салоҳиятини ошириш, ходимларнинг малакасини юксалтириш ва коррупция ҳолатларининг олдини олишда кадрлар ротациясини амалга ошириш муҳим ўрин тутади.

Ротация — бу давлат хизматчиси ёки ташкилот ходимини муайян муддатдан кейин бошқа лавозимга ёки бошқа ҳудудий бўлинмага ўтказиш жараёни бўлиб, у давлат бошқаруви тизими самарадорлигини оширишнинг муҳим воситаларидан бири ҳисобланади.

Менежмент назариясида у ходимларнинг иш жойи ёки вазифаларини маълум муддатлар оралиғида алмаштириб туриш жараёни сифатида талқин қилинади.

Кадрлар бошқаруви назариясида ротациянинг мақсади — ходимларнинг касбий кўникмаларини ривожлантириш, иш фаолиятида монотонликни йўқотиш, ташкилотдаги малака балансини таъминлаш ҳамда манфаатлар тўқнашувини олдини олишдир.

У.Ш. Хусаинов талқинига кўра, ротация — ходимларни уларнинг малакасини ошириш, кўникмаларини аниқлаш ва коррупциянинг олдини олиш, хизмат вазифаларини ўзгартириш ҳамда ходимлар таркибини янгилаш мақсадида тенг лавозимларга ўтказишни англатади. [8]

Ўзбекистон Республикасининг “Давлат фуқаролик хизмати тўғрисида”ги Қонунига мувофиқ Давлат фуқаролик хизматчисининг ротацияси уни эгаллаб турган давлат фуқаролик хизмати лавозимига тенг бўлган бошқа лавозимга ўз розилиги билан ўтказиш орқали амалга оширилиши белгилаб қўйилган [1].

Давлат фуқаролик хизматида коррупцияга оид ҳуқуқбузарликларнинг олдини олиш мақсадида мажбурий равишда ротация қилиниши лозим бўлган давлат фуқаролик хизмати лавозимларининг рўйхати белгиланади. Ушбу лавозимларни эгаллаб турган давлат фуқаролик хизматчиларининг ротацияси уларнинг розилигисиз амалга оширилади.

Қуйидаги давлат фуқаролик хизматчилари ротация қилинмайди:

тайёрлаш, қайта тайёрлашдан ва малака оширишдан ўтаётган;

ҳомиладор аёллар, шунингдек уч ёшга тўлмаган болалари бор аёллар;

тиббий хулосага асосан ўзларининг ёки улар билан бирга яшовчи оила аъзолари соғлиғининг ҳолати ротация ўтказилаётган давлат фуқаролик хизмати лавозими бўйича хизмат мажбуриятларини амалга ошириш имкониятини бермайдиганлар.

Давлат фуқаролик хизматчисининг ротацияси шартлари меҳнат шартномасида назарда тутилади.

Давлат фуқаролик хизматчиси ротация тўғрисидаги қарордан норози бўлган тақдирда юқори турувчи давлат органига ёки махсус ваколатли давлат органига ёхуд судга шикоят қилишга ҳақли.

Юқоридагилардан келиб чиқиб, ушбу мавзунинг долзарблиги қуйидагиларда намоён бўлади:

биринчидан, Ўзбекистонда давлат хизматчиларини ротация қилиш этиш ҳали янги институт ҳисобланади. Шу боисдан, ушбу механизмни қуйидаги йўналишларда такомиллаштириш мақсадга мувофиқ:

- Ротация мезонларини очиқ ва шаффоф қилиш;
- Ротация жараёнида ижтимоий кафолатларни таъминлаш;
- Ахборот тизимларида ротация жараёнларини электрон тарзда юритиш;
- Ротация самарадорлигини баҳолаш учун индикаторлар ишлаб чиқиш.

иккинчидан, давлат органлари ва ташкилотлари бошқарувида самарали ротация институтини қўллаш билан боғлиқ ташкилий-иқтисодий механизмларнинг такомиллашмаганлиги.

Давлат бошқарувида мазкур механизмларни жорий этиш, бу борада хорижий давлат тажрибасини ўрганиш ва уни мамлакатимиз давлат фуқаролик хизмати тизимида муваффақиятли қўллаш юзасидан таклифлар ишлаб чиқиш тадқиқотдан кўзланган асосий мақсаддир.

Давлат хизматчиларини ротация қилиш борасида **Германия тажрибаси** экспертлар томонидан ижобий баҳоланган. [2]

Германия федерал ҳокимият органларида коррупциянинг олдини олиш бўйича дастур ишлаб чиқилган бўлиб, унинг асосий тамойиллари лавозимларни таҳлил қилиш (коррупциянинг юқори даражаси мумкин) ва юқори кўрсаткичли лавозимларда хизмат қилиш муддатини чеклаш, ходимларни ротация қилишдан иборат.

Яъни, мамлакатда кўп йиллардан буён коррупцияга кўпроқ таъсирли лавозимларни эгаллаган давлат хизматчиларини ротация қилишга алоҳида эътибор бериб келинмоқда. Бундай лавозимларда хизмат қилиш муддати 5 йилгача белгиланган бўлиб, муддатни узайтириш учун зарур асослар талаб этилади.

Бу талаб ходимларни лавозимларга жойлаш жараёни устидан назоратни кучайтириб мазкур қарорни иш берувчи қандай сабабларга кўра қабул қилганини аниқ кўрсатиб унинг масъулиятини ошишига ҳам хизмат қилади.

Японияда ходимларни ротация қилиш амалиётига давлат хизматчиларини қайта тайёрлаш ва малакасини ошириш тизимининг бир қисми сифатида қаралади. [3]

Японияда давлат хизматчиларини танлаш, тайёрлаш ишини барча босқичларда бошқариш, шу жумладан, ротация қилиш соҳаси ҳам, ҳукуматдан мустақил бўлган орган, яъни Кадрлар ишлари бўйича миллий бошқарма томонидан амалга оширилади.

Давлат хизматчиси иш жойини ҳар икки-уч йилда горизонтал ва вертикал йўналишда ўзгартиради, бошқа жойга кўчиришга розилик фақат яшаш жойини ўзгартирганда талаб қилинади.

Бу ерда ёндашув ўта аниқдир – ходим давлат хизматига кирди ва демак, ўз давлатига максимал фойда келтириши шарт.

Қоида тариқасида, 2–3 горизонтал кўчиришлардан сўнг вертикал ротация амалга оширилади, яъни янги лавозимга кўтарилиш, кўпроқ ҳақ тўланадиган лавозимга ўтказиш назарда тутилади.

Мамлакатда ротация давлат хизматчисига унинг ўз дунёқарашини кенгайтиришга, ташкилотига янада кенгроқ томондан қарашни ривожлантиришга рағбат уйғотади деб қаралади.

Ҳар йили ходимларнинг тахминан 40 фоизи алмаштирилади, бу билан ходимларда ортиқча стресс даражасини пасайтиради, юқори иш мотивациясини таъминлайди.

Ротацияларнинг кутилмаган ва тез-тез ўзгарувчан табиати, шунингдек, аввалига ишни яхши билган кимсанинг ўрнини эгаллаш талаб қилиниши туфайли, япон мутахассислари янги вазиятларга тез ўрганиш ва мослашиш қобилиятига эга бўладилар.

Япониянинг Риккё университети профессори Ёджи Камбаяшининг фикрига кўра, корпоратив иерархия бўйлаб юқорига лавозимларга кўтарилган мутахассисларга нисбатан, турли лавозимларда ишлаб тажриба орттирган япон раҳбари турли функциялар, қадриятлар ва эҳтиёжлардан иборат бўлган бўлим ёки ташкилотни бошқариш қобилиятига эга бўлади. [4]

Бу эса нафақат лойиҳа бошқарувида балки мураккаб ташкилотларни бошқаришда ҳам афзаллик беради.

Фикримизча, агарда ротация механизмидан Давлат хизматчисининг амалий иш тажрибаси ва касбий тайёргарлик даражасини ҳисобга олмай ёки ундан жазолаш ёхуд жазодан қутқариш воситаси сифатида фойдаланилса ротациядан кўзланган мақсадига эришилмайди ёки у самарасизликка олиб келиши мумкин. Қонунчилик ҳужжатларида нафақат ротациянинг мақсади балки унинг мезонлари аниқ белгиланиши керак.

Ротация бир томондан, марказий давлат органлари ва ташкилотлари ходимларининг касбий тайёргарлик даражасининг ўсишига, уларнинг маҳорати ҳудудларга хос хусусиятлар билан бойишига, шунингдек марказий бўғиндаги тажриба ва билимларини қуйи бўғин ташкилотларига етказишга хизмат қилади.

Россия федерацияси давлат хизматида ротация амалиётини қўллаш бир қатор норматив-ҳуқуқий ҳужжатлар билан тартибга солинган.

“Россия Федерациясининг давлат фуқаролик хизмати тўғрисида”ги Федерал қонунида хизматчиларни ротация қилиш ходимлар таркибини шакллантиришнинг устувор вазифалари қаторида қайд этилган [5].

Бунда маълум бир давлат хизмати лавозимлари ротация тартибида уч йилдан беш йилгача муддатга эгаллаб турилади. Ротация қилиниши назарда тутилган лавозимлар рўйхати ва ротацияни ташкил этиш тартиби Президент томонидан тасдиқланиши белгиланган.

Қонунда Давлат хизматчиси давлат хизматининг бошқа лавозимига ротация тартибида тайинланганда, унинг малака даражаси, мутахассислиги, касбий тайёргарлиги, давлат хизматидаги иш стажи ёки мутахассислиги, таълим йўналиши бўйича ишлаганлиги ҳисобга олиниши белгиланган.

Давлат хизматчиси лавозим маоши миқдори ушбу давлат хизматчиси эгаллаб турган давлат хизматининг лавозим маоши миқдоридан паст бўлган давлат хизматининг лавозимига ротация йўли билан тайинланиши мумкин эмаслиги мустаҳкамлаб қўйилган.

Хитой Халқ Республикасида давлат хизматини тартибга солувчи махсус қонун 2006 йилда қабул қилинган бўлиб, давлат хизматчиларини тайёрлаш, қайта тайёрлаш ва касбий малакасини ошириш ҳамда уларни ротация қилиш бўйича қарор қабул қилиш жараёнларини ҳуқуқий жиҳатдан тартибга солади. Давлат хизматчиларини ротация қилиш Меҳнат вазирлиги томонидан амалга оширилиб, бунда “Ротацион захира” назарда тутилади. Яъни, ротация тартибида юборилувчи давлат хизматчилар учун давлат органлари ва ташкилотларида маълум лавозимлар банд қилинади. [6]

Ходим ҳар ўн йилда бир марта бошқа ҳудуддаги ўхшаш лавозимга ўтказилади.

Давлат хизматчиларининг ротацияси умумий характер касб этиб, барча даражадаги ҳокимият органларига нисбатан татбиқ этилади.

Одатда давлат хизматчиларни иқтисодий ривожланган ҳудуддан нисбатан кам ривожланган ҳудудларга юборишга алоҳида эътибор қаратилади.

Қозоғистонда ходимларни ротация қилиш 2005 йилдан бошлаб кенг қўлланиб келинмоқда ва бу жараён фақат сиёсий давлат хизматчиларга тааллуқли.

Ротация қилиш тартиби ва муддатлари, ротация қилинадиган давлат хизматчиларининг тоифалари ва лавозимлари Қозоғистон Республикаси Президенти томонидан белгиланади. Бу давлатда ҳам ротация қўлланадиган лавозимлар рўйхати ваколатли давлат идораси тақдимотига асосан Президент томонидан тасдиқланади [7].

Хорижий мамлакатлар тажрибаси таҳлили шуни кўрсатмоқдаки, бугунги кунда уларда давлат хизматчилари томонидан коррупцион ҳуқуқбузарликлар содир этилишини олдини олиш ва давлат хизматчиларининг касбий малакасини ошириш мақсадида ротация институтидан самарали фойдаланилмоқда.

Ушбу мамлакатларда ротация институтидан асосан манфаатлар тўқнашуви ва коррупцияни олдини олиш мақсадида кенг фойдаланилмоқда ҳамда уларнинг давлат

хизмати тўғрисидаги қонунчилик ҳужжатларида ротация қилиш тартиби, ротация қилинадиган лавозимлар рўйхати ҳамда ротация муддатлари аниқ белгилаб қўйилган.

Давлат бошқарувида ротация институтини қўллашнинг халқаро тажрибаларини тадқиқ қилиб, барча мамлакатлар учун умумий бўлган бир қатор хусусиятларни ажратиш мумкин. Жумладан:

Давлат фуқаролик хизматчиларининг ротацияси қуйидаги мақсадларда амалга оширилмоқда:

давлат фуқаролик хизматчиларининг шахсий ва касбга оид сифатларини ривожлантириш;

давлат органлари фаолияти самарадорлигини ошириш;

раҳбар кадрлар захирасини шакллантириш;

коррупциявий хавф-хатарларни олдини олиш;

давлат хизматида ташкилий ва корпоратив маданиятни шакллантириш;

бўш иш ўринларини тўлдириш;

истиқболдаги ижобий ўзгаришларни янги ходимлар орқали амалга ошириш.

Ротациянинг қуйидаги турлари кенг қўлланилмоқда:

Даври бўйича: (ойлик, чораклик, йиллик ва бошқалар);

Қамрови бўйича (бўлим ичида, бўлинмалараро, соҳа, ҳудуд ва бошқалар доирасида);

Ротация муддати турли давлатларда турлича бўлиб кўп ҳолларда давлат хизматчисининг бир лавозимни эгаллаши одатда 3-5 йиллик муддатга мўжалланган.

Кўчириш объектига кўра: (раҳбарлар, мутахассислар, топ-менежерлар);

Мутахассислик даражаси бўйича: (касбни, мутахассисликни ўзгартирган ҳолда ва ўзгартирмасдан).

Юқорида биз ўрганиб чиққан давлат хизматчиларини ротация қилиш борасидаги хорижий давлатлар тажрибаси ушбу усулни коррупция ҳолатларини олдини олишда муваффақиятли қўллаш мумкинлигини кўрсатмоқда.

Агар иш берувчи ротация жараёнини бошласа, бу қуйидагиларни англатади:

1) Касбий ривожланиш ёки мартаба даражаси кўтарилиш учун ҳатто иш жойини ўзгартиришга тайёр бўлган истиқболли ходимни сақлаб қолиш истаги. Вертикал ўсиш мумкин бўлмаган ҳолатда, ходимга янги имкониятлар бериш орқали уни рағбатлантириш осонроқ.

2) Иш берувчи ходимнинг ўз ишини яхши бажармаётганини кўради. Бундай ходимни ишдан бўшатмаслик учун уни қайта тайёрлаш ёки янги тажрибаларни ўрганиши учун уни бошқа бўш лавозимга ўтказади.

3) Ходим ишни бажаради, лекин ташаббус кўрсатмайди, ҳамкасблар билан тил топишмайди. Бундай шароитда ишлаш иккала томон учун ҳам қийин.

4) Ташкилотда янги таркибий тузилмалар ва лавозимларни очиш режалаштирилган.

5) Янги лавозим мутахассислиги бўйича ходимларни параллель равишда тайёрлаш ёки улар томонидан кадрлар захирасини шакллантириш ёки касаллик, таътил, ишдан бўшатилган тақдирда белгиланган вазифалар ижросини таъминлаш учун уни кимдир бажариши зарурати туғилмоқда.

Хорижий давлатлар тажрибаларидан ҳам кўрдикки давлат хизматчисининг ротацияси унинг ҳар томонлама ривожланиши, муваффақиятли мартаба даражасига

эришишда муҳим аҳамият касб этмоқда. Ротация тизими иш кучининг мобиллигини таъминлайди, унинг лаёқати, малакаси ва рақобатбардошлигини оширади.

Юқорида билдирилган фикр мулоҳазалар ва хорижий тажрибалардан келиб чиқиб қуйидаги вазифаларни амалга ошириш таклиф қилинади:

Давлат органлари ва ташкилотларида давлат хизматчиларини ротация қилиш жараёнини Бошқарув самарадорлиги агентлигининг hrm.argos.uz ахборот тизими орқали назорат қилиш;

Ротация қилинган ходимлар учун ижтимоий кафолатларни (турар жой, оила аъзолари учун шарт-шароитлар) таъминлаш;

давлат хизматчиларини ротация қилишнинг ҳуқуқий асослари ва молиявий-иқтисодий механизмларини яратиш;

- Ротация қилинадиган лавозимларнинг коррупцияга таъсирчанлик даражасини ҳисобга олган ҳолда уларнинг тоифаси ва мезонларини аниқлаш;

Ротация натижаларини баҳолаш учун самарадорлик кўрсаткичларини ишлаб чиқиш.

Хулоса қилиб айтганда, давлат органлари ва ташкилотларида ходимларни ротация қилиш тизими кадрлар сиёсатида муҳим аҳамиятга эга. У орқали давлат хизматида касбийлик, шаффофлик ва самарадорлик таъминланади. Бироқ унинг тўлиқ амалга ошиши учун ҳуқуқий, ташкилий ва ижтимоий механизмларни янада такомиллаштириш зарур.

ФОЙДАЛАНИЛГАН АДАБИЁТЛАР РЎЙХАТИ

1. Давлат фуқаролик хизмати тўғрисида Ўзбекистон Республикасининг Қонуни. №ЎРҚ-788, 08.08.2022 (https://lex.uz/docs/6145972) Қонунчилик маълумотлари миллий базаси, 09.08.2022 й., 03/22/788/0723-сон; 29.11.2023 й., 03/23/880/0905-сон; 21.09.2024 й., 03/24/963/0735-сон.
2. Raphael Marbach, Carolin Steffens, Marius Herr, Jan Ziekow, Elements of Success and Ideas for Transfer Based on Germany’s Dual Public Administration Education. B. Published by Internationale Zusammenarbeit (GIZ) 2018 y. 18-p;
3. Ноздрачев А. Ф. Институт ротации в системе государственной гражданской службы // Журнал зарубежного законодательства и сравнительного правоведения. 2019. № 5. С. 5—22 (Nozdrachev AF Institute of rotation in the system of state civil service // Journal of foreign legislation and comparative jurisprudence. 2019. No. 5. -P. 5-22). DOI: 10.12737/jflcl.2019.5.1;
4. https://kaken.nii.ac.jp/ja/grant/KAKENHI-PROJECT-22K20203?utm_source=chatgpt.com
5. Федеральный Закон «О государственной гражданской службе Российской Федерации» от 27.07.2004. N 79-ФЗ (ред. от 30.12.2015) // Консультант Плюс – www.consultant.ru.
6. Сравнительный анализ законодательства о государственной службе Российской Федерации и Китайской Народной Республики. http://elibrary.ru/item.asp?id=15597395
7. https://online.zakon.kz/Document/?doc_id=36786682&doc_id2=36786682#pos=40;-110&pos2=827;-98.
8. Хусаинов, У. Ш. Институт ротации в системе государственной власти: понятие и сущность / У. Ш. Хусаинов. — Текст : непосредственный // Актуальные вопросы юридических наук : материалы II Междунар. науч. конф. (г. Челябинск, февраль 2015 г.). — Челябинск : Два комсомольца, 2015. — С. 10-13. — URL: https://moluch.ru/conf/law/archive/140/7135.

ГИБКИЕ (AGILE) И АДАПТИВНЫЕ МЕТОДОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ: ЭВОЛЮЦИЯ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ СТРУКТУР В XXI ВЕКЕ

Тухтабаев Абдурашид Турсунович
Кандидат экономических наук, профессор. Профессор кафедры “Бухгалтерского учета и менеджмент” Андижанского государственного технического института
https://doi.org/10.5281/zenodo.17680672

В настоящей работе рассматривается трансформация подходов к управлению в современных организациях под влиянием гибких (Agile) методологий. Изначально зародившись в IT-индустрии, эти подходы стали ответом на вызовы динамичной внешней среды, характеризующейся высокой скоростью изменений и неопределенностью. В исследовании анализируются ключевые драйверы актуальности Agile, основные фреймворки их реализации (Scrum, Kanban, OKR), а также связанные с ними изменения в организационном дизайне. В заключении делается вывод о том, что адаптивность становится не просто инструментом, а новой культурой управления, необходимой для поддержания конкурентоспособности в долгосрочной перспективе.

Следует отметить, что в XXI веке настоящая сила ведения бизнеса принадлежит не тому, кто контролирует рынок, а тому, кто быстрее приспосабливается, когда рынок меняется. Современная бизнес-среда, часто описываемая аббревиатурой VUCA (нестабильность, неопределенность, сложность, неоднозначность), бросает вызов традиционным, иерархическим и линейным моделям управления [4].

Каскадные методы (Waterfall), основанные на тщательном долгосрочном планировании и строгом следовании заранее утвержденным планам, демонстрируют свою неэффективность в условиях, когда требования к продукту и рыночная конъюнктура могут измениться за считанные месяцы. Ответом на эти вызовы стало широкое распространение гибких и адаптивных методологий управления, которые вышли далеко за рамки своей первоначальной сферы применения — разработки программного обеспечения [5]. Работа посвящена исследованию сущности, актуальности и практических проявлений Agile-подхода в управлении современными организациями.

Актуальность внедрения гибких методологий продиктована рядом фундаментальных факторов:

1. **Скорость изменений.** Глобализация и цифровизация ускорили жизненные циклы продуктов и услуг. Годичные бизнес-планы устаревают еще до момента их окончательного утверждения. Agile позволяет организациям не просто реагировать на изменения, а активно адаптироваться к ним, работая короткими итеративными циклами.
2. **Фокус на создание ценности для клиента.** В центре Agile-подхода находится клиент. Короткие циклы работы (спринты в Scrum) и регулярная обратная связь от конечных пользователей позволяют постоянно проверять гипотезы, вносить коррективы и поставлять именно тот продукт, который решает реальные проблемы клиента, минимизируя риски создания невостребованного решения.

3. **Распределение ответственности и повышение мотивации.** Жесткие иерархии концентрируют принятие решений на верхних уровнях управления, что замедляет процессы и демотивирует сотрудников. Agile декларирует ценность «самоорганизующихся команд», где решения принимаются теми, кто непосредственно работает с задачей [1].

Для комплексного исследования темы гибких методологий управления в данной работе применялись следующие методы:

1. **Анализ научной литературы и манифестов.** Были изучены ключевые документы, лежащие в основе философии Agile, такие как «Манифест гибкой разработки программного обеспечения», а также труды ведущих теоретиков и практиков в области управления [2].

2. **Сравнительный анализ.** Проведено сравнение традиционных (Waterfall) и гибких (Agile) подходов к управлению по таким параметрам, как гибкость, скорость реакции на изменения, уровень рисков, вовлеченность команды и удовлетворенность клиента.

Таблица -1

Основные факторы гибких и адаптивных методологий управления (Agile)

№	Фактор	Описание
1	Быстрые изменения	Глобализация и цифровизация ускорили жизненный цикл продуктов.
2	Ориентация на клиента	Благодаря спринтам и обратной связи продукт постоянно совершенствуется и соответствует потребностям клиента.
3	Распределение ответственности и мотивация	Решения принимаются командой, непосредственно работающей над задачей, что ускоряет процесс и повышает вовлечённость.
4	Адаптация к VUCA-среде	В условиях неопределённости и сложности эффективны итеративные подходы.

Основные инструменты и подходы

1. **Scrum и Kanban.** Эти два фреймворка являются наиболее популярными.
– Scrum предлагает структурированный подход с фиксированными по времени спринтами, четкими ролями и регулярными событиями [7].
– Kanban фокусируется на визуализации рабочего процесса, ограничении количества задач в работе и непрерывном улучшении.

2. **OKR (Objectives and Key Results).** Данная система целеполагания идеально сочетается с Agile-культурой. Цель задает качественное направление, а ключевые результаты — измеримые метрики достижения цели [3].

3. **Организационный дизайн.** Agile требует соответствующей организационной структуры. Происходит переход от функциональных структур к сетевым, продуктовым и кросс-функциональным командам [4].

Анализ кейсов успешного внедрения (Case Study). Рассмотрены примеры успешной трансформации компаний из различных отраслей (банковский сектор, ритейл,

телекоммуникации) в сторону применения Agile-принципов, что демонстрирует универсальность подхода.

Анализ ключевых проявлений Agile-методологий. На практике гибкость реализуется через конкретные фреймворки[2] и инструменты:

Таблица -2

Agile-фреймворки и их характеристики

№	Фреймворк/ Подход	Основные характеристики	Подходящие сферы применения
1	Scrum	Спринты (2–4 недели), роли (Scrum Master, Product Owner, Development Team), регулярные встречи (Daily, Review)	Разработка сложных программных продуктов
2	Kanban	Визуализация процесса (доска Kanban), ограничение задач в работе (WIP), постоянное улучшение процессов	Службы поддержки, маркетинг, техническая помощь
3	OKR	Цели (Objective) и ключевые результаты (Key Results) — измерение и управление эффективностью	Стратегическое планирование, все отделы
4	Организационный дизайн	Переход от функциональных отделов к кросс-функциональным и продуктовым командам, ускорение принятия решений	Быстро меняющаяся среда, гибкие команды

Основные выводы. Agile — стратегическая необходимость. В условиях VUCA-мира гибкие методологии эволюционировали из узкоотраслевой практики IT-разработки в универсальную управленческую парадигму.

Системный подход — ключ к успеху. Внедрение отдельных фреймворков (Scrum, Kanban) без изменения организационного дизайна и корпоративной культуры не приносит долгосрочного эффекта [1].

Вовлеченность и ответственность. Принцип самоорганизующихся команд напрямую влияет на мотивацию сотрудников, наделяя их автономией и связывая работу с создаваемой ценностью [7].

Универсальность Agile. Анализ кейсов и регионального опыта, включая труды узбекских и российских авторов, подтверждает применимость гибких принципов за пределами IT — от промышленности до банков [2].

В заключении следует отметить, что гибкие и адаптивные методологии управления перестали быть экзотикой и стали необходимым условием выживания и процветания

[2] Фреймворки (frameworks) — это структурированные модели, системы или наборы инструментов, которые помогают организовать работу, анализ или управление в определённой сфере.

компаний в XXI веке. Это не просто инструменты вроде Scrum или Kanban, а фундаментальная смена управленческой парадигмы. Внедрение Agile — это путь от жесткой иерархии к сетевой организации, от управления процессами к управлению ценностью, от страха перед изменениями к их активному принятию. Способность к постоянной адаптации становится ключевым конкурентным преимуществом, а гибкие методологии — проверенным каркасом для его достижения.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Андерсон Д. Канбан: Альтернативный путь в Agile / Д. Андерсон. – М.: Питер, 2021. – 288 с.
2. Аминджонов Ф.С. Особенности внедрения Agile-методологий в условиях цифровой трансформации предприятий Узбекистана / Ф.С. Аминджонов // Экономика и инновационные технологии. – 2021. – № 5. – С. 45–53.
3. Дорн Д. Цели и ключевые результаты. Как Google, Intel и другие компании обеспечивают высочайшие результаты / Д. Дорн. – М.: Манн, Иванов и Фербер, 2018. – 224 с.
4. Лукьянов С.А. Гибкие методологии управления проектами: от теории к практике / С.А. Лукьянов. – М.: Инфра-Инженерия, 2020. – 180 с.
5. Манифест гибкой разработки программного обеспечения (Agile Manifesto) [Электронный ресурс]. – Режим доступа: https://agilemanifesto.org/iso/ru/manifesto.html (дата обращения: 02.11.2025).
6. Сазерленд Д. Scrum: Революционный метод управления проектами / Д. Сазерленд. – М.: Альпина Паблишер, 2016. – 274 с.
7. Сушко А.В. OKR: Система целеполагания для нового времени / А.В. Сушко. – М.: Альпина Паблишер, 2021. – 210 с.

RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA KAPITAL BOZORINI RIVOJLANTIRISHNING SINERGETIKA USULI

Ermatov Musojalil Komilovich
Alfraganus universiti, Moliya kafedrasi dotsienti, i.f.n.
https://doi.org/10.5281/zenodo.17680472

Annotasiya. *Maqolada metoiqtisodiyot kapital bozori rivojlantirishning sinergetik usullari va u bilan bog‘liq raqamli iqtisodiyot rivojlanish tendensiyalari tadqiq qilingan. Iqtisodiyoti rivojlangan davlatlarning IT texnologiyalari rivojlanish ko‘rsatkichlari o‘rganilgan. Jahon iqtisodiy tarmoq faoliyatidagi barcha IT yo‘nalishlari geografik va milliy hududlarida kengayishi natijada transmilliy korporatsiyalar shakllanishi, ular xalqaro bozorlarda o‘z o‘rnini egallash jarayonlari ilmiy kuzatuvlar olib borildi. O‘zbekiston va boshqa mamlakatlar raqamli iqtisodiyot sharoitida kapital bozorini rivojlantirish natijasida bir mintaqada joylashgan kapital oqimi boshqa mintaqaga ko‘chishi kuchayish ehtimollari o‘rganilgan.*

Metodologiyasi: *Maqolada mamlakatimiz va iqtisodiyoti rivojlangan davlatlar raqamli iqtisodiyot sharoitida kapital bozori tadrijiy rivojlanishining sinergetik omillari qiyosiy tahlil etilgan. Ilmiy izlanishlar doirasida tizimli tahlil, guruhlash, iqtisodiy jarayonlarning induksiya va deduksiya holatlari, mavjud ma’lumotlarning statistik va solishtirma tahlili, tafakkur va g‘oyalarga abstrakt-mantiqiy yondashuv usullaridan foydanildi. Maqola mavzusiga doir fikr va mulohazalarning dudiktiv rivojlanishi asos qilib olingan. Jahon kapital bozoridagi davlatlar qimmatli qog‘ozlar ulushi tadrijiy solishtirish usullaridan foydalanilgan.*

Natijalar: *Tadqiqot muallifi shunday xulosaga keladi: Mamlakatimizda kapital bozorini rivojlantirish borasidagi chora-tadbirlarda yaxlit strategiyasini shakllantirishni taklif etadi. Uning samarali infratuzilmasi shakllanishida asosiy e’tiborni ikkilamchi qimmatli qog‘ozlar bozorini jadal rivojlantirish dolzarb muammoligini asoslaydi. Kapital bozorni kengaytirishga qaratilgan amaliy harakatlarni yanada faollashtirish, korporativ boshqaruv tizimini ilg‘or xorijiy tajribalar asosida takomillashtirishni talab etadi. Kapital bozorini tartibga solishda iqtisodiyoti rivojlangan davlatlar bilan xalqaro aloqalarni rivojlantirish va ushbu aloqalar IT texnologiyalardan foydalanish kabi masalalar alohida ustuvorlik kasb etishini ta’kidlab o‘tgan.*

Yangiligi: *Hozirda kapital bozorida ommaviy foydalanuvchilar uchun ushbu axborot resurslaridan interfaol foydalanishni ta’minlovchi texnologiyalar ishlab chiqilgan. Unda IT axborot tizimlari funktsiyalarini kengaytirish, ma’lumotlar bazalarini turli ma’lumotlar tuzilmasini ochiqlash tizimi yaratilgan. Ko‘p ob’ektli hujjatlar va gipermatnli muhitlarni yaratish usullari belgilangan. Xususan gipermatnli ma’lumotlar bazalarini yaratish va yuritish texnologiyalari bilan parallel ravishda qayta ishlash tadbirlari ishlab chiqilgan.*

Iqtisodchi mutahassislari tayyorlovchi bilim yurtlarida sinergetika usulidan foydalanish, yani, serqirra ilm toliblarini tayyorlashni taklifi keltirilgan.

Kalit so‘zlar: *Raqam, kapital, texnologiya, bozor, sinergetika, IT.*

Аннотация: *В статье исследуются синергетические методы развития метаэкономического рынка капитала и связанные с ним тенденции развития цифровой экономики. Изучаются показатели развития ИТ-технологий экономически развитых стран. В результате расширения всех направлений ИТ в мировом экономическом секторе*

на географические и национальные территории проводятся научные наблюдения за процессами формирования транснациональных корпораций и их завоевания международных рынков. Изучаются возможности увеличения миграционных потоков капитала из одного региона в другой в результате развития рынка капитала в Узбекистане и других странах цифровой экономики.

Методология: *В статье проводится сравнительный анализ синергетических факторов постепенного развития рынка капитала в цифровой экономике нашей страны и развитых стран. В рамках научного исследования использовались методы системного анализа, группировки, индукции и дедукции экономических процессов, статистического и сравнительного анализа имеющихся данных, абстрактно-логический подход к мышлению и идеям. В основе статьи лежит дедуктивное развитие мыслей и рассуждений по теме. Использованы методы постепенного сравнения доли ценных бумаг стран на мировом рынке капитала.*

Результаты: *Автор исследования приходит к следующему выводу: предлагается сформировать комплексную стратегию мер по развитию рынка капитала в нашей стране. Основное внимание в формировании его эффективной инфраструктуры обусловлено актуальной проблемой ускоренного развития вторичного рынка ценных бумаг. Это требует дальнейшей активизации практических действий, направленных на расширение рынка капитала, совершенствование системы корпоративного управления на основе передового зарубежного опыта. Отмечено, что в регулировании рынка капитала особое значение имеют такие вопросы, как развитие международных отношений с экономически развитыми странами и использование в этих отношениях IT-технологий.*

Новизна: *В настоящее время на рынке капитала развиваются технологии, обеспечивающие интерактивное использование этих информационных ресурсов для публичных пользователей. Это позволило создать систему расширения функций информационных систем, позволяющую создавать различные информационные структуры баз данных. Определены методы создания многообъектных документов и гипертекстовых сред. В частности, разработаны средства параллельной обработки с технологиями создания и ведения гипертекстовых баз данных.*

Предлагается использовать синергетический метод в образовательных учреждениях, готовящих экономистов, то есть для подготовки студентов с широким спектром знаний.

Ключевые слова: *Цифр, капитал, технология, рынок, синергетика, ИТ.*

Kirish

XIX asr sanoat asri, XX asr “Atom” asri deya nom oldi. XXI asr esa, inson aqliy salohiyatining axborot-kommunikatsiya texnologiyalari va innovatsiyalar asri, ya’ni IT asri hisoblanmoqda. Zamonamiz talabi har bir ongli shaxslardan kasbi va mutaxassislik yunalishdan qat’iy nazar IT texnologiyasidan foydalanishini taqozo etmoqda. Har bir jismoniy shaxsdan nafaqat bir sohada layoqatli mutaxassis, balki, serqirra ilm yo‘nalishlarining etakchi mutaxassisligini, insoniyat rivojlanishining istiqboldagi yo‘nalishlarini aniqlay oladigan o‘tkir fikrli mutaxassis bo‘lishini talab etmoqda. Shu bois, bunday mutaxassislarni tayyorlash dolzarb muammoga duch kelmoqda. Ushbu xarakat jarayonidan ko‘zlangan maqsadga erishish uchun oliy ta’lim tizimidagi iqtisodiyot mutaxassislarni tayyorlashning yangi ilmiy-pedagogik asoslarini

ishlab chiqish, yanada interfaol bo‘lgan o‘qitish usullarini joriy etilishi ijtimoiy vazifalarining markaziy asosiga aylandi. Bu kabi o‘quv dasturlarni tashkil etish jarayonidagi talablar sinergetik yondashuvlarga duch kelmoqda.

Sinergetika atamasi yunon tilida “*Sinergia*” so‘zidan olingan bo‘lib, o‘zbek tilida hamkorlik va hamjihatlik ma’nolarini anglatadi. Iqtisodiyot tilida esa, muayyan tizimni tashkil etish, shuningdek, o‘z-o‘zini boshqaruv nazariyasining markazi hisoblanib, undan ochiq, tashqi muhit bilan uzviy yoki informatsiya almashinuvlari ostidagi murakkab tizimli jarayonlarning tabiatini tadqiq etishda unumli foydalanish demakdir. Bunda sinergetikaning tartibsizlik, beqarorlik, nochiziqlilik kabi bir qancha tushunchalari yordamida o‘rganilayotgan obyektning muayyan qonuniyatlardan og‘ish jarayonlari va buning sabablari, tadrijiy evolyutsiyasi va ayni vaziyatdagi o‘zgarishlari tadqiq etiladi[1].

Bizningcha sinergetika atamasi iqtisodiyot tildagi tushunchasi “hamjihatlik” ma’nosini bildirib, unda belgilangan vazifaning tashkiliy tuzilmasining yaxlit bir butunlikda umumlashtirish, uni tashkil etuvchi elementlarining o‘zaro muvofiqlik va mutanosiblikdagi munosabatlar majmui hisoblanadi. Biz fikrlarni asoslash uchun quyida iqtisodchi olimlar izlanishlariga doir adabiyotlarni tahlil etamiz.

ADABIYOTLAR TAHLILI

S. N. Sayfullayev o‘zining raqamli iqtisodiyot sharoitida fond bozorining mazmuni, iqtisodiyotdagi ahamiyati va o‘rni nomli maqolasida:

Raqamli iqtisodiyot sharoitida fond bozori iqtisodiyotning muhim tarkibiy qismi ekanligini izohlab, uning ahamiyati va o‘rni sezilarli darajada oshib borayotganligini bildiradi. U raqamli texnologiyalar fond bozorining rivojlanishiga katta ta‘sir ko‘rsatayotganligi va faoliyati yangi bosqichga ko‘tarilayotganligini asoslagan. Shu bilan birga raqamli iqtisodiyotda fond bozorining ahamiyatini yanada oshirishda quyidagi jihatlarini inobatga olish lozimligini bildirgan. Xususan,

–innovatsiyalarni rag‘batlantirishda fond bozori yangi texnologiyalar va innovatsiyalarni moliyalashtirishga imkon yaratib, tadbirkorlikni va texnologik rivojlanishni tezlashtirish zarur;

–global integratsiya sharoitida raqamli texnologiyalar orqali fond bozorlari xalqaro darajada birlashib, global investitsiyalar oqimini oshirish va milliy iqtisodiyotlarning global iqtisodiyotga integratsiyalashuvini ta’minlash joiz;

–samaradorlik va likvidlik ta’minlanishida elektron savdo platformalari, sun‘iy intellekt va algoritmik treyding savdo jarayonlarini tezkor va samarali qilish, bu esa resurslarning optimal taqsimlanishiga yordam berishini takidlaydi;

–xavfsizlikni ta’minlash va shaffoflik faoliyatini amalga oshirilishida blokcheyn texnologiyasi orqali qimmatli qog‘ozlarning xavfsizligi va shaffofligini ta’minlashda investorlarga bozorga ishonch bilan kirish imkonini berishini;

–moliyaviy barqarorlik ta’minlanishida fond bozorlari turli moliyaviy vositalar va diversifikatsiyalashgan portfellar orqali moliyaviy barqarorlikni saqlashda muhim rol o‘ynashini bildirgan[1-745].

Ismailov X. M. fikriga ko‘ra iqtisodiyot tarmoqlarining barchasida raqamli iqtisodiyot ulushi sezilarli darajada o‘sib kelmoqda, bu o‘z navbatida sohalarda raqamli transformatsiyaning oshishiga olib keladi. Axborot-kommunikatsiya texnologiyalaridan keng miqyosda foydalanish iqtisodiyoti rivojlangan mamlakatning YaIMdagi ulushida raqamli iqtisodiyotning oshib borayotganligini guvohi bo‘lmoqdamiz [2-575]

Nurmuxamedov A.A. Rivojlangan mamlakatlarning ilgor tajribasi, samarali faoliyat ko‘rsatuvchi fond bozori iqtisodiy o‘sish sur’atlariga ijobiy ta’sir ko‘rsatadigan omillardan biri. Ular rivojlangan fond bozori korxonalarga katta hajmdagi sarmoya talab qiluvchi loyihalarni moliyalashtirishda risklarni munosib baholash va diversifikatsiyalash, mablag‘larni samarali jalb qilish imkonini bermoqda. Fond bozori hozirgi kunda iqtisodiy tendentsiyalarning indikatori bo‘lib xizmat qilmoqda, bu esa manfaatdor tomonlarga (shu jumladan, hukumatga) o‘zining harakatlar strategiyasini ishlab chiqish va samarali amalga oshirilishiga imkon beradi[3-844]

Xorijiy olim Kuhn T.A. esa, Ilm-fan tarraqqiyoti tinimsiz o‘zgarib boruvchi ob’ektiv reallik. Albatta, uni tadqiq etish usullari va metodlari ham shunga muvofiq tarzda o‘zgarib va almashinib turadi. Fandagi inqilob obyektga bo‘lgan yondashuvning o‘zgarishi bilan bog‘liq bo‘ladi,[4-85].

Bunday ob’yektlarga bo‘lgan yondashuvning o‘zgarishi natijasida uning hali o‘rganilmagan jihatlari to‘la va teran ochilishi mumkin. Bu esa fanda katta yutuq va inqilobiy o‘zgarishlar yuzaga kelishiga zamin yaratadi. Iqtisodiyotdagi sinergetik rivojlanish jamiyat taraqqiyotiga sabab bo‘ladi. E’tirof etilgan go‘ya va fikrlar jamlanmasining tahlil va natijalarning bayoniga quyida to‘xtalamiz.

Tahlil va natijalar

Bugungi kundagi dunyo hamjamiyati iqtisodiy infratuzilma sohasida shiddatli rivojlanish va o‘sish kuzatilayotgan davr bo‘lmoqda. Bu raqamli iqtisodiyotning vujudga kelishi bilan bog‘liq bo‘lib, u IT texnologiyalarini yanada rivojlanishiga olib kelmoqda.

IT texnologiyalari rivojlanishining natijasi, jahon xo‘jaligi faoliyatidagi barcha yo‘nalishlari geografik milliy hududlarida kengayib, natijada transmilliy korporatsiyalar shakllanib, ular xalqaro bozorlarda o‘z o‘rnini egallamoqda. Mamlakatlar raqamli iqtisodiyot sharoitida kapital bozorini rivojlantirishi natijasida bir mintaqada joylashgan kapital oqimi boshqa mintaqaga ko‘chishi kuchaymoqda. Unda ijtimoiy-iqtisodiy sohalarning milliy chegaralardan chiqib transmilliy hududlarda faoliyat yuritilishida IT sohasidagi keskin o‘zgarishlari o‘z aksini topmoqda. Har bir tarmoq sohadagi texnologik yangiliklar va mavjud imkoniyatlar raqamlashtirish oqibatida kapital mablag‘larining bir hududdan boshqa xududga cheklovlarsiz ko‘chishi kapital bozorida yangi imkoniyatlar, yangi sharoitlar va yanada yangi tamoyillarning yuzaga kelishiga olib kelmoqda.

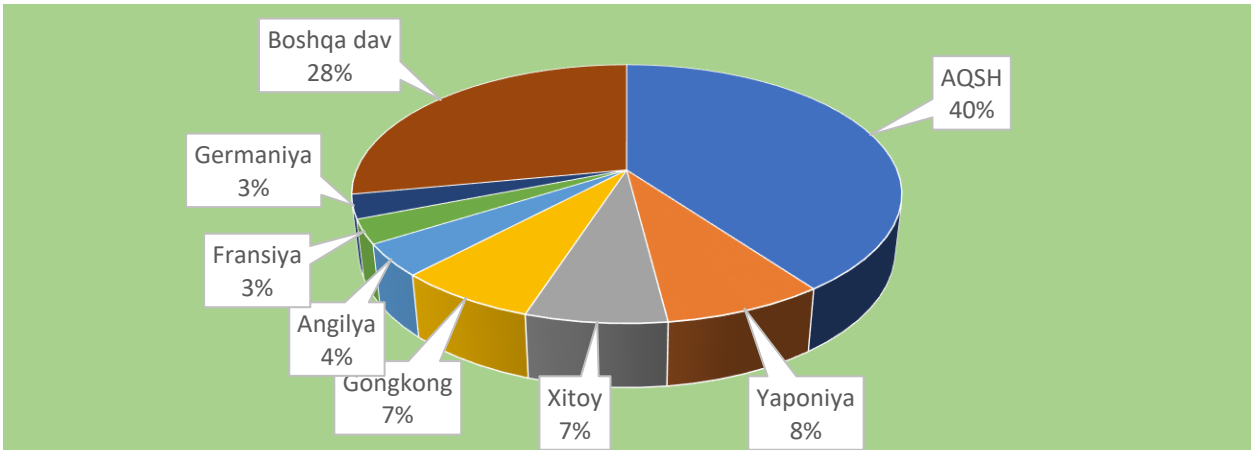
Xalqaro maydonda kapital bozoridagi talab va taklifni tez o‘zgarib turishi iqtisodiyotda raqamli texnologiyalardan yanada samarali foydalanishni talab etmoqda. So‘nggi yillarda moliya bozorining tarkibiy ulushini moliyaviy tahlillari shuni ko‘rsatmoqdaki, Iqtisodiyoti rivojlangan davlatlarning qimmatli qog‘ozlar bozoridagi ulushi iqtisodiyoti rivojlanayotgan davlatlar ulushlariga nisbatan yuqori ko‘rsatkichni saqlab qolmoqda.

Mazkur moliyaviy tahlil shuni ko‘rsatmoqdaki, dunyo kapital bozoridagi mamlakatlarning eng yuqori ko‘satkich ulushu Amerika Qo‘shma Shtatlari davlatiga tegishli bo‘lib, uning jahon bozoridagi qimmatli qog‘ozlari ulushi 40 foizni tashkil etmoqda. Bu esa, jahon xo‘jaligi daromadlarining 35-40 foizi Amerika tadbirkorlari foydasini ko‘paytirishga xizmat qilmoqda.

Qolgan davlatlar Yaponiya 8 foizni, Xitoy va Gongkong 7 foizni, Angliya 4 foizni, Germaniya va Fransiya 3 foizni tashkil etmoqda. Qolgan davlatlarning ulushi esa 28 foizni tashkil etmoqda.

Masofaviy tahlil natijalari shuni ko‘rsatmoqdaki, iqtisodiyoti rivojlangan davlatlar moliya tizimida ilg‘or IT texnologiyalari qo‘llanilganligini, ulardagi iqtisodiy infratuzilmasining deyarli

barcha sohalarida insoniyat rivojlanishining istiqbolli yo‘nalishlari belgilay oladigan va barcha sohalarda yetuk mutaxassislarning ilg‘or tajribaga ega ekanligini ko‘rsatishimiz mumkin.



1-chizma. Kapital bozoridagi davlatlar qimmatli qog‘ozlari ulushi[3]

Shungdek, ushbu davlatlarda talaba yoshlarni kasbga tayyorlash dasturlari jarayoni va unga qo‘yilgan talablar sinergetik yondashuvlar asosida tashkil etilgan, shu omillarga ko‘ra iqtisodiyoti yuksalgan davlatlarning moliya bozori rivojlangan uning natijasini yalpi ichki mahsulot ko‘rsatkichlari yuqoriligi bilan asoslanadi.

Albatta, jahon iqtisodiyot tarkibidagi iqtisodiy o‘sish sur’atlari davlatlarning yalpi ichki mahsulot (YaIM) bilan belgilanadi. Yalpi ichki mahsulot o‘sishi, har qaysi mamlakat iqtisodiyoti rivojlanayotganligidan dalolat beradi. Lekin barcha mamlakatlarning iqtisodiy o‘sish sur’atlari bir hilda emas, ularning geografik joylashuvi, tabiiy resurslari va aholining ilmiy tafakkuri va bilim darajasiga ko‘ra turli ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanish ko‘rsatkichlarini bayon etadi.

Zamonaviy iqtisodiyot nazariyasida davlatlarning iqtisodiy o‘sish ko‘rsatkichlarining odatda to‘rt turi e’tirof etilmoqda. Ular quyidagilar:

1. Iqtisodiyoti rivojlangan mamlakatlarning bir xil me’yorda o‘sish ko‘rsatkichi bo‘lib, ular AQSh va Evropa davlatlari hisoblanadi;

2. Iqtisodiy o‘sishda mo‘jiza ko‘rsatayotgan mamlakatlar bo‘lib, ular Xitoy, Yaponiya, Janubiy Koreya, Gonkong, O‘zbekiston davlatlaridir;

3. Iqtisodiy o‘sishning fojiasiga ega mamlakatlar bo‘lib, ular markaziy Afrika davlatlaridir;

4. Iqtisodiy o‘sish darajasi yo‘q mamlakatlar ham mavjud bo‘lib, unga Zimbabve davlati kiradi [5-65].

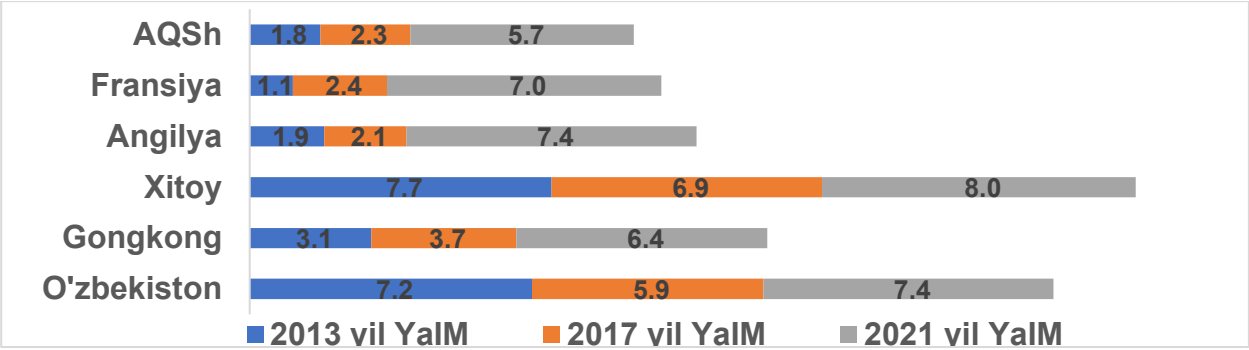
Zamonaviy iqtisodiyot nazariyasidagi iqtisodchi olimlarning ikkinchi bashoratlari 2023 yilga kelib dunyo yalpi ichki mahsulotining qariyib chorak qismi raqamli iqtisodiyot hissasiga to‘gri kelishini e’lon qildi. Bunday sharoitda yangi O‘zbekiston iqtisodiyotni rivojlantirish zaruriyati yanada dolzarb muammoga etaklaydi. Jahon statistik manbalarda iqtisodiy rivojlantirishda dunyoda etakchilik qilib kelayotgan davlatlar AQSh va Angliya davlatlarida raqamli iqtisodiyotning yalpi ichki mahsulotdagi ulushi 12-15 foizni tashkil qilayotganligini ko‘rishimiz mumkin.

Ushbu iqtisodiy tahlil jarayonlari quyidagi manzarani ko‘rsatmoqda, iqtisodiyoti rivojlangan davlatlarning YaIMlari 2013 yilda o‘rtacha o‘sish ko‘rsatkichi 1,6 foiz, 2017 yilda 2,3 foiz, 2021 yilda 6,7 foizni tashkil etmoqda.

[3]*Internet ma'lumotlari asosida mualliflar tomonidan ishlab chiqilgan.*

Mo‘jiza ko‘rsatayotgan davlatlar YaIMi 2013 yilda o‘rtacha 6 foizni, 2017 yilda o‘rtacha 5,5 foizni, 2021 yilda o‘rtacha 7,3 foizni tashkil etmoqda.

Misolimizdagi sakkiz yil davomida iqtisodiyoti rivojlangan davlatlar YaIMi 3,5 foizga o‘sgan, mo‘jizakorlarda esa, 6,8 foizga o‘sgan. Unday bo‘lsa, mo‘jiza deya atalayotgan davlatlardagi insonlar nega AQSh va Evropa davlatlari hayotini havas qilib yashamoqda.



2-chizma. Davlatlar yalpi ichki mahsulotining o‘sish dinamikasi

2013-2021 yillardagi yillik va o‘rtacha yillik o‘sish bo‘yicha Xalqaro Valyuta Fondi ma'lumotlari asosida mualliflar tomonidan ishlab chiqilgan.

Uning sababi, iqtisodiyoti rivojlangan davlatlar yaratayotgan YaIM tarkibida IT dan foydalanish natijasida daromat ko‘rsatkichi yuqori, demak ishlab chiqarish tannarxi arzon.

Mo‘jizakorlarda esa, masalan Xitoy qo‘l mehnati yuqoriligini saqlab qolmoqda. Shu bois, YaIM yaratilishida mo‘jiza ko‘rsatayotgan davlatlar yashash turmush tarzi Amerika va Evropa davlatlariga nisbatan talaygina past ko‘rsatkichga ega.

Olib borilgan ilmiy izlanishlar, hodisa va mulohazalar natijasida quyidagicha xulosaga kelamiz.

Xulosa

Mamlakatimizda kapital bozorini rivojlantirish borasidagi tadbirlar markazi ushbu bozorni rivojlantirishning yaxlit strategiyasini shakllantirishga qaratish lozim. Kapital bozorining samarali infratuzilmasi shakllanishida ikkilamchi qimmatli qog‘ozlar bozorini jadal rivojlantirish zarur. Bozorni kengaytirishga qaratilgan amaliy harakatlarni yanada faollashtirish joiz.

Kapital bozor korporativ boshqaruv tizimini ilg‘or xorijiy tajribalar asosida takomillashtirish, uni tartibga solish sohasida xalqaro aloqalarni IT texnologiyalarini rivojlantirish kabi masalalar alohida ustuvorlik kasb etishi darkor.

So‘ngi yillarda ilm-fan, shu jumladan axborot texnologiyalari sohasida cho‘qur o‘zgarishlar sezilmoqda, uning natijasida milliy iqtisodiyotimizning barcha tarmoqlarida raqamli iqtisodiyotga o‘tish uchun katta zaruriat tug‘ildi. Buning uchun barcha shart-sharoitlar mavjud. Undan axborot texnologiyalaridagi yangi imkoniyatlardan foydalanishda sinergetika usulidan foydalanish talab etiladi.

Hozirda ommaviy foydalanuvchilar uchun ushbu axborot resurslaridan interfaol foydalanishni ta’minlovchi texnologiyalar ishlab chiqilgan. Unda axborot tizimlari funktsiyalarini kengaytirish, ma’lumotlar bazalarini turli ma’lumotlar tuzilmasini shakllantirash zarur. Ko‘p ob’ektli hujjatlar va gipermatnli muhitlar, shu jumladan gipermatnli ma’lumotlar bazalarini yaratish talab etiladi. Ularni yuritish texnologiyalari bilan parallel ravishda qayta ishlashni ta’minlash ishlarini tashkil etish lozim.

Iqtisodiyot mutaxassislari tayyorlash bilim yurtlarida sinergetika usulidan foydalanish, yani, serqirra ilm toliblarini tayyorlashni taklif etamiz.

Biz tadqiqot jarayonida quyidagi adabiyot va internet sahifalaridan foydalandik.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. S. N. Sayfullayev Raqamli iqtisodiyot ilmiy-elektron jurnali. 7-son.
2. Ismailov X. M. Raqamli iqtisodiyot ilmiy-elektron jurnali. Iqtisodiy tizimlarning rivojlanishida raqamli iqtisodiyotning ta’siri.
3. Fond bozori rivojlanishining o‘ziga xos xususiyatlari va iqtisodiy o‘sish bilan bog‘liqligi "Science and Education" Scientific Journal / Impact Factor 3.848 March 2023
4. Kuhn T.A. The atructure of scientific Revolutiona. Chicago, 1962. P.17.
5. Hasanov A. M. Lingviatik sinergetika: Xalqaro tajriba, tamoyillar va yondashuv shakllari dissertatsiya Toshkent-2019 9-bet
6. httpa://ru.wikipedia.org/wiki/Ekonomicheskiy rost.
7. 2013-2021 yillardagi yillik va o‘rtacha yillik o‘sish bo‘yicha Xalqaro Valyuta Fondi ma'lumotlari.

IQTISODIYOTNI MODERNIZATSIYALASHDA SUN'IY INTELLEKTNING O'RNI VA AHAMIYATI

[1]Raximova Dilrabo Oktyabrovna, [2]Choriyeva Umida Abdig'ofur qizi
[1]Axborot texnologiyalari va menejment universiteti dotsenti p.f.f.d PhD
[2]Axborot texnologiyalari va menejment universiteti magistranti
https://doi.org/10.5281/zenodo.17680553

Annotatsiya. *Ushbu maqolada iqtisodiyotni modernizatsiyalash jarayonida sun'iy intellekt (SI) texnologiyalarining ahamiyati, ularning iqtisodiy samaradorlikka ta'siri va raqamli transformatsiya sharoitida qo'llanilish imkoniyatlari yoritilgan. Sun'iy intellekt iqtisodiyot tarmoqlarini modernizatsiyalashda muhim vosita sifatida namoyon bo'lib, ishlab chiqarish jarayonlarini optimallashtirish, boshqaruv tizimlarini takomillashtirish hamda innovatsion yondashuvlarni joriy etishda keng imkoniyatlar yaratadi.*

Annotation. *This article explores the significance of artificial intelligence (AI) technologies in the modernization of the economy, their impact on economic efficiency, and opportunities for application in the context of digital transformation. Artificial intelligence serves as an essential tool in modernizing various sectors of the economy, optimizing production processes, improving management systems, and introducing innovative approaches.*

Аннотация. *В данной статье раскрывается значение технологий искусственного интеллекта (ИИ) в процессе модернизации экономики, их влияние на экономическую эффективность и возможности применения в условиях цифровой трансформации. Искусственный интеллект является важным инструментом модернизации различных отраслей экономики, оптимизации производственных процессов, совершенствования систем управления и внедрения инновационных подходов.*

Kalit so'zlar: *iqtisodiyotni modernizatsiyalash, sun'iy intellekt, raqamli transformatsiya, innovatsion iqtisodiyot, avtomatlashtirish, qaror qabul qilish tizimi, iqtisodiy samaradorlik, intellect, texnologik yangilanish.*

Hozirgi davrda iqtisodiyotni modernizatsiyalash jarayoni sun'iy intellekt texnologiyalarisiz tasavvur etib bo'lmaydi. Jahon miqyosida raqamli iqtisodiyotning jadal rivojlanishi mamlakatlar raqobatbardoshligini belgilovchi asosiy omillardan biriga aylandi. Shu nuqtai nazardan, sun'iy intellektni iqtisodiyot sohalariga tatbiq etish modernizatsiya jarayonining eng muhim tarkibiy qismi sifatida qaralmoqda. SI texnologiyalari iqtisodiy faoliyat samaradorligini oshirish, inson omiliga bog'liqlikni kamaytirish hamda resurslardan oqilona foydalanish imkonini beradi.

Ushbu tadqiqotda tahliliy, taqqoslash, tizimli yondashuv va iqtisodiy modellashtirish metodlari qo'llanildi. Shuningdek, xalqaro tajribalar asosida sun'iy intellektning iqtisodiyot tarmoqlarida qo'llanilishi tahlil qilindi. Ma'lumotlar Jahon banki, Xalqaro Valyuta Fondi, va OECD hisobotlari asosida o'rganildi.

Sun'iy intellekt iqtisodiy modernizatsiya jarayonining ajralmas qismiga aylanmoqda. U nafaqat ishlab chiqarish jarayonlarini takomillashtiradi, balki boshqaruv tizimining sifatini ham tubdan o'zgartiradi. Shu boisdan, davlat darajasida AI infratuzilmasini rivojlantirish, kadrlar

salohiyatini oshirish va ilmiy-tadqiqot faoliyatini qo‘llab-quvvatlash zarur. Kelgusida sun’iy intellekt asosida shakllangan raqamli iqtisodiyot mamlakatning barqaror rivojlanishi va global raqobatbardoshligini ta’minlashda asosiy omil bo‘lib xizmat qiladi.

Sun’iy intellektning iqtisodiyotni modernizatsiyalashdagi o‘rni va ahamiyati bugungi kunda strategik masala sifatida qaralmoqda. Jahon tajribasi shuni ko‘rsatmoqdaki, sun’iy intellekt texnologiyalarini milliy iqtisodiyotning barcha tarmoqlariga joriy etish, mamlakatning raqobatbardoshligini oshirishda muhim omil bo‘lib xizmat qilmoqda. Xususan, AQSh, Xitoy, Yaponiya, Janubiy Koreya kabi davlatlar sun’iy intellekt sohasiga katta miqdorda investitsiyalar yo‘naltirib, iqtisodiyotning yangi raqamli modelini shakllantirmoqda.

O‘zbekiston uchun ham bu jarayon dolzarb ahamiyat kasb etadi. Mamlakatimizda “Raqamli O‘zbekiston – 2030” strategiyasi doirasida sun’iy intellekt asosida ishlovchi axborot tizimlarini ishlab chiqish, davlat boshqaruvida raqamli yechimlarni kengaytirish va iqtisodiy faoliyatni avtomatlashtirish bo‘yicha keng ko‘lamli ishlar amalga oshirilmoqda. Shu bilan birga, SI texnologiyalarini ishlab chiqarish, transport, energetika, moliya va xizmat ko‘rsatish sohalarida joriy etish orqali samaradorlikni oshirish imkoniyati paydo bo‘lmoqda.

Sun’iy intellektning iqtisodiy tizimdagi o‘rni faqat texnologik yangilanish bilan cheklanmaydi. U iqtisodiy tahlilning sifatini o‘zgartiradi — ya’ni, ma’lumotlarga asoslangan qarorlar qabul qilish jarayonini tezlashtiradi, inson omilidan kelib chiqadigan xatoliklarni kamaytiradi va prognozlash mexanizmlarini takomillashtiradi. AI algoritmlari yordamida ishlab chiqarish zanjirlarini optimallashtirish, iste’molchilar xatti-harakatlarini tahlil qilish, bozor talabini oldindan aniqlash va resurslardan tejamkor foydalanish imkoniyati yaratiladi.

Shuningdek, iqtisodiyotda sun’iy intellektni keng joriy etish mehnat bozori tuzilmasiga ham sezilarli ta’sir ko‘rsatmoqda. Bir tomondan, avtomatlashtirish jarayonlari ayrim an’anaviy kasblarga ehtiyojni kamaytirsa-da, boshqa tomondan, yuqori malakali IT mutaxassislarga, ma’lumot tahlilchilari va raqamli strateglarga talabni oshirmoqda. Shu sababli, mamlakatda sun’iy intellekt bo‘yicha malakali kadrlarni tayyorlash, ilmiy-tadqiqot markazlarini qo‘llab-quvvatlash, hamda universitetlar va ishlab chiqarish o‘rtasidagi hamkorlikni mustahkamlash muhim vazifa hisoblanadi.

Yana bir muhim jihat – sun’iy intellektdan foydalanishda axloqiy va huquqiy masalalar. Ma’lumotlar maxfiyligi, algoritmik xolislik va inson huquqlarini himoya qilish bo‘yicha aniq me’yoriy baza shakllantirilishi zarur. Raqamli ishonch va ma’lumot xavfsizligi tamoyillari asosida AI texnologiyalarining joriy etilishi iqtisodiy barqarorlikni ta’minlashda muhim ahamiyatga ega bo‘ladi.

Tadqiqot natijalariga ko‘ra, sun’iy intellekt iqtisodiyotda quyidagi asosiy yo‘nalishlarda samarali natijalar bermoqda:

1. Ishlab chiqarish jarayonlarini avtomatlashtirish orqali xarajatlarni qisqartirish;

2.Tahliliy tizimlar yordamida qaror qabul qilish sifatini oshirish;

3.Bank-moliya tizimida xavflarni bashorat qilish va boshqarish;

4.Raqamli xizmatlar sifatini yaxshilash orqali mijozlar ehtiyojiga mos yechimlar ishlab chiqish.

Shuningdek, AI texnologiyalarining joriy etilishi iqtisodiy o‘sishni jadallashtirish va yangi ish o‘rinlarini yaratish imkonini bermoqda.

Xulosa qilib aytganda, sun’iy intellekt iqtisodiyotni modernizatsiyalashda yangi bosqichni boshlab berdi. U nafaqat ishlab chiqarish va boshqaruv tizimlarini takomillashtiradi, balki

iqtisodiy rivojlanishning sifat jihatidan yangi modelini shakllantiradi. Kelgusida sun’iy intellektga asoslangan iqtisodiy ekotizim — innovatsion iqtisodiyotning asosi sifatida shakllanadi. Shu bois, davlat siyosati darajasida AI texnologiyalarini milliy rivojlanish strategiyalariga integratsiya qilish, ilm-fan, ta’lim va ishlab chiqarish o‘rtasida uzviy aloqani kuchaytirish, bu sohada xalqaro hamkorlikni kengaytirish zarur.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2021-yil 17-avgustdagi PQ–5232-son qarori “Raqamli O‘zbekiston – 2030” strategiyasi to‘g‘risida.
2. Schwab, K. (2016). The Fourth Industrial Revolution. World Economic Forum.
3. OECD (2023). Artificial Intelligence in Society. OECD Publishing.
4. Xalqaro Valyuta Fondi (2022). Digitalization and Economic Growth. IMF Report.
5. Jahon banki (2023). World Development Report: Data for Better Lives.
6. Karimov, I. (2019). Raqamli iqtisodiyot va sun’iy intellektning istiqbollari. TDIU nashriyoti.
7. Tursunov, B. (2021). Sun’iy intellekt va iqtisodiy innovatsiyalar. Ilm Ziyo jurnali.
8. MIT Technology Review (2022). The Future of AI in Economic Systems.
9. PwC (2023). AI and the Global Economy: The Next Wave of Growth.
10. Brynjolfsson, E., & McAfee, A. (2017). Machine, Platform, Crowd: Harnessing Our Digital Future. W.W. Norton & Company.

SANOAT KORXONALARIDA IQTISODIY SAMARADORLIKNI BAHOLASHNING EKONOMETRIK MODELLARI

Saburov Javohir Kaxramon o‘g‘li, Saburov Javohir Kaxramon o‘g‘li
“Ma’mun universiteti” “Buxgalteriya hisobi” kafedrasi o‘qituvchisi
https://doi.org/10.5281/zenodo.17680567

Annatatsiya. *Mazkur maqolada, ekonometrika fani uslubiyati asosida O‘zbekiston sanoat korxonalarining iqtisodiy samaradorligini baholashning ekonometrik modellari ishlab chiqilgan sosiy ko‘rsatkichlarni turli maxsus matematik statistika usullari ko‘rib chiqilgan va tahlil etilgan. Xulosalar asosida korxonalar uchun samaradorlikni oshirish bo‘yicha takliflar keltirilgan.*

Kalit so‘zlar: *sanoat korxonalari, oziq ovqat mahsulotlari, iqtisodiy samaradorlik, korrelyatsion-regression tahlil, juft korrelyatsiya koeffitsientlari, assimmetriya koeffitsienti, ekstsess koeffitsienti, EViews13 dasturi, ekonometrik modellar, Jarka-Bera mezoni, Styudent mezoni, F-Fisher mezoni*

Abstract. *This article develops econometric models to evaluate the economic efficiency of industrial enterprises in Uzbekistan based on the methodology of econometrics. Key socio-economic indicators of enterprises were analyzed using various specialized mathematical and statistical methods. The study examines the relationships between efficiency factors and performance outcomes. Based on the results, practical recommendations are proposed to improve the efficiency and competitiveness of industrial enterprises.*

Keywords: *Industrial enterprises, food products, economic efficiency, correlation-regression analysis, pairwise correlation coefficients, skewness coefficient, kurtosis coefficient, EViews 13 software, econometric models, Jarque-Bera test, Student's t-test, F-Fisher test.*

KIRISH

O‘zbekiston ilmiy jamoatchiligida sanoat korxonalarining iqtisodiy samaradorligini baholash masalasi, ayniqsa, ekonometrik modellar orqali, so‘nggi yillarda faol o‘rganilmoqda. Bu mavzu milliy iqtisodiyotning rivojlanishi, resurslardan samarali foydalanish va raqobatbardoshlikni oshirish bilan bog‘liq. Darhaqiqat, Prezidentimizning 2025 yil 4 martdagi PF-41 sonli – “Maxsus iqtisodiy va sanoat zonalari faoliyatining samaradorligini oshirish bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi farmonida 2025 yilda maxsus iqtisodiy va sanoat zonalarini rivojlantirishning asosiy maqsadli ko‘rsatkichlari etib quyidagilar belgilangan edi birinchidan, maxsus iqtisodiy zonalarda 2,3 milliard AQSH dollari miqdoridagi investitsiyalarni o‘zlashtirish, eksport hajmini 1 milliard AQSH dollariga yetkazish, ishlab chiqarish hajmini 4,3 milliard AQSH dollariga teng miqdorda ta’minlash va 12 mingta yangi doimiy ish o‘rinlarini yaratish ikkinchidan, sanoat zonalarida 800 million AQSH dollari miqdoridagi investitsiyalarni o‘zlashtirish, eksport hajmini 512,2 million AQSH dollariga yetkazish, ishlab chiqarish hajmini 1,8 milliard AQSH dollariga teng miqdorda ta’minlash va 17 mingta yangi doimiy ish o‘rinlarini yaratish masalalari.[4]

[4] O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni, 04.03.2025 yildagi PF-41-son Maxsus iqtisodiy va sanoat zonalari faoliyatining samaradorligini oshirish bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida

Sanoat korxonalarida iqtisodiy samaradorlikni baholash – bu ishlab chiqarish jarayonlarining samaradorligini, resurslardan foydalanishni va xarajatlarni optimallashtirishni o‘lchash uchun muhim vosita hisoblanadi. Ekonometrik modellar bu jarayonda asosiy rol o‘ynaydi, chunki ular statistik ma’lumotlar asosida samarasizlikni (inefficiency) va tasodifiy shovqinlarni (random noise) ajratib, korxonalar faoliyatini bashorat qilish va yaxshilashga yordam beradi. Ushbu modellar, ayniqsa, stoxastik frontier tahlili (Stochastic Frontier Analysis – SFA) va xarajat frontier modellari orqali sanoat sohasidagi texnik va iqtisodiy samaradorlikni baholaydi.

ADABIYOTLAR TAHLILI.

Xorijiy olimlardan sanoat korxonalarida iqtisodiy samaradorlikni baholash va uni barqarorligini ta’minlash yo‘llari shuningdek, umumiy samaradorlik, korxonalarni solishtirish, texnik samaradorlik, dinamika, loyihalarni baholash borasida Michael Porter (Harvard Business School, AQSH), Robert Solow (MIT, AQSH), Dale Jorgenson (Harvard University, AQSH), Mary O‘Mahony & Marcel Timmer (Groningen Growth and Development Centre, Niderlandiya), Chad Syverson (Chicago Booth, AQSH), Nicholas Bloom (Stanford University, AQSH), Daron Acemoglu & James Robinson (MIT & Chicago, AQSH) kabi olimlar o‘z tadqiqot ishlarini olib borishgan.

Xorijiy olimlardan yana hududlarda oziq ovqat mahsulotlari ishlab chiqarish va uni barqarorligini ta’minlash yo‘llari borasida M.N.O Sadiku, S.M Musa, T.J Ashaolu, W Russ, R Meer-Pittroff, C.J Baldwin [5] hamda, oziq-ovqat xavfsizligini ta’minlash va uni strategiyalari masalalari, sifat va xavfsizlik standartlari, o‘zgarishlar va muammolar bo‘yicha E.Buscaroli, I.Braschi, C.Cirillo, A.Fargue-Lelièvre, W.Nie, C.Liu, M.Woods, S.Thornsbury, KC.Raper, P.Mensah, L.Mwamakamba, C.Mohamed, J.Trienekens, P.Zuurbier[6] kabi olimlar o‘z tadqiqot ishlarini olib borgan.

Respublikamizning iqtisodchi olimlaridan mamlakat oziq ovqat xavfsizligi ta’minlash va korxonalarida mahsulot sifatini ta’minlashda xavfsizlik tizimining o‘rni hamda inson kapitalini o‘rni masalalari bo‘yicha F.M.Mulaydinov, G.Bobonazarov, N.M.Nabieva, D.A.Nasreddinov, S.Z.Xayrullaeva, Sh.S.Yaxshiev, B.Kattakishiev, M.Bikbolatov, N.Xoliqulova, O. Axmedova , G‘,G‘Ibragimov, N.A.Abdulxamidova, S.S. Gulyamov, G.Abdullaeva[7] kabi olimlar shuningdek, sanoat korxonalarida iqtisodiy samaradorlikni baholash va uni barqarorligini ta’minlash yo‘llari borasida K.A. Sharipov (To‘qimachilik sanoati korxonalarida risklarni

5 Sadiku M. N. O., Musa S. M., Ashaolu T. J. Food industry: An introduction //International Journal of Trend in Scientific Research and Development. – 2019. – T. 3. – №. 4. – C. 128-30. Russ W., Meyer-Pittroff R. Utilizing waste products from the food production and processing industries //Critical reviews in food science and nutrition. – 2004. – T. 44. – №.1. – C. 57-62. Baldwin C. J. (ed.). Sustainability in the food industry. – 2009.

6 E.Buscaroli, I.Braschi, C.Cirillo, A.Fargue-Lelièvre. Reviewing chemical and biological risks in urban agriculture: A comprehensive framework for a food safety assessment of city region food systems //Food Control. – 2021. – T. 126. – C. 108085; Nie W., Liu C. Assessing food safety risks based on a geospatial analysis: toward a cross-regional food safety management //Journal of the Science of Food and Agriculture. – 2023. – T. 103. – №. 13. – C. 6654-6663.; Lin C. F. The emergence of ASEAN regional food safety governance //Food and Drug Law Journal. – 2019. – T. 74. – №. 1. – C. 80- 109. M Woods, S Thornsbury, KC Raper Regional trade patterns: the impact of voluntary food safety standards //Canadian Journal of Agricultural Economics/Revue canadienne d'agroeconomie. – 2006. – T. 54. – №. 4. – C. 531-553.; P Mensah, L Mwamakamba, C Mohamed Public health and food safety in the WHO African region //African Journal of Food,Agriculture, Nutrition and Development. – 2012. – T. 12. – №. 4. – C. 6317-6335. Trienekens J., Zuurbier P. Quality and safety standards in the food industry, developments and challenges //International journal of production economics. –2008. – T. 113. – №. 1. – C. 107-122.

baholash va pasaytirish mexanizmlarini takomillashtirish), Haydarov N.H. (O‘zbekiston iqtisodiyotini rivojlantirishda investitsiyalardan samarali foydalanish yo‘llari), Anafiyev Abdurashid Mamasidikovich (Sanoat korxonalarining iqtisodiy salohiyatini oshirish yo‘llari (Andijon viloyati misolida)), Baxodirov No‘monxon Kamolxonovich (To‘qimachilik sanoati korxonalarining samaradorligini ekonometrik baholash) o‘z tadqiqot ishlarini olib borishgan.

TADQIQOT METODOLOGIYASI.

Ushbu maqolaning ilmiy-nazariy asosini iqtisodchi olimlarning adabiyotlari hamda ilmiy maqolalar, xorijiy va mahalliy iqtisodchi olimlarning sanoat korxonalarida iqtisodiy samaradorlikni baholash bo‘yicha ilmiy yondashuvlari, oziq-ovqat sanoati korxonalarida iqtisodiy samaradorlikni oshirishda xalqaro uslubiyotlar, mezonlar tamoyillar tashkil etadi. Shuningdek, O‘zbekiston Respublikasi sanoat korxonalarida iqtisodiy samaradorlikni baholash bo‘yicha xorijiy olimlar va xalqaro tashkilotlar (World Bank, OECD, Kanada va Fransiya olimlari) tomonidan o‘tkazilgan muhim tadqiqotlar keltirilgan.

Mavzuni o‘rganish jarayonida statistik kuzatish, umumlashtiruvchi ko‘rsatkichlar, ilmiy abstaksiyalash,ekonometrik modellar, prognoz usullari, korrelyatsion va regression tahlil, ekonometrik modellardagi parametrlarni iqtisodiy jihatdan baholash mezonlari, statistik rasm, grafiklar va jadvallar usullaridan foydalanildi.

TAHLIL VA NATIJALAR MUHOKAMASI.

Mintaqaviy sanoat tizimida oziq-ovqat sanoati korxonalari muhim o‘rin egallaydi. Ma’lumki mazkur tadqiqot ishimizning obyekti oziq-ovqat sanoati korxonasi bo‘lganligi sababli ushbu maqolada tahlillarni ham sanoatning mazkur tarmog‘i misolida amalga oshirganmiz. Ma’lumki mintaqa oziq-ovqat sanoati korxonalarida iqtisodiy samaradorlikni oshirishda texnologik yangilanishlar va innovatsiyalar, xom-ashyo, logistika, mehnat unumdorligi va kadrlar, energiya resurslaridan samarali foydalanish darajasi, boozor strategiyasi va marketing, hamkorlik hamda raqobatbardoshlik darajasi kabi omillar muhim ahamiyatga ega.

Yuqoridagi fikirlarga asoslangan holda biz mazkur tadqiqot ishimizda mintaqa oziq-ovqat sanoatida muvaffaqiyatli faoliyat ko‘rsatayotgan “Tillo Domor” xususiy korxonasining rivojlanish darajasini o‘zida ifodalovchi ko‘p omilli ekonometrik modelini tuzish uchun 2021-yil yanvar oyidan 2024-yil dekabr oyigacha bo‘lgan ya’ni 48 oylik davr oralig‘ini qamrab olgan quyidagi ko‘rsatkichlar natijaviy va ta’sir etuvchi omillar sifatida tanlab olindi: natijaviy omil – xususiy korxonaning umumiy daromadi, ming. so‘m – (Y), ta’sir etuvchi omillar – xususiy korxonada jami ishchilar soni, nafar – (X_1), xususiy korxonaga kiritilgan investitsiyalar hajmi, AQSH dollar — (X_2).

Ko‘p omilli ekonometrik modelning interpretatsiyasini (talqini) yaxshiroq tushuntirish uchun barcha omillar qiymatlarini natural logarifmlaymiz. Quyida tadqiqotimiz davomida ko‘rib o‘tadigan ekonometrik tahlil usullarini amalga oshirish uchun maxsus ekonometrik modellashtrish, statistik va prognozlash dasturi — EViews13 dasturidan foydalanamiz. Ko‘p omilli ekonometrik model tuzishdan oldin omillarning statistik tavsifini ko‘rib o‘tamiz **(1 — jadval).**

Jadval ma’lumotlarida har bir omil bo‘yicha o‘rtacha qiymati (mean), teng ikkiga ajratuvchi qiymati (median), maksimal va minimal qiymatlari (Maximum, minimum), shuningdek har bir omilning o‘rtacha qiymatdan qanchalik farq qilishi (Std. Dev (Standard Deviation)) berilgan. Bundan tashqari jadvalda har bir omilning nazariy taqsimot egri chizig‘i normal taqsimot egri chizig‘iga nisbatan o‘ng tarafda (S>0) yoki chap tarafda (S<0) joylashganini bildiruvchi

assimmetriya koeffitsienti (Skewness — S) va har bir omilning nazariy taqsimot egri chizig‘i normal taqsimot egri chizig‘iga nisbatan balandroq (K>0) yoki pastroqda (K<0) joylashganini anglatuvchi ekstsess koeffitsienti (Kurtosis — K) hamda har bir omilning normal taqsimotga mosligini tasdiqlash uchun o‘tkaziladigan test Jarka-Bera mezoni (Jarque-Bera) qiymatlari keltirib o‘tilgan.

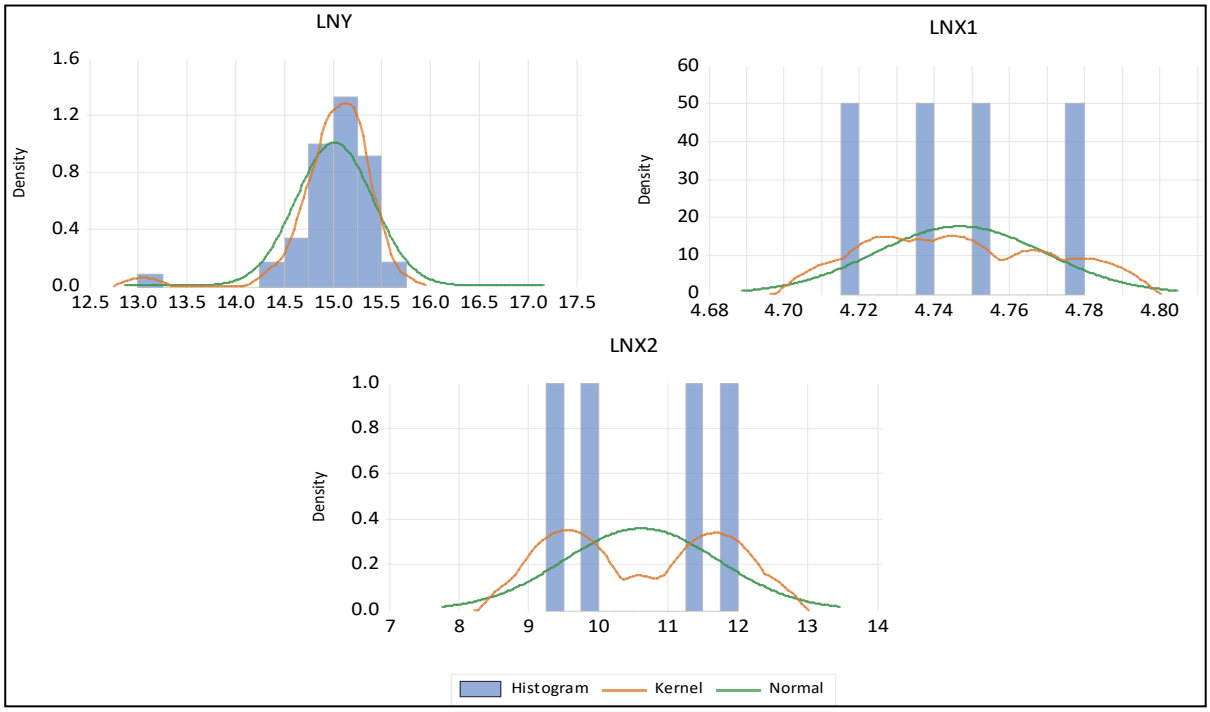
1 — jadval

Omillarning statistik tavsifi[8]

	LN(Y)	LN(X_1)	LN(X_2)
Mean (o‘rtacha)	15.01400	4.74685	10.61254
Median (mediana)	15.08398	4.74489	10.58470
Maximum (maksimum)	15.66449	4.77912	11.98639
Minimum (minimum)	13.04766	4.71850	9.29439
Std. Dev. (standart chetlanish)	0.39528	0.02262	1.11254
Skewness — S (Asimmetriya koeffitsienti)	-2.57963	0.22085	0.03760
Kurtosis — K (Ekstsess koeffitsienti)	13.93105	1.73839	1.24809
Jarque-Bera (Jarka-Bera mezoni)	292.21138	3.57353	6.14971
Probability (ehtimollik)	0.00000	0.16750	0.04620
Sum (umumiy yig‘indi)	720.67197	227.84893	509.40205
Sum Sq. Dev. (standart chetlanishlarning umumiy yig‘indisi)	7.34341	0.02405	58.17389

Omillarning normal taqsimotga bo‘y sunishi yoki sunmasligi assimmetriya koeffitsienti, ekstsess koeffitsienti va Jarka-Bera mezoni yordamida ko‘rib chiqiladi. Jadvaldagi son qiymatlarga e’tibor bersak asimmetriya koeffitsienti, ekstsess koeffitsienti va Jarka-Bera mezonining ko‘rsatkichlari uncha katta bo‘lmagan qiymatlarga ega bunday holda ma’lumki omillarni normal taqsimotga yaqinligini tahmin qilish mumkin. Aksincha asimmetriya, ekstsess va Jarka-Bera mezonining katta qiymatlari omillarning normal taqsimotdan ancha chetlanishini ko‘rsatadi. Bu holatni yanada yaxshiroq tasavvur qilish uchun har bir omilning normal taqsimot funksiyalari orqali ko‘rib o‘tamiz. Barcha omillarning normal taqsimot funksiyalari quyidagi 1—rasmda berilgan.

[8] Manba: muallif ishlanmasi.



1— rasm. Omillarning normal taqsimot funksiyalari grafiklari[9].

Rasmdan ham ko‘rish mumkinki deyarli barcha omillar normal taqsimot qonuniga bo‘ysunar ekan.Ko‘p omilli ekonometrik modelga omillarni tanlash uchun korrelyatsion tahlil o‘tkazish kerak. Buning uchun omillar o‘rtasida juft korrelyatsiya koeffitsientlari hisoblanadi. Omillar o‘rtasida juft korrelyatsiya koeffitsientlari matritsasi quyidagi **2 — jadvalda** keltirilgan.

2 — jadval

Omillar o‘rtasida juft korrelyatsiya koeffitsientlari matritsasi[10]

	LNY (Correlation – korrelyatsiya)	LNX_1 (Correlation – korrelyatsiya)	LNX_2 (Correlation – korrelyatsiya)
LNY (Correlation – korrelyatsiya)	1.000000		
LNX_1 (Correlation – korrelyatsiya)	0.891605	1.000000	
t-Statistic (t – statistika)	21.40238	-----	
Probability (ehtimollik)	0.0000	-----	
LNX_2 (Correlation – korrelyatsiya)	0.881963	0.484198	1.000000
t-Statistic (t – statistika)	86.66903	18.47771	-----
Probability (ehtimollik)	0.0000	0.0000	-----

[9] Manba: muallif ishlanmasi.
[10] Manba: muallif ishlanmasi.

Ushbu jadval ma'lumotlaridan ko'rish mumkinki, natijaviy omil (LnY) va ta'sir etuvchi omillar (LnX_1, LnX_2) o'rtasida zich bog'lanishlar mavjudligini ko'rsatmoqda, ya'ni juft korrelyatsiya koeffitsientlari qiymati 0,8 dan katta.

Juft korrelyatsiya koeffitsientlarining matritsasi tahlili natijalari $ln(x_i)$ $(i = \overline{1,2})$ va $ln(x_j)$ $(j = \overline{1,2})$ omillar kollinear deb e'tirof etish mumkin emas. Chunki, agar $r_{\ln(x_i),\ln(x_j)} < 0{,}8$ bo'lsa hamda $X'X$ matritsa aniqlovchisi nolga yaqin bo'lmasa, u holda bu multikollinearlikning mavjud emasligidan dalolat beradi[11]. Demak, omillar orasidagi juft korrelyatsiya koeffitsientlari 0,8 dan kichik bo'lgan son qiymatlarni qabul qilgan.

Bundan tashqari **2 — jadvalda** korrelyatsiya koeffitsientlarining ishonchliligi va ehtimolligini aniqlash bo'yicha koeffitsientlar hisoblangan. Har bir korrelyatsiya koeffitsientining pastki qismida uning t – Styudent mezoni bo'yicha hisoblangan qiymati va ehtimolligi keltirilgan. Omillar o'rtasida hisoblangan ehtimollik 0,05 dan katta bo'lmaslik sharti qo'yiladi. Masalan, xususiy korxonaning umumiy daromadi (LnY) va xususiy korxonada jami ishchilar soni (LnX_1) orasidagi juft korrelyatsiya koeffitsienti $r_{\ln(x_i),\ln(x_j)} = 0.891605$, $\mathrm{t} = 21.40238$ va $\mathrm{prob} = 0.0000$ ga teng. Bu esa mazkur ikki omil o'rtasida zich bog'lanish borligini, juft korrelyatsiya koeffitsienti ishonchli ekanligi va 95 foiz aniqlikda ikki omil o'rtasida musbat bog'lanish mavjudligini ko'rsatadi. Demak, ko'p omilli ekonometrik modelga kiritiladigan omillar o'rtasida korrelyatsiya koeffitsientlari t – Styudent mezonining hisoblangan qiymati va ehtimolligi bo'yicha qo'yiladigan talablarga javob berar ekan. Ushbu omillar asosida mintaqa yalpi hududiy mahsulot hajmi va unga ta'sir etuvchi omillar bo'yicha ko'p omilli ekonometrik model tuzish mumkin bo'ladi.

Keyingi bosqichda ko'p omilli ekonometrik modelni tuzamiz. Umumiy holda ko'p omilli ekonometrik model quyidagi ko'rinishga ega:

$$\ln(Y) = \ln(\alpha_0) + \alpha_1 * \ln(X_1) + \alpha_2 * \ln(X_2) + \cdots + \alpha_n * \ln(X_n) + \varepsilon \quad (1.1)$$

Bu yerda, Y – natijaviy omil, X_i – ta'sir etuvchi omillar $(i = \overline{1,n})$, ε – tasodifiy xato.

Ko'p omilli ekonometrik modeldagi (1.1) noma'lum $\alpha_0, \alpha_1, \alpha_2, \dots, \alpha_n$ parametrlarni aniqlashda "eng kichik kvadratlar usuli" qo'llaniladi.

Ko'p omilli ekonometrik modelning noma'lum parametrlarini hisoblash natijalari quyidagi **3 — jadvalda** keltirilgan.

3 — jadval

Ko'p omilli ekonometrik model parametrlarining hisoblash natijalari[12]

Variable (O'zgaruvchi)	Coefficient (Koeffitsient)	Std. Error (Standart xatolik)	t-Statistic (t-Statistika)	Prob. (Ehtimollik)
LN_X1	0.251562	0.038298	6.568541	0.0000
LN_X2	1.486724	0.041547	35.78415	0.0000
C	1.1597	0.13654	8.493482	0.0000
R-squared	0.918906	Mean dependent var		9.661361

[11] Gujarati, D.N. and Porter, D.C. Basic Econometrics. 5th Edition, McGraw Hill Inc., New York. (2009), pp. 320 – 351.
[12] Manba: muallif ishlanmasi.

(R-kvadrat)		(Bog‘liq o‘zgaruvchi o‘rtacha qiymati)	
Adjusted R-squared (tekislangan R-kvadrat)	0.897982	S.D. dependent var (Bog‘liq o‘zgaruvchi standart chetlanishi)	0.852931
S.E. of regression (Regressiyaning standart xatoligi)	0.014065	Akaike info criterion (Akayke axborot mezoni)	-5.429015
Sum squared resid (Qoldiqlar kvadratlar yig‘indisi)	0.001978	Schwarz criterion (Shvarts mezoni)	-5.192999
Log likelihood (Logarifmik haqiqatga yaqinligi)	45.71762	Hannan-Quinn criter (Xannan-Kuin mezoni)	-5.43153
F-statistic (F-statistika)	19.52364		
Prob(F-statistic) (Ehtimollik (F-statistika))	0.00001		

3—jadval ma’lumotlaridan foydalanib ko‘p omilli ekonometrik modelning ko‘rinishini keltiramiz:

$$\ln(Y) = 1{,}15 + 0{,}25 * \ln(X_1) + 1.48 * \ln(X_2) \quad (1.2)$$

Hisoblangan ko‘p omilli ekonometrik model shuni ko‘rsatadiki, “Tillo Domor” XKdagi umumiy ishchilar soni o‘rtacha 1 foizga ortsa, “Tillo Domor” XKning umumiy daromadi o‘rtacha 0.25 foizga oshishi mumkin ekan, Shuningdek, “Tillo Domor” XKga kiritilgan investitsiyalar hajmini o‘rtacha 1 foizga o‘sishi “Tillo Domor” XKning umumiy daromadini o‘rtacha mos ravishda 1.48 foizga oshishiga olib kelishi mumkin. Ko‘p omilli ekonometrik model (1.2) sifatini tekshirish uchun determinatsiya koeffitsientini tekshiramiz. Determinatsiya koeffitsienti natijaviy omilning o‘zgarishiga modelga kiritilan omillar necha foiz ta’sir ko‘rsatishini izohlaydi. Hisoblangan determinatsiya koeffitsienti (R^2 - R-squared) 0.918 ga teng. Bu esa “Tillo Domor” XKning umumiy daromadining (LnY) o‘zgarishiga modelga kiritilgan omillar 91.8 foiz ta’sir ko‘rsatmoqda. Qolgan 8.2 (1.0—0.918) foizi modelga kiritilmagan omillar ta’siridir.

Ko‘p omilli ekonometrik modeldagi (1.2) omillarning standart xatoliklarining kichik qiymatlarni qabul qilganligi ham modelning statistik ahamiyati yuqori ekanligidan dalolat beradi.

Ko‘p omilli ekonometrik modelning (1.2) statistik jihatdan ahamiyatga ega ekanligini yoki o‘rganilayotgan jarayonga adekvatligini (mos kelishini) tekshirishda F-Fisher mezoni qo‘llaniladi. Fisherning hisoblangan qiymati jadvaldagi qiymati taqqoslanadi. Agar $F_{hisob} > F_{jadval}$ bo‘lsa, u holda model statistik jihatdan yaroqli hisoblanadi. Demak, F-Fisher mezonining jadval qiymati ozodlik darajalari $k_1 = m$ (m — omillar soni) va $k_2 = n - m - 1$ (n — kuzatuvlar soni) hamda $\alpha = 0{,}05$ ahamiyatlilik darajasidan kelib chiqib, F_{jadval}=3.21 ga, F-Fisher mezonining hisoblangan qiymati F_{hisob}=19.52 ga teng va $F_{hisob} > F_{jadval}$ shart bajarilganligi uchun (1.2) model statistik ahamiyatli ekan.Endi ko‘p omilli ekonometrik modelning (1.2) hisoblangan parametrlarni (regressiya koeffitsientlari) ishonchliligini tekshirishda Styudentning t-mezonidan foydalaniladi.

Ma'lumki, ishonchlilik ehtimoli $\alpha = 0{,}05$ va ozodlik darajasi $df = n - m - 1 = 48 - 2 - 1 = 45$ (n – kuzatuvlar soni, m — omillar soni) dan kelib chiqib t-mezonining jadval qiymati t_{jadval}=2.02 ga teng. 3—jadval

2—rasm. "Tillo Domor" XKning umumiy daromadi hajmining haqiqiy, hisoblangan qiymatlari va ular o'rtasidagi farqlar grafigi[13].

ma'lumotlaridan har bir omil bo'yicha t-mezonining hisoblangan absolyut qiymatlari jadval qiymatidan katta ekanligini ko'rish mumkin. Bu holat (1.2) modelning hisoblangan parametrlarni (regressiya koeffitsientlari) ishonchli ekanligidan hamda (1.2) modeldan kelgusi davrlarga prognozlashda foydalanish mumkinligidan dalolat beradi.

2—rasm. "Tillo Domor" XKning umumiy daromadi hajmining haqiqiy, hisoblangan qiymatlari va ular o'rtasidagi farqlar grafigi[14].

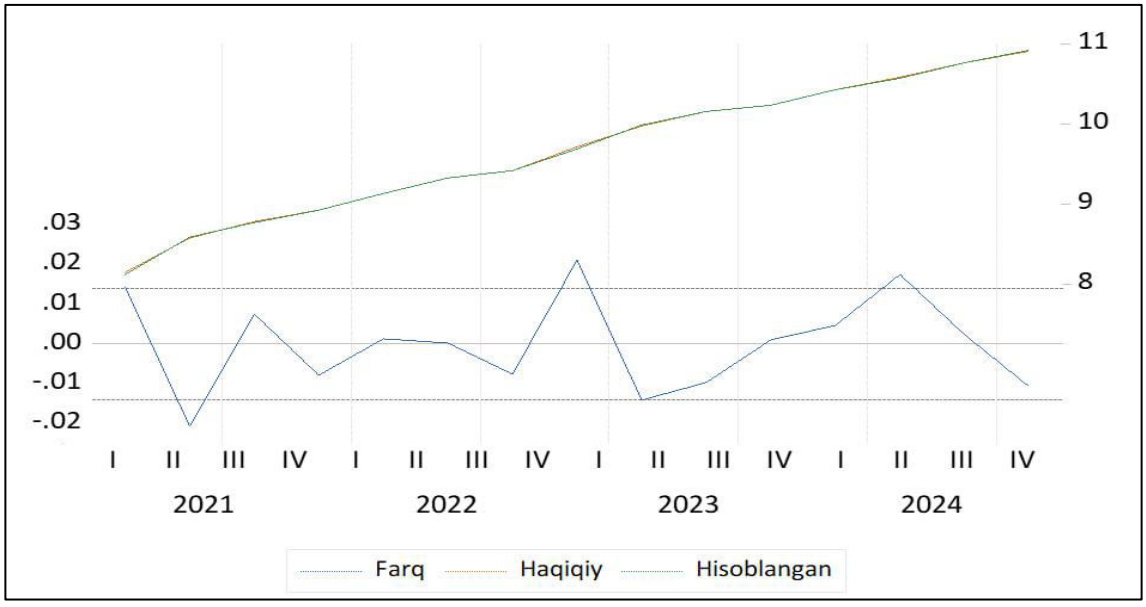
(1.2) ko'p omilli ekonometrik modelining haqiqiy, hisoblangan va ular o'rtasidagi farqlar quyidagi **2—rasmda** keltirilgan.

Rasmdan ko'rish mumkinki (1.2) ko'p omilli ekonometrik model bo'yicha mintaqa yalpi hududiy mahsulot hajmining hisoblangan qiymatlari grafigi uning haqiqiy qiymatlari grafigi bilan juda yaqin joylashgan, ular o'rtasidagi farqlar unchalik katta emas. Hisoblangan (1.2) ko'p omilli ekonometrik modeldan kelgusi davlarga natijaviy ko'rsatkichni prognozlashda MAPE (Mean absolute percent error — foizlardagi o'rtacha absolyut xatolik) koeffitsienti hisoblanadi va u quyidagi formula yordamida topiladi:

$$MAPE = \frac{1}{n}\sum_{i=1}^{n}\left|\frac{y_i - \tilde{y}_i}{y_i}\right| * 100\% \qquad (1.3)$$

bu yerda y_i – natijaviy omilning haqiqiy qiymatlari, $\tilde{y}_i$ – natijaviy omilning hisoblangan qiymatlari.

Agar hisoblangan MAPE koeffitsienti qiymati 15,0 foizdan kichik bo'lsa, modeldan natijaviy omilni prognozlashda foydalanish mumkin bo'ladi, aks holda foydalanib bo'lmaydi. MAPE koeffitsienti 8.14 foizni tashkil etmoqda. Shuning uchun (1.2) ko'p omilli ekonometrik



[13] Manba: muallif ishlanmasi.
[14] Manba: muallif ishlanmasi.

modeldan mazkur ko‘rsatkichlarni kelgusi davlarga prognozlashda foydalanish mumkinligini bildiradi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Xulosa qilib aytganda, mintaqa iqtisodiyotini barqaror rivojlantirishda sanoat korxonalarida iqtisodiy samaradorlikni baholash, oziq-ovqat xavfsizligini ta’minlash yo‘llari va usullarini ishlab chiqish, ulardan kelgusida hududlarni, xususan Xorazm viloyatini yashil iqtisodiyot konsepsiyalari asosida rivojlantirishning mexanizmlarini takomillashtirish bo‘yicha maxsus strategik dasturlar va “yo‘l xaritalarini” ishlab chiqish jarayonlarida foydalanish mumkinligi bilan belgilandi.

Tadqiqot natijalarida esa ishlab chiqilgan ilmiy takliflar va amaliy tavsiyalarni mintaqa iqtisodiyotini barqaror rivojlantirishda sanoat korxonalarida iqtisodiy samaradorlikni baholash, oziq-ovqat xavfsizligini ta’minlash va hududlarda aholi yashash darajasi, davlat siyosatini ekologik xavfsizlik va oziq-ovqat barqarorligi strategiyalari bilan muvofiqlashtirishga yordam beradi, oziq-ovqat mahsulotlari bozorida narx barqarorligini ta’minlash bo‘yicha samarali chora-tadbirlarni ishlab chiqishga xizmat qiladi, mahsulotlarni saqlash va yetkazib berish jarayonlarining modernizatsiyasi mahsulotlar narxiga bevosita ta’sir ko‘rsatadi va narx o‘zgarishlarini kamaytirishga yordam beradi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni, 04.03.2025 yildagi PF-41-son Maxsus iqtisodiy va sanoat zonalari faoliyatining samaradorligini oshirish bo‘yicha qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida.
2. Berkinov B.B “Ekonometrika” .T.: “Fan va texnologiya nashriyoti ” O‘quv qo‘llanma , 2015.
3. Stock James H., Watson Mark W. Introduction to Econometrics 4th ed. — Pearson, 2020. — 805 p. — ISBN 9780134461991.
4. Matkarimova I.A. “Statistika va ekonometrika” (2-qism) fanidan amaliy mashg‘ulotlar uchun uslubiy qo‘llanma.2023. Urganch.-92 b.
5. Gaibnazarov, B. K., & Matkarimova, I. A. (2016). Analyzing structural changes in standard of NAS-2008 in globalization period. Молодой учёный, 3, 562.
6. Atabaevna, M. I., & Javohir, S. (2024). ANALYSIS OF RELATIONSHIPS IN ECONOMETRICS USING STATISTICAL METHODS. International Journal Of Management And Economics Fundamental, 4(05), 58-63.
7. Anvar Matnazarov Dilshod Karimboev , Yulduz Yaqubova , Intizor Matkarimova, Majidbek Jabbarov , Inomjon Matkarimov , Erkinbay Ismailov. The importance of renewable energy consumption and CO emissions in formulating Sustainable Development Index: An economic- environmental analysis based on the ARDL model.Environmental Economics, 16(2), 173-185.doi:10.21511/ee.16(2).2025.13
8. https://stat.uz/uz/
9. https://lex.uz

THE ROLE OF THE DEVELOPMENT OF THE TEXTILE AND GARMENT INDUSTRY IN UZBEKISTAN IN INCREASING NATIONAL COMPETITIVENESS

Ikramova Takhmina Latifovna
Samarkand Institute of Economics and Service,
PhD base doctorate Orcid kod 0009-0007-6407-1245
https://doi.org/10.5281/zenodo.17680485

Abstract. *In this article, the production of textile products - preparation and spinning of textile fiber, as well as the production of textile yarns and finished textile products, decoration of textile products and clothes, production of finished textile products other than clothes, their analysis, The formation of cotton-textile clusters and cooperation between large textile companies with Uzbekistan are also being considered.*
Keywords:*textile products, business, market, competition, cluster, investment, export.*

Introduction. The Republic of Uzbekistan, striving to find its place in the world community, is implementing a strategy of rapid development in the political and economic spheres. In particular, the establishment of goals such as forming a competitive advantage in the international market, increasing and implementing export potential, and promoting the name of our country is associated with the implementation of deep reforms in all sectors of the real economy.

Uzbekistan differs significantly from other countries in its natural and geographical location and historical and social characteristics, in particular:

-Today, our country is one of only two countries in the world that needs to cross two or more borders to reach the sea. Our geographical location creates logistical problems in exporting, increases the cost of products, and reduces their competitiveness. In this situation, the only alternative is a strategy of deep processing of raw materials, an emphasis on innovative products, and the introduction of scientific and technological achievements into production;

-Uzbekistan is historically one of the countries with great experience and glory in the production of agricultural products. Our country is among the top five in the production of cotton fiber. Uzbekistan ranks first in Central Asia in the export of silk, cotton, leather, fruits and vegetables. This situation has a significant impact on the structure of the manufacturing industry of our economy. The availability of a raw material base has become the basis for the development of light industry enterprises and the creation of national brands in this area.

-The volume and qualitative composition of labor resources in the Republic of Uzbekistan are based on extensive experience and skills in processing raw materials. Our country has created historical social traditions in the production and processing of natural raw materials, and the national values of our people and the opportunities for global social specialization are adapted to the light industry. The provision of labor resources serves as an important factor in the development of industries with high demand for labor.

Analysis of literature on the topic. In increasing national competitivenessThe analysis of the available literature shows the need to improve modern market principles, brand promotion

methods and a flexible approach to consumer requirements. In his textbook on market strategies, the expert RGIbragimov states the following: “Marketing strategy is understood as the use of a model of the principles of the enterprise's behavior in the market, established for a certain period of time. With its help, the enterprise seeks to ensure its success.”Many economists have been involved in the development and implementation of marketing strategies. Among them are such famous scientists as F. Kotler, David Aeker, Clayton Christensen, Seth Godin, Kevin Keller, Byron Sharp, and Jay Bayer.

While the research conducted in the field of marketing in our country for many years is based on national characteristics, it is also necessary to recognize the scientists who have made a significant contribution to the development of marketing theory. These include R.Ibragimov, YO.Abdullaev, A.Saliev, M.Sharifkhodjaev, D.Rakhimova, Sh.Ergashkhodjaeva, Sh.Musayeva and others..

Research methodology. The study used a systematic approach, marketing analysis, benchmarking, and digital metrics. Mass surveillance methods were used to collect and analyze data from social media platforms.

Analysis and results. The textile and garment industry is recognized as one of the most important areas of light industry in the Republic of Uzbekistan. The place of these industrial enterprises can be seen in the following analytical table (Table 1.1). This table shows the dynamics of the development of our country's industry, manufacturing industry, and in particular, the textile and clothing manufacturing industry in 2017-2024.

Table 1.1.

Development of textile and clothing production in Uzbekistan in 2017-2024

Classifier	**unit of measurement**	**2017**	**2018**	**2019**	**2020**	**2021**	**2022**	**2023**	2024
Industrial output, total	trillion soums	148.8	235.3	322.5	368.7	456.1	553.3	659.8	885.80
Of this, Manufacturing industry	trillion soums	120.7	189.6	254.9	305.9	378.2	460.5	556.4	753.60
Production of textile products	trillion soums	16.76	24.83	29.94	36.72	52.37	62.85	71.51	89,45
Clothing production	trillion soums	6.11	7.73	9.17	10.4	13.59	17.26	23.09	33.76
The share of textile production in the manufacturing industry	%	13.89	13.1	11.75	12.0	13.85	13.65	12.85	11.87
The share of clothing production in the manufacturing industry	%	5.06	4.08	3.6	3.40	3.59	3.75	4.15	4.48

The share of textile and clothing production in the manufacturing industry	%	18.95	17.17	15.35	15.4	17.44	17.4	17	16.35
physical volume index compared to the corresponding period of the previous year									
Production of textile products	%	100.5	107.4	105.3	117.4	119.5	109.9	106.4	111.1
Clothing production	%	110.5	103.3	108.7	107.2	118.7	105.8	112.7	109.4

First of all, we believe that it is necessary to pay attention to the sharp increase in the volume of industrial products in our country. During the observed period, this sector has shown an almost six-fold increase (from 148.8 trillion soums to 885.8 trillion soums). The growth rate of the manufacturing industry within it is somewhat higher, that is, by 6.24 times, which indicates that the processing of raw materials is much higher than the extraction of raw materials. If we analyze the development of the textile and sewing and knitwear industry, which is the object of our study, we will see that over the past period, the production of textile products has increased from 16.76 trillion soums to 89.45 trillion soums (by 5.34 times), and the production of clothing from 6.11 trillion soums to 33.76 trillion soums (by 5.33 times).

The share of textile and sewing-knitting industry in the manufacturing industry was 18.95 percent in 2017, and it was equal to 16.35 percent in 2024, which is a decrease of 2.6 percent. Therefore, even today, every sixth product created in the manufacturing industry belongs to the product of the textile and sewing-knitting industry. These data show the importance of this sector in the economic potential of our country.

Production of textile products - includes preparation and spinning of textile fiber, as well as production of textile yarns and ready-made textile products, decoration of textile products and clothes, production of ready-made textile products other than clothes.

Clothing production includes the production of sewn products from all materials (ready-made or made to order), all types of clothing (for example, outerwear, underwear for men, women and children, work, office, casual or sportswear, etc.) and accessories. In January-December 2023, the share of textile production in the manufacturing industry structure was 12.9%, the physical volume index increased by 6.4% compared to the corresponding period of the previous year, and the production volume amounted to 71,121.1 billion soums. In January-December 2023, the share of clothing production in the manufacturing industry structure was 4.1%, the physical volume index increased by 109.9% compared to the corresponding period of the previous year, and the production volume amounted to 22,478.3 billion soums.

In January-December 2024, the share of textile production in the manufacturing industry was 11.9%, the physical volume index increased by 11.1% compared to the corresponding period of the previous year, and the production volume corresponds to 89,451.2 billion soums. If we analyze the activity of the textile industry in 2024, the production of textile products in our country

was equal to 89.5 trillion soums, and the production of clothes amounted to 33.8 trillion soums (123.3 trillion soums in total). In 2023, textile and clothing production amounted to 94.6 trillion soms. This shows that the share of manufacturing industry reached 16.4%. In January-December 2024, the share of clothing production in the manufacturing industry was 4.5%, the physical volume index increased by 9.4% compared to the corresponding period of the previous year, and the production volume amounted to 33,764.2 billion soums. The following diagrams show the graphs of changes in the production volume and physical volume of textile and clothing products in 2027-2024 (Figures 1 and 2).



Figure 1. Changes in textile and clothing production in Uzbekistan in 2017-2024, billion soums.

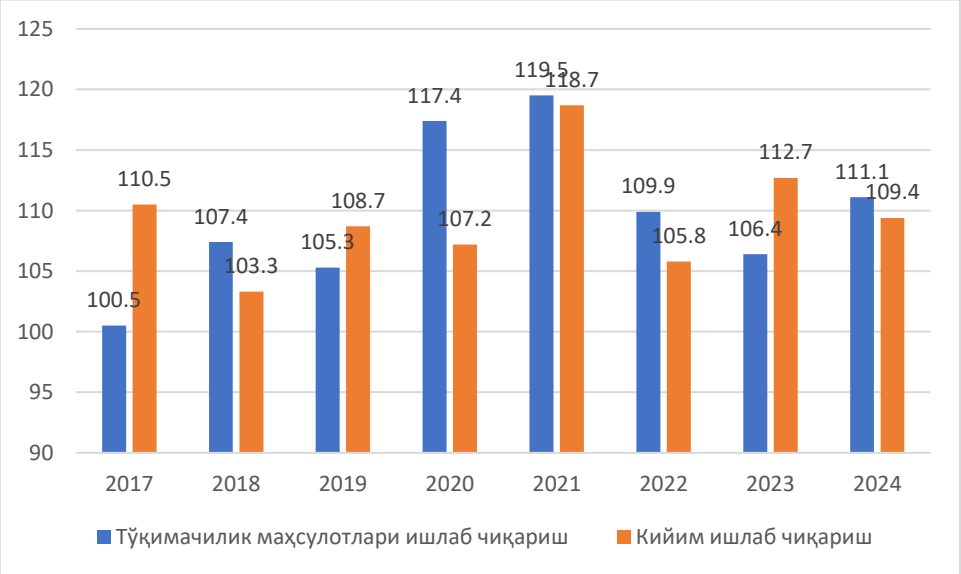


Figure 2. Index of physical volume of textile and clothing production in 2017-2024,%.

Behind the above figures lie the large-scale reforms being carried out in the republic and the hard work of industry specialists. The main reason for this is the strong competition in the world textile market and the objective need for state support for the industry to enter it and compete on an equal footing. Over the past decade, many institutional and economic mechanisms have been

developed to increase the export potential of national textile and knitting enterprises, and the achievements achieved today are largely due to their implementation.

First of all, we would like to draw attention to the creation of a regulatory and legal framework aimed at increasing the competitiveness of the textile and garment industry. The President of our country pays great attention to the development of the textile industry, and in the past year several decrees and resolutions have been issued to further develop this sector.

The starting point for a radical reform of the textile industry in New Uzbekistan can be considered the Decree of the President of the Republic of Uzbekistan No. 5285, adopted on December 14, 2017. The goals set out in this decree were reflected in the Development Strategy for 2017-2021, and later in the Development Strategy for New Uzbekistan for 2022-2026.

During 2017-2022, the volume of textile exports from Uzbekistan increased almost fourfold. In 2017, our country supplied textile products worth $880 million to 49 countries, while in 2021 the number of countries to which Uzbek products came reached 67, and the volume reached $3 billion. By the end of this year, this figure is expected to increase to $3 billion. $3.5 billion. In 2027, Uzbekistan intends to supply textile products worth $10 billion to more than 90 countries around the world[15].

Today, the following can be included among the main achievements of the textile and sewing-knitting industry of our country:

Recognition of Uzbekistan as an equal partner in the international market. Major reforms implemented by our President, the abolition of forced and child labor in the production of cotton raw materials, have allowed the international community to enter the market for Uzbek cotton and its products. The formation of cotton-textile clusters has also led to cooperation between large textile companies with Uzbekistan. As a result, Uzbekistan received GSP+ preferences from the European Union, i.e., more than 6,000 goods were exempted from export taxes when entering the European market. The fact that only eight countries in the world have such privileges indicates high confidence in Uzbekistan. Textile products manufactured in Uzbekistan are sold in stores of such famous brands as Hugo Boss, Diesel, Tendam, Inditex, El Corte, Engelberg Straus, The North Face, Collins, S.Oliver, LC Waikiki, De Facto, Pierre Cardin, Falke.

Becoming the center of the textile industry in Central Asia and the CIS countries. The "Uzbek model" of textile industry development is being widely implemented in all neighboring countries and is bearing fruit. Uzbek enterprises have established mutually beneficial cooperation with partners from Central Asia, Georgia, Armenia, and Azerbaijan. More than half of the textile products produced in the republic are exported to the CIS countries. In recent years, such cooperation has been established with countries such as China, South Korea, and Pakistan.

- leadership in sustainable development and compliance with international standards. This sector of the manufacturing industry is traditionally one of the most energy-intensive industries. The measures taken gradually in our country have created an economic basis for the creation of innovative ideas for energy saving and the introduction of technologies that meet international environmental standards. As a result of the efforts made in recent years, the consumption of

[15]https://yuz.uz/ru/news/razvitie-tekstilnoy-i-shveyno-trikotajnoy-promshlennosti-uzbekistana-v-2017-2022-godax-infografika

electricity and natural gas per unit of output has decreased by 23.5% compared to 2017, and this process continues.

The President's policy aimed at ensuring that textile products take their place in the international market in terms of quality is also noteworthy. "For example, in the textile industry, about 7 thousand entrepreneurs produce more than 500 types of products. Some of them supply clothing to prestigious brands. However, although many work for quality, they cannot demonstrate it. So far, only 244 of our enterprises have international certificates. Most of them are located in Tashkent and the valley regions, and in other regions they can be counted on the fingers."

Along with the benefits and financial support for textile and garment enterprises, the investment policy of our country is also of great importance. In particular, the importance of the manufacturing industry in targeting foreign investments in our country has been unparalleled.

As a result of the above actions, favorable business conditions are being created for national textile enterprises. At the same time, there is a problem of strengthening the marketing system aimed at ensuring international competitiveness in textile and garment enterprises, which indicates the need to deepen scientific research in this area.

REFERENCES

1. Resolution of the Cabinet of Ministers of the Republic of Uzbekistan, No. 166 dated 29.03.2021.
2. Mirziyoyev Sh.M. The rule of law and the protection of human interests are the key to the country's development and the well-being of the people. - T .: Uzbekistan, 2017.- 48 p.
3. Mirziyoyev Sh.M. We will build a great future with our brave and noble people. - T .: Uzbekistan, 2017.- 488 p.
4. Address of the President of the Republic of Uzbekistan Shavkat Mirziyoyev to the Oliy Majlis. January 24, 2020. - People's Speech, January 26, 2020.
5. Decree of the President of the Republic of Uzbekistan No. PF-4947 dated February 7, 2017 "On the Strategy of Actions for the Further Development of the Republic of Uzbekistan".
6. 6.Azimovna, MS (2022). Professor of Samarkand Institute of Economic and Service, Samarkand, Uzbekistan. Formation of psychology and pedagogy as interdisciplinary sciences, 1(9), 20-23.
7. Musayeva, S., & Usmanov, F. (2022). Ways to develop marketing activities in tourist organizations. Science and innovation, 1(A5), 84-88.
8. 8.Azimovna, MS, Ilkhomovna, UD, & Shokhrukhovich, UF (2022). Issues of improving productivity competition in agriculture. Online scientific journal of innovation in social sciences.-2022.-C, 51-53.
9. 9.Azimovna, MS, Ilkhomovna, UD, & Shokhrukhovich, UF (2022). The role of marketing in increasing the economic efficiency of service enterprises.
10. 10.Azimovna, MS, Ilkhomovna, UD, & Shokhrukhovich, UF (2022). The concept of a correct marketing policy in trade and service enterprises.
11. Musayeva, S. (2022). Studying the organization of advertising activities ofgoodsat" Samarkand tea packaging factory" JSC. Science and innovation, 1(A6), 185-192.
12. Musayeva, S. (2022). Prospects for the development of "stekloplastik" llc activity in the conditions of the market economy. Science and innovation, 1(A6), 539-546.

13. 13.Azimovna, MS, Ilkhomovna, UD, & Shokhrukhovich, UF (2022). Importance and Characteristics of Brand Choice in Services. European Multidisciplinary Journal of Modern Science, 1-3.
14. 14.Musaeva Sh. A. Marketing research. Textbook Publishing and creative department of “STAR-SEL” LLC. Samarkand–2023
15. Musaeva Sh. A. Integrated marketing communication. Textbook. "Mahorat" publishing house, Samarkand -2022.

KICHIK KORXONALARDA XODIMLARNI BOSHQARISH TIZIMIDA TEXNOLOGIYALARNI JORIY QILISH VA RAQAMLI TRANSFORMATSIYA: TENDENSIYALAR, MUAMMOLAR VA IMKONIYATLAR

Mamajonov Fayzullo Zafarjon o‘g‘li
Andijon Davlat Texnika instituti, menejment yo‘nalishi 1-kurs doktoranti
https://doi.org/10.5281/zenodo.17680510

Annotatsiya. *Mazkur maqolada kichik korxonalarda xodimlarni boshqarish tizimida zamonaviy texnologiyalarni joriy etish va raqamli transformatsiya jarayonlari tahlil qilinadi. Tadqiqotda inson resurslarini boshqarishda raqamli yechimlardan foydalanish samaradorlikni oshirish, qaror qabul qilish jarayonlarini avtomatlashtirish hamda mehnat unumdorligini ta’minlashdagi o‘rni yoritilgan. Shuningdek, kichik korxonalarda raqamli transformatsiyani amalga oshirishda uchraydigan asosiy muammolar — texnologik infratuzilmaning yetarli emasligi, raqamli kompetensiyalarning pastligi va moliyaviy cheklovlar kabi omillar tahlil qilingan. Tadqiqot natijalari kichik biznes subyektlari uchun inson resurslarini boshqarishda innovatsion yondashuvlarni qo‘llash orqali raqobatbardoshlikni oshirish bo‘yicha tavsiyalarni o‘z ichiga oladi.*

Kalit so‘zlar: *kichik korxonalar, inson resurslarini boshqarish, raqamli transformatsiya, texnologiyalarni joriy etish, innovatsion boshqaruv, raqamli kompetensiyalar, samaradorlik, avtomatlashtirish.*

Kichik korxonalar raqamli transformatsiya va texnologiyalarni qabul qilish jarayonida yetakchi o‘rinda turadi. Bu jarayon nafaqat ishlab chiqarish va boshqaruv amaliyotlarini raqamli texnologiyalar orqali o‘zgartirish, mijozlar qoniqishini oshirish, innovatsiyalarni rivojlantirish va raqobatbardoshlikni kuchaytirishni, balki xodimlarni boshqarish tizimini ham o‘z ichiga oladi.

Shu bilan birga, kichik korxonalar bir qator muammolarga duch keladi — texnologik bilimlarning yetishmasligi, moliyaviy resurslarning cheklanganligi, raqamli infratuzilmaning sustligi hamda malakali kadrlarning kamligi shular jumlasidandir. Biroq, kichik va o‘rta korxonalar raqamli transformatsiya orqali katta afzalliklarga erishish imkoniyatiga ega. Hozirgi iqtisodiyotda texnologiyalarni qo‘llash va raqamli transformatsiyani qabul qilishning ahamiyati, texnologik taraqqiyotning tez sur’atlar bilan rivojlanishi hamda iqtisodiy faoliyatning tobora raqamlashtirilishi tufayli ortib bormoqda.

Kichik va o‘rta korxonalar uchun raqamli transformatsiyani muvaffaqiyatli amalga oshirishda **mijozlar tajribasi, texnologik moslashuvchanlik, hukumat ko‘magi, tashkiliy qo‘llab-quvvatlash va inson resurslari** kabi omillar muhim ahamiyat kasb etadi [1].

Texnologik rivojlanish iqtisodiy o‘sishni rag‘batlantiradi va ilg‘or g‘oyalar hamda innovatsion texnologiyalarni yaratish uchun **rivojlangan innovatsion ekotizimni** talab qiladi. Sanksiyalar va geosiyosiy muammolar kabi hozirgi global qiyinchiliklar fonida ijodiy yechimlar va moslashuvchan strategiyalar ishlab chiqish zarur [2].

Bundan tashqari, **bulutli texnologiyalar (cloud computing)** kabi raqamli texnologiyalarni joriy etish aniq iqtisodiy foyda keltiradi — xarajatlarni kamaytirish, unumdorlikni oshirish, xizmat ko‘rsatish sifatini yaxshilash va mijozlar qoniqishini ta’minlaydi[3].

Kichik korxonalar tomonidan raqamli texnologiyalarni joriy etish ularning uzoq muddatli barqarorligi va qiymat yaratish salohiyati uchun hal qiluvchi omil hisoblanadi. Shu jarayonda **tadbirkorlik tafakkuri** bu bog‘liqlikni yanada kuchaytiradi[4]. Raqamli transformatsiyaning kichik korxonalardagi ahamiyati — kompaniya qiymatini oshirish, operatsion jarayonlarni takomillashtirish, foydalanuvchi tajribasini yaxshilash hamda biznes modellarini qayta shakllantirish imkoniyatlarida namoyon bo‘ladi[5] (Popović va boshq., 2022).

Mikro va kichik korxonalar (MKK) da raqamli texnologiyalarni joriy etish, resurslarning cheklanganligi va o‘zgarishlarga qarshilik ko‘rsatishga qaramay, ularning operatsion samaradorligini oshiradi va raqobatbardoshligini kuchaytiradi[6].

Kichik korxonalarda xodimlarni boshqarish jarayonida raqamli transformatsiyani amalga oshirishga tayyorligi bir necha omillarga bog‘liq:

- raqamli texnologiyalardan kutilayotgan foyda,
- texnologiyaning moslashuvchanligi,
- murakkablik darajasi,
- bilim va tajriba,
- tashqi bosimlar[7].

Ko‘plab sohalarda kichik korxonalar raqamli texnologiyalarni o‘z faoliyatiga joriy etish orqali **raqobatbardoshligini, operatsion samaradorligini** va **mijozlar bilan aloqalarini** yaxshilamoqda. Biroq texnologiyalarni qabul qilish darajasi va joriy etilayotgan texnologiyalar turi, ayniqsa, **chakana savdo, xizmatlar** va **agro-oziq-ovqat** sektorlarida turlicha kechmoqda. Bu tafovutlar kichik bizneslarni yangilash va iqtisodiy rivojlanishni rag‘batlantirishda raqamli vositalarning muhim ahamiyatini ko‘rsatadi.

Moliyaviy cheklovlar

Kichik bizneslarning raqamli texnologiyalarni joriy etish va transformatsiya qilish jarayonidagi asosiy to‘siqlardan biri — bu **moliyaviy resurslarning cheklanganligi**dir. Cheklangan byudjet tufayli kichik korxonalar yangi texnologiyalar, raqamli vositalar va zarur infratuzilmani sotib olish imkoniyatiga ega emas.**Byudjet cheklovlari** nafaqat texnologiyalarni xarid qilishni, balki xodimlarni o‘qitish va raqamli yechimlarni uzoq muddatda qo‘llab-quvvatlash imkoniyatlarini ham cheklaydi. Shunday qilib, moliyaviy resurslarning yetishmasligi kichik korxonalarning **raqobatbardoshligini** va **rivojlanish istiqbollarini** jiddiy tarzda pasaytiradi[8].

Texnik malaka yetishmasligi

Kichik korxonalar ko‘pincha **raqamli transformatsiyaning murakkab jarayonlarini samarali boshqarish uchun zarur bo‘lgan texnik bilim va ko‘nikmalarning yetishmasligi** tufayli muammolarga duch keladilar. Texnik salohiyatning pastligi mos texnologiyalarni tanlashda, ularni to‘g‘ri joriy etishda hamda ularning imkoniyatlaridan maksimal darajada foydalanishda qiyinchiliklarni keltirib chiqaradi.

T**exnik malaka yetishmasligi** kichik biznes subyektlari uchun **raqamli loyihalarning investitsiya samaradorligini (ROI)** to‘g‘ri baholashni murakkablashtiradi. Natijada, bu omil ularning raqamli texnologiyalarni joriy etish jarayonini sekinlashtiradi va texnologik yangiliklardan foydalanish imkoniyatlarini cheklaydi.

Kiberxavfsizlik muammolari

Kichik korxonalar raqamli texnologiyalarni keng qo‘llay boshlagach, ular **kiberxavf-xatarlar** ta’siriga ko‘proq moyil bo‘lib qoladi. Buning asosiy sababi — **kiberxavfsizlik xavflari haqidagi bilimlarning yetarli emasligi** hamda **mustahkam himoya choralarini joriy etish uchun zarur resurslarning cheklanganligi**dir.

Bunday zaiflik **ma’lumotlarning sizib chiqishi (data breaches)** va **moliyaviy yo‘qotishlar**ga olib kelishi mumkin. Bu esa kompaniyaning obro‘siga putur yetkazadi va mijozlarning ishonchini kamaytiradi. Shu sababli kichik biznes subyektlari raqamli tizimlarga o‘tish jarayonida kiberxavfsizlikni ustuvor yo‘nalish sifatida ko‘rib chiqishlari zarur. [9]

O‘zgarishlarga qarshilik (Resistance to Change)

Kichik korxonalarda texnologiyani joriy etish va raqamli transformatsiyani amalga oshirishda eng katta muammolardan biri — bu **o‘zgarishlarga nisbatan qarshilik**dir. Bunday qarshilikka **tashkilot madaniyati, xodimlarning yangi tizimlardan qo‘rqishi**, hamda **raqamli transformatsiyaning afzalliklarini to‘liq anglamaslik** sabab bo‘lishi mumkin.

Bu to‘siqni yengish uchun **samarali o‘zgarishlarni boshqarish strategiyalari** zarur. Riswandi va Permadi fikriga ko‘ra, bunday strategiyalar quyidagilarni o‘z ichiga oladi:

- xodimlar bilan **aniq va ochiq muloqot** yuritish,
- **doimiy o‘qitish va malaka oshirish** jarayonlarini tashkil etish,
- **xodimlarni o‘zgarish jarayoniga faol jalb etish**[10]**.**

Raqamli transformatsiyaga o‘tishda moliyaviy resurslarning cheklanganligi, texnik bilimlarning yetishmasligi, kiberxavfsizlik muammolari va o‘zgarishlarga qarshilik kabi to‘siqlarni kompleks tarzda boshqarish zarur. Shu muammolarni hal etish kichik bizneslarga raqamli texnologiyalardan samarali foydalanish, raqobatbardoshligini oshirish va barqaror rivojlanishga erishish imkonini beradi.

Raqamli transformatsiya kichik korxonalar uchun **katta imkoniyatlar eshigini ochadi** — ular zamonaviy bozorda muvaffaqiyatli raqobat qila oladi, innovatsiyalarni joriy etadi va barqaror o‘sishni ta’minlaydi.

Raqamli texnologiyalar yordamida kichik korxonalar o‘z faoliyatini **mahalliy chegaralardan tashqariga chiqarib, xalqaro bozorlar**ga chiqish imkoniyatiga ega bo‘ladilar. E-commerce platformalari, raqamli marketing va ijtimoiy tarmoqlar orqali ular o‘z mahsulot va xizmatlarini keng auditoriyaga taqdim etib, ko‘plab hududlarda jismoniy filial ochish zaruratini kamaytiradi.

Mijozlarga xizmat ko‘rsatishni yaxshilash

Kichik korxonalar **raqamli texnologiyalar yordamida mijozlarga xizmat ko‘rsatish sifatini sezilarli darajada oshirishi** mumkin. **Ma’lumotlar tahlili (data analytics)** orqali korxonalar mijozlarning xatti-harakati, afzalliklari va fikr-mulohazalari haqida muhim ma’lumotlarni to‘plash imkoniga ega bo‘ladi. Bu esa ularga xizmat va mahsulot takliflarini aniqroq yo‘naltirish hamda mijozlar bilan o‘zaro aloqalarni yanada samarali tashkil etish imkonini beradi.

Operatsion samaradorlikni oshirish

Raqamli transformatsiya kichik bizneslar uchun **operatsion samaradorlikni oshirishda muhim turtki** bo‘lmoqda. **Takrorlanuvchi vazifalarning avtomatlashtirilishi, raqamli ish jarayonlarini integratsiyalash**, hamda **bulutli texnologiyalarni (cloud computing) joriy etish**

natijasida korxonalar xarajatlarni kamaytirish, unumdorlikni oshirish va biznes jarayonlarini optimallashtirish imkoniga ega bo‘ladi.

Rohmah o‘z tadqiqotida ushbu samaradorlikning kichik korxonalarga ta’sirini tahlil qilib, **raqamli yechimlar yordamida asosiy bo‘lmagan faoliyatlarga sarflanadigan vaqt va resurslarni qisqartirish** mumkinligini ta’kidlaydi. Natijada, korxonalar o‘z diqqatini **strategik o‘sish loyihalariga** qaratish imkoniyatiga ega bo‘ladi.

Innovatsiyani rivojlantirish

Kichik korxonalar **raqamli texnologiyalarni joriy etish orqali innovatsiyalarni ilgari surishga kuchli turtki** oladilar. Raqamli vositalar va platformalar korxonalarga **yangi mahsulotlar, xizmatlar hamda biznes modellari yaratish** uchun zarur resurslarni taqdim etadi. Bu esa kichik korxonalarga bozorda o‘z o‘rnini mustahkamlash va raqobatchilardan ajralib turish imkonini beradi.

R**aqamli transformatsiya orqali yuzaga keladigan innovatsiyalar** korxonalarga o‘ziga xos qiymat takliflarini yaratish, yangi daromad manbalarini shakllantirish hamda **doimiy takomillashtirish va moslashuv madaniyatini rivojlantirish** imkonini beradi[11].

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YHATI

1. Ta, V. A., & Lin, C.-Y. J. S. (2023). Exploring the Determinants of Digital Transformation Adoption for SMEs in an Emerging Economy.
2. Zhang, J., Zhao, W., Cheng, B., Li, A. S., Wang, Y., Yang, N., & Tian, Y. J. F. i. P. H. (2022). The Impact of Digital Economy on the Economic Growth and the Development Strategies in the postCOVID-19 Era: Evidence From Countries Along the “Belt and Road”. 10.
3. Feroz, A., Zo, H., & Chiravuri, A. J. S. (2021). Digital Transformation and Environmental Sustainability: A Review and Research Agenda.
4. Vrontis, D., Chaudhuri, R., & Chatterjee, S. J. S. (2022). Adoption of Digital Technologies by SMEs for Sustainability and Value Creation: Moderating Role of Entrepreneurial Orientation
5. Popović, J., Dudaš, I., Milosevic, D. Z., Luković, J. J. I. J. o. M. T. K. C., & Research. (2022). DIGITAL TRANSFORMATION AS A CHANCE FOR SMALL BUSINESS DEVELOPMENT.
6. Siregar, R., & Sudarmanto, E. J. W. S. I. S. (2023). Beyond Traditional Boundaries: Embracing Digital Transformation for Enhanced Management Efficiency at Micro and Small Business Enterprisess.
7. bin, M. K., Hui, G. J. T. J. o. C., & Education, M. (2021). A Systematic Review of Factors Influencing Digital Transformation of SMEs.
8. Xue, L., Zhang, Q., Zhang, X., & Li, C. J. S. (2022). Can Digital Transformation Promote Green Technology Innovation?
9. Rohmah, N., Komarudin, K. J. A. J. o. E., & Business, M. (2023). Digital Transformation in Business Operations Management.
10. Moore, T. W. J. I. J. C. I. P. (2010). The economics of cybersecurity: Principles and policy options. 3, 103-117.
11. Riswandi, R., & Permadi, I. K. O. J. K. S. S. (2022). Business Sustainability Through Technology Adoption: Readiness and Acceptance of E-commerce Technology in MSMEs.
12. Bresciani, S., Huarng, K., Malhotra, A., & Ferraris, A. J. J. o. B. R. (2021). Digital transformation as a springboard for product, process and business model innovation

ЎЗБЕКИСТОН ПИЁЗЧИЛИГИДА РИВОЖЛАНИШ ВА САМАРАДОРЛИК ТЕНДЕНЦИЯЛАРИ

Садикова Шоҳида Обидқул қизи
Гулистон Давлат Университети таянч докторанти
https://doi.org/10.5281/zenodo.17680644

Аннотация. *Мақолада Ўзбекистонда пиёзчилик тармоғининг ривожланиш тенденциялари ҳамда иқтисодий самарадорлигини ошириш йўналишлари илмий жиҳатдан таҳлил қилинган. Монографик тадқиқотлар натижасида пиёз етиштиришнинг иқтисодий самарадорлигига салбий таъсир кўрсатаётган асосий омиллар аниқланиб, уларни бартараф этиш бўйича муаллифнинг илмий асосланган таклиф ва тавсиялари баён этилган.*

Калит сўзлар: *пиёзчилик, агротехнология, ҳосилдорлик, иқтисодий самарадорлик, фермер хўжалиги, суғориш тизими, уруғлик таъминоти, аграр ислоҳотлар, экспорт салоҳияти, озиқ-овқат хавфсизлиги.*

Аннотация. *В статье с научной точки зрения анализируются тенденции развития луководческой отрасли в Узбекистане и направления повышения ее экономической эффективности. В результате монографических исследований выявлены основные факторы, негативно влияющие на экономическую эффективность выращивания лука, изложены научно обоснованные предложения и рекомендации автора по их устранению.*

Ключевые слова: *луководство, агротехнология, урожайность, экономическая эффективность, фермерское хозяйство, система орошения, семенное обеспечение, аграрные реформы, экспортный потенциал, продовольственная безопасность.*

Abstract. *The article analyzes the development trends of the onion growing industry in Uzbekistan and the directions for increasing its economic efficiency from a scientific perspective. As a result of the monographic research, the main factors negatively affecting the economic efficiency of onion cultivation were identified, and the author's scientifically substantiated proposals and recommendations for their elimination were presented.*

Keywords: *onion farming, agrotechnology, yield, economic efficiency, farming, irrigation system, seed supply, agricultural reforms, export potential, food security.*

КИРИШ

Сўнгги йилларда жаҳонда кузатилаётган экологик, сиёсий инқирозлар оқибатида қишлоқ хўжалиги ресурслари нархларининг кескин ўсиши, глобал озиқ-овқат хавфсизлигига катта хавф солмоқда. Шунинг билан бир қаторда дунё аҳосини қишлоқ хўжалиги маҳсулотлари билан миқдор ва сифат жиҳатдан таъминлаш масаласи ҳам ўз долзарблигини сақлаб қолмоқда. Хусусан, аҳолини кундалик озиқ-овқат истеъмолида пиёз маҳсулоти ҳам муҳим маҳсулотлар қаторида жой олган. Шу боис, пиёз бозори жаҳон қишлоқ хўжалиги тармоғининг муҳим сегменти бўлиб қолмоқда. Зеро, пиёз ўзининг ўзига хос таъми ва саломатлик учун фойдаси сабабли истеъмочилар томонидан қадрланиши ҳамда турли кулинария йўналишларида кенг қўлланилиши тенденцияси сақланиб қолмоқда.

Шу боис, "... жаҳон пиёз бозори ҳажми тахминан **39 миллиард АҚШ доллари**га баҳоланиб, **2030 йилгача 5% атрофидаги йиллик ўртача ўсиш суръати** кутилмоқда"[1].

Мамлакатимизда ҳам пиёз маҳсулотини етиштириш динамик ривожланишда бўлиб, экинларни диверсификацияси, аҳолини сифатли маҳсулотлар билан ички бозорни тўлдириш ва экспорт имкониятлардан самарали фойдаланиш ҳисобига аҳолини даромадларини ошириш, соҳага инновацион ишланмаларни кенг жорий этиш каби қишлоқ хўжалигида олиб борилаётган таркибий ислоҳотлар соҳани барқарор ривожлантириш имкониятларини яратди.

Хусусан, 2023 йил 2016 йилга нисбатан пиёз экин майдони 31,3 минг гектардан 37,1 минг гектарга, яъни 18,5 фоизга ошган. Шунга мос равишда пиёз ялпи маҳсулоти 1273,6 минг тоннадан 1318,5 тоннага, яъни 3,5 фоиз кўп маҳсулот етиштирилган.

Таҳлил натижалари шуни кўрсатадики, пиёз етиштириш соҳасида амалга оширилган таркибий ўзгаришлар ҳудудлар кесимидаги иқтисодий фаолликни ҳам кучайтирди. Хусусан, деҳқон ва қишлоқ хўжалиги ташкилотлари улушининг ортиши маҳсулот етиштириш ҳажмини кенгайтириш, меҳнат ресурсларидан самарали фойдаланиш ва ички бозорда талабни қондириш имкониятини яратди. Фермер хўжаликларининг улуши қисқарган бўлса-да, уларда замонавий агротехнологиялардан фойдаланиш орқали ҳосилдорликни ошириш тенденцияси кузатилмоқда.

Шу билан бирга, пиёз етиштиришдаги ўсиш экспорт имкониятларини кенгайтиришга хизмат қилмоқда. Жаҳон бозорида пиёз маҳсулотига бўлган талабнинг ортиши, республикадаги иқлим-шароитлари ва ишчи кучи имкониятлари ушбу тармоқда юқори иқтисодий самарадорликка эришиш имконини бермоқда. Бинобарин, тармоқдаги инвестиция фаоллигини ошириш, қайта ишлаш ва сақлаш инфратузилмасини ривожлантириш пиёз етиштиришнинг барқарор ўсишини таъминловчи муҳим омиллардан бири ҳисобланади.

ТАҲЛИЛ ВА НАТИЖАЛАР

Мамлакатимиз ҳудудлар кесимида пиёз етиштирувчи хўжалик субъектлари таркибидаги ўзгаришлар таҳлил қилинганда, фермер хўжаликларининг улуши айрим ҳудудларда пасайганлигини, деҳқон хўжаликлари ва қишлоқ хўжалиги ташкилотлари улушининг ортиб бораётганлигини кузатиш мумкин. Монографик тадқиқотлар олиб борилган Жиззах вилоятида фермер хўжаликлари улуши 2016 йилдаги 50,0 фоиздан 2024 йилда 60,9 фоизгача ўсган, деҳқон хўжаликлари улуши 50,0 фоиздан 21,9 фоизгача камайган бўлса, қишлоқ хўжалиги фаолиятини амалга оширувчи ташкилотларнинг улуши эса 17,2 фоизгача кўтарилган.

Умуман олганда, таҳлил этилаётган даврда фермер хўжаликларининг улуши айрим ҳудудларда пасайган бўлса-да, қишлоқ хўжалиги ташкилотлари ва деҳқон хўжаликлари томонидан пиёз етиштириш ҳажми ортиб, тармоқда фаоллик кенгайгани кузатилмоқда.

Шу билан бирга, мамлакатимизда ялпи пиёз ҳосили ҳажми йилдан-йилга ўсиб бораётгани кузатилмоқда. Бироқ таҳлиллар шуни кўрсатадики, мазкур ўсиш, асосан, экстенсив омиллар яъни, пиёз етиштириш учун ажратиладиган экин майдонларининг кенгайиши ҳисобига таъминланмоқда. Бу ҳолат пиёз етиштириш соҳасида ҳосилдорлик самарадорлигини ошириш бўйича қўшимча чоралар зарурлигини англатади.

Шу билан бирга, ҳудудлар кесимида таҳлил қилинганда, баъзи вилоятларда ҳосилдорликнинг пасайиш тенденцияси кузатилса-да, Жиззах вилоятида аксинча, ижобий

ўзгаришлар қайд этилган. Мазкур вилоятда пиёз етиштириш ҳажмининг ўсишига нафақат экин майдонларининг кенгайиши, балки гектаридан олинаётган ҳосилдорликнинг сезиларли даражада ошиши ҳам катта таъсир кўрсатган.

Хусусан, 2010–2024 йиллар давомида Жиззах вилоятида пиёз ҳосилдорлиги 39,4 пунктга ошган. Агар 2010 йилда 1 гектар майдондан ўртача 199,8 центнер ҳосил олинган бўлса, 2024 йилга келиб бу кўрсаткич 278,6 центнерга етган. Бу, ўз навбатида, вилоятда қишлоқ хўжалиги соҳасида замонавий агротехнологияларни жорий этиш, сифатли уруғлик материалларидан фойдаланиш ва суғориш тизимини такомиллаштириш каби омиллар самара берганини англатади.

Шу нуқтаи назардан, мамлакатда пиёз етиштириш соҳасидаги ўсишни фақат майдонларни кенгайтириш ҳисобига эмас, балки интенсив ривожланиш омилларига илғор агротехника усулларини қўллаш, минерал ва органик ўғитлардан оқилона фойдаланиш, ҳосилдор навларни яратиш ва агротехник чораларнинг оптималлашувига йўналтириш мақсадга мувофиқ ҳисобланади. Зеро, “Пиёз экини майдонидан олинган ҳосилдорлик ошган сари шунга мос ҳолда ҳар бир тонна маҳсулот таннархи ҳам пасайиб боради. Чунончи, эрта баҳорга нисбатан эрта кузда экилган пиёз экини майдонидан олинадиган ҳосилдорлик камида 18-25 фоизга кўп бўлади” [2, 3].

Албатта, ҳосилдорликнинг барқарор ошиб бориши, энг аввало, фермер хўжаликларининг ишлаб чиқариш самарадорлигига бевосита таъсир кўрсатади. Шу сабабли, пиёз етиштиришнинг иқтисодий самарадорлигини баҳолаш ва мавжуд муаммоларни аниқлаш мақсадида Янгиобод туманидаги “Жилғалисой шабодаси” фермер хўжаликлари фаолияти таҳлил қилинди.

Қайд этиш жоизки, пиёзчилик тармоғининг ривожланишида табиий-иқлим шароити ва уруғчилик тизими асосий таъсир этувчи омиллардан ҳисобланади. Шу билан бирга, зараркунандалар ва ўсимлик касалликлари тармоқ барқарорлигига жиддий таҳдид солувчи омиллар сифатида намоён бўлмоқда. Бу муаммоларни бартараф этиш учун илмий тадқиқотлар базасини мустаҳкамлаш, ихтисослашган лабораториялар ва замонавий жиҳозлар билан таъминлаш, ҳамда зарарли омилларга қарши самарали курашиш тизимини йўлга қўйиш долзарб аҳамиятга эга.

Монографик кузатувлар натижаларига кўра, аҳоли ва фермер хўжаликларининг элита ҳамда F1 уруғлар билан етарлича таъминланмагани сабабли кўп ҳолларда паст сифатли маҳаллий ёки импорт уруғлардан фойдаланишга тўғри келмоқда. Шунингдек, юқори ҳосилдор уруғлик етиштириш майдонларининг камлиги, сақлаш инфратузилмасининг етарли даражада ривожланмагани ва вирусли ҳамда бактериал касалликларни аниқловчи замонавий лабораторияларнинг мавжуд эмаслиги пиёзчилик тармоғининг барқарор ривожланишига тўсиқ бўлмоқда.

Таҳлил қилинган хўжаликларда, асосан, “Банко”, “Катинка”, “Пантеро” ва “Орландо” каби серҳосил пиёз навлари етиштирилаётган бўлиб, мазкур навлардан гектарига ўртача 100–120 тонна ҳосил олинмоқда. “Жилғалисой шабодаси” фермер хўжаликларида эса бу кўрсаткич гектарига ўртача 140–150 тоннани ташкил этмоқда, бу эса самарали агротехнологиялар ва илғор бошқарув усулларининг қўлланилаётганидан далолат беради (жадвал).

Зомин туманидаги “Жилғалисой шабадаси” фермер хўжалигининг умумий экин майдони 46 гектарни ташкил этиб, шундан 16 гектар ерда пиёзнинг “Катинка” ва “Банко”

навлари етиштирилмоқда. Барча агротехник тадбирларнинг ўз вақтида ва сифатли амалга оширилиши юқори самара бермоқда. Натижада хўжаликда 2020–2024 йиллар давомида пиёзнинг ялпи ҳосили гектарига 100 тонндан 145 тоннагача ўсган.

Жадвал таҳлиллари шуни кўрсатадики, 2024 йилда 1 гектар майдон учун сарфланган уруғлик харажатлари 2020 йилга нисбатан 110,3 фоизга ошган. Ҳар йили ўртача 10–12 кг уруғлик ишлатилган. Ёқилғи-мойлаш материаллари харажатлари ҳам жадал ўсиб, 2024 йилда 2020 йилга нисбатан 212,3 фоизга кўпайган. Шунингдек, ҳар гектарга ўртача 550 кг минерал ўғит ва 5 кг кимёвий восита сарфланмоқда. 2024 йилда минерал ўғитлар ва кимёвий воситалар харажатлари мос равишда 162,6 ва 124,7 фоизга ошган.

Жадвал

Зомин туманидаги “Жилғалисой шабадаси” фермер хўжалигида пиёз етиштиришнинг иқтисодий самарадорлиги, (1 гектар ҳисобига) [4]

№	Кўрсаткичлар	Йиллар				2024 йил 2020 йилга нисбатан, %
		2020		2024		
1	Ҳосилдорлик, ц/га	1000		1450		145,0
2	Ялпи ҳосил, тонна	1700		2465		-
3	**Жами харажатлар, минг сўм**	**39500**		**57740**		**146,1**
	Шу жумладан:	*қиймати*	*улуши*	*қиймати*	*улуши*	
4	Уруғлик, минг сўм	2409	6,1	2 657	4,6	110,3
5	ЁММ, минг сўм	2094	5,3	4 446	7,7	212,3
6	Минерал ўғитлар, минг сўм	3160	8,0	5 139	8,9	162,6
7	Кимёвий воситалар харажатлари, минг сўм	4069	10,3	5 077	8,8	124,7
8	Транспорт харажатлари, минг сўм	3832	9,7	6 351	11,0	165,7
9	Иш ҳақи (ажратмаси билан), минг сўм	20341	51,5	28760	49,8	141,3
10	Бошқа харажатлар (10%), минг сўм	3 595	9,1	5 310	9,2	147,7
11	**Ялпи тушум, минг сўм**	**115000**		**242150**		**210,5**
12	**Фойда, минг сўм**	**75500**		**184410**		**244,2**
13	**Рентабеллик даражаси, %**	**191,1**		**319,4**		**167,1**

Амалиётда кузатилаётган муҳим муаммолардан бири агротехник тадбирларни илмий асосда ташкил этиш учун зарур бўлган малакали мутахассислар, жумладан агроном ва тупроқшунослар етишмаслигидир. Бу ҳолат соҳанинг самарали ва барқарор ривожланишига жиддий тўсиқ бўлмоқда. Шунингдек, пиёз ҳосилини йиғиш, саралаш, қоплаш ва ташиш жараёнларининг асосан қўл меҳнатига таянилиши мавсумий ишчи кучи танқислигини келтириб чиқармоқда.

Шу сабабли, пиёзчилик соҳасини комплекс механизациялаштириш, замонавий техника ва инновацион технологияларни жорий этиш ҳамда меҳнат самарадорлигини ошириш бугунги куннинг энг долзарб вазифаларидан бири ҳисобланади. Таҳлил натижаларига кўра, пиёз етиштиришдаги умумий харажатларнинг қарийб 50 фоизидан ортиғи иш ҳақи харажатларига тўғри келиши бу йўналишдаги ислоҳотларни кечиктирмаслик зарурлигини яна бир бор тасдиқлайди. Демак, соҳада кадрлар тайёрлаш тизимини кучайтириш, агрономия ва механизация бўйича ихтисослашган марказлар фаолиятини ривожлантириш, шунингдек, фермер хўжаликларини замонавий йиғим-терим, саралаш ва қоплаш техникаси билан таъминлаш бўйича давлат-хусусий шериклик механизмларини жорий этиш мақсадга мувофиқдир.

Бундан ташқари, мамлакатимизда ички бозор эҳтиёжларига нисбатан пиёз ҳосилининг 2,5–3 баробар ортиқ етиштирилаётгани маҳсулотни сотишда жиддий муаммоларни келтириб чиқармоқда. Фермер ва тадбиркорлар бозор конъюнктураси, экспорт имкониятлари ҳамда савдо йўналишлари ҳақида етарли ахборотга эга эмасликлари натижасида воситачиларнинг бозордаги таъсири кучаймоқда. Бу эса ишлаб чиқарувчининг даромад улушини қисқартиради ва тармоқ рентабеллигини пасайтиради.

Шу муносабат билан, пиёзчилик соҳасида марказлаштирилган консалтинг ва маркетинг марказларини ташкил этиш, улар орқали фермерларга реал вақтда бозор нархлари, экспорт талаблари ва логистика имкониятлари ҳақида ахборот етказиб беришни йўлга қўйиш зарур. Яъни, бизнингча соҳада рақамли ахборот тизимини жорий этиш орқали бозор маълумотларининг ошкоралигини таъминлаш, фермерлар ва экспортёрлар учун ягона электрон платформа яратиш, шунингдек, маҳсулотни сақлаш, қайта ишлаш ва экспорт қилишни мувофиқлаштирувчи агромаркетинг инфратузилмасини шакллантириш мақсадга мувофиқдир.

ХУЛОСА

Хулоса қилиб айтганда, Ўзбекистонда пиёзчилик соҳасининг барқарор ривожланиши учун кадрлар етишмаслиги, паст механизация даражаси, уруғчилик тизимининг етарлича ривожланмагани ва бозор мувозанатсизлиги каби муаммоларни ҳал этиш устувор аҳамиятга эга. Бунинг учун соҳада илмий асосланган агротехник тадбирларни ташкил этиш, юқори сифатли маҳаллий уруғчиликни ривожлантириш, замонавий техника ва инновацион технологияларни жорий этиш, бозор ахборот тизимини рақамлаштириш ҳамда консалтинг ва маркетинг инфратузилмасини йўлга қўйиш зарур. Шу йўл билан пиёзчилик тармоғининг иқтисодий самарадорлигини ошириш, ишлаб чиқарувчи манфаатдорлигини таъминлаш ва маҳсулот экспортини кенгайтириш имкони яратилади.

ФОЙДАЛАНИЛГАН АДАБИЁТЛАР РЎЙХАТИ

1. FAO. https://www.verifiedmarketreports.com/ru/product/fresh-onions-market/
2. Юнусов С.А.Пиёзни суғориш.(14-китоб). Тошкент. Ўқитувчи нашриёти. 2025. – 72 б.;
3. Холдоров М.Ў.Пиёз етиштириш. (4-китоб). Тошкент. Тасвир нашриёт уйи. Агробанк АТБ.-2021. 67 б.
4. Жиззах вилояти Зомин тумани “Жилғасой шабадаси” фермер хўжаликлари ишлаб чиқариш ҳисоботлари маълумотлари.

ХОРИЖИЙ ТАЖРИБАЛАР АСОСИДА НОДАВЛАТ ОЛИЙ ТАЪЛИМ МУАССАСАЛАРИ ИЧКИ АУДИТИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ

Турманкулов Норпўлат Саъдуллаевич
Ўзбекистон Республикаси Олий таълим, фан ва инновациялар вазирлиги Тошкент шаҳар бошқармаси, Тошкент давлат иқтисодиёт университети мустақил тадқиқотчиси
https://doi.org/10.5281/zenodo.17680663

Кириш қисми. Диссертацияда илгари сурилган илмий натижалар ва амалий тавсиялар нодавлат олий таълим муассасаларида ички аудит тизимини такомиллаштиришнинг замонавий моделини ишлаб чиқишга қаратилган бўлиб, улар Ўзбекистон Республикаси Олий таълим, фан ва инновациялар вазирлиги тизимидаги тегишли муассасалар, шу жумладан Тошкент шаҳрида фаолият юритаётган нодавлат олий таълим муассасаларида амалий синовдан ўтказилди.

Асосий мақсад-хорижий тажрибаларни (Германия, Япония, Жанубий Корея, Нидерландия ва АҚШ) таҳлил қилиш асосида ички аудитнинг шаффофлиги, ҳисобдорлиги ва самарадорлигини оширишга қаратилган механизмларни жорий этишдан иборатдир.

Тадқиқотнинг предмети

Нодавлат олий таълим муассасаларида ички аудит фаолиятини самарали ташкил этишнинг назарий ва методологик асослари, уни такомиллаштиришга оид хорижий тажрибаларни миллий тизимга мослаштириш ҳамда бу асосда замонавий ички аудит моделини ишлаб чиқиш тадқиқот предметини ташкил қилади.

Тадқиқотнинг долзарблиги

Глобал таълим маконида рақобат кучайиб, молиявий ва таълим сифатини бошқаришда шаффофлик талаблари ошиб бораётган шароитда, нодавлат олий таълим муассасаларида ички аудит тизимини жорий этиш стратегик аҳамият касб этмоқда. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2022 йил 11 июлдаги ПҚ–315-сон қарори, “2030 йилгача таълим тизимини ривожлантириш стратегияси” ва “Ички аудит фаолиятини ривожлантириш концепцияси”да белгиланган вазифалар ушбу мавзунунг илмий ва амалий аҳамиятини янада кучайтиради.

Муаллифнинг тадқиқоти таълим муассасаларида ички аудит фаолиятини фақат молиявий назорат воситаси эмас, балки **самарали бошқарув ва сифат менежменти тизимининг асосий элементи** сифатида қараш зарурлигини илмий жиҳатдан асослаб берди.

Тадқиқотнинг объекти

Ўзбекистон Республикасида фаолият юритаётган нодавлат олий таълим муассасаларида ички аудит тизимининг шаклланиши, бошқарув тизимидаги ўрни ва унинг институционал ривожланиш жараёнлари тадқиқот объектини ташкил этади.

Илмий натижаларнинг амалий аҳамияти

Тадқиқот доирасида ишлаб чиқилган “Ички аудитни такомиллаштиришнинг интеграцион модели” амалий фойдаланиш учун мўлжалланган бўлиб, унда қуйидаги йўналишлар қамраб олинган:

1. Хорижий моделларни локализация қилиш.
2. Рақамли аудит платформасини жорий этиш.
3. Аудитор кадрларни тайёрлаш ва аттестациялаш тизими.
4. Шаффофлик ва ҳисобдорликни таъминлаш.

Тадқиқотда ўрганилган хорижий тажрибалар

Муаллиф томонидан нодавлат таълим муассасаларидаги ички аудит тизимларининг қиёсий таҳлили қуйидаги мамлакатлар мисолида ўрганилди:

Германия: дуал таълим тизимидаги ички назорат ва аудитнинг бошқарув билан интеграциялашуви таҳлил қилинди. Бу моделда ички аудит таълим сифатини баҳолаш билан бирга молиявий барқарорликни таъминлашда стратегик восита сифатида хизмат қилади.

Буюк Британия: университетлардаги **Audit and Risk Committee** тизими мисолида мустақил ички аудит органларининг ролини таҳлил қилиш орқали миллий тизим учун кенгаш асосидаги аудит моделини таклиф этилди.

Япония: корпоратив бошқарув тизими асосидаги ички аудитда “compliance management” ва “ethics control” механизмлари ўрганилди.

Жанубий Корея: таълим муассасаларида ички аудит фаолияти давлат лицензияси ва аккредитация мезонларига боғланган тизим сифатида таҳлил қилинди.

АҚШ: хусусий университетлардаги **internal control & financial accountability model** тизими орқали ахборот технологияларига асосланган рақамли аудит концепцияси тадқиқ қилинди.

Бу тажрибалар асосида муаллиф нодавлат таълим муассасалари учун халқаро андозалар (ISO 19011, IIA, INTOSAI)га мос миллий аудит моделини таклиф этди.

Илмий янгиликлар

Диссертация ишида қуйидаги илмий янгиликлар илмий жиҳатдан асослаб берилган:

Нодавлат олий таълим муассасаларида ички аудитнинг миллий модели илк бор илмий асосда ишлаб чиқилди. Унда стратегик бошқарув, риск таҳлили, молиявий назорат ва сифат баҳолаш тизимлари интеграция қилинган.

“Internal Audit Maturity Model (IAMM-UZ)” концепцияси ишлаб чиқилиб, нодавлат таълим муассасаларининг ички аудит даражасини беш босқичли тизим орқали баҳолаш методикаси таклиф этилди.

“Digital Internal Audit Framework” доирасида рақамли аудит жараёнларини автоматлаштириш, маълумотларни реал вақтда таҳлил қилиш ва натижаларни визуаллаштириш механизмлари илмий жиҳатдан асослаб берилди.

Хорижий тажрибалар асосида **нодавлат таълим муассасаларида ички аудит кенгаши (Internal Audit Council)** ташкил этиш модели таклиф қилинди, бу мустақил назорат ва ҳисобдорликни таъминлайди.

Нодавлат таълим муассасаларида ички аудит самарадорлигини баҳолаш учун **“IAEI – Internal Audit Efficiency Index”** индикатори ишлаб чиқилди.

Тадқиқотнинг амалий аҳамияти

Муаллифнинг илмий хулосалари ва тавсиялари амалий жиҳатдан таълим муассасалари фаолиятида қўлланилиши мумкин бўлган таклифлар шаклида қуйида ифодаланган:

Ички аудитни институционал даражада мустақил бўлим сифатида шакллантириш бўйича ташкилий моделлар ишлаб чиқилди.

Нодавлат таълим муассасаларида ички аудитни аккредитация мезонларига интеграция қилиш бўйича меъёрий таклифлар берилди.

Рақамли аудит тизимини жорий этиш орқали молиявий ҳисоботларнинг ишончлилиги ва таҳлил тезкорлиги ошиши илмий асосда кўрсатилди.

Олий таълим муассасаларида кадрлар малакасини ошириш бўйича “Аудиторлар тайёрлаш модулли дастури” ишлаб чиқилди.

Хулоса

Тадқиқот натижалари шундан далолат берадики, нодавлат олий таълим муассасаларида ички аудит тизимини такомиллаштириш орқали:

таълим сифатини бошқаришда институционал масъулият ошади;

молиявий ва маъмурий ресурслардан самарали фойдаланиш таъминланади;

ҳисобдорлик ва шаффофлик даражаси халқаро стандартлар даражасига яқинлашади.

Муаллиф ишлаб чиққан илмий таклифлар Ўзбекистонда нодавлат таълим муассасалари фаолиятини замонавий бошқарув моделлари асосида ривожлантиришга хизмат қилади ҳамда мамлакатнинг “Ta’lim-2030” стратегиясида белгиланган вазифаларни амалга оширишга илмий-амалий асос бўлади.

ФОЙДАЛАНИЛГАН АДАБИЁТЛАР РЎЙХАТИ

1. Мирзиёев Ш.М. *“Янги Ўзбекистон тараққиёт стратегияси”*. – Тошкент: Ўзбекистон, 2022.
2. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2022 йил 28 январдаги PF–60-сонли Фармони “Янги Ўзбекистоннинг тараққиёт стратегияси тўғрисида”.
3. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2021 йил 25 июндаги PQ–5151-сонли Қарори “Нодавлат таълим муассасалари фаолиятини қўллаб-қувватлаш чора-тадбирлари тўғрисида”.
4. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2023 йил 8 июндаги PQ–209-сонли Қарори “Таълим соҳасида рақамли бошқарув тизимини жорий этиш чора-тадбирлари тўғрисида”.
5. Вазирлар Маҳкамасининг 2022 йил 12 июлдаги №595-сонли Қарори “Таълим муассасаларида ҳисобот тизимини рақамлаштириш чора-тадбирлари тўғрисида”.
6. Вазирлар Маҳкамасининг 2022 йил 20 декабрдаги №736-сонли Қарори “Таълим муассасаларида ички назорат ва аудит бўлимлари фаолиятини ташкил этиш тўғрисида”.
7. Молия вазирлигининг 2019 йил 24 апрелдаги 77-сон буйруғи “Ички аудитни ташкил этиш бўйича услубий қўлланма”.
8. Ўзбекистон Республикаси Олий таълим, фан ва инновациялар вазирлиги. *“Таълим муассасаларида молиявий ҳисоб ва аудитни ривожлантириш концепцияси”*. – Тошкент, 2023.
9. Хамидов А.А. *Ички аудитнинг амалий асослари*. – Тошкент: Иқтисод, 2020.
10. Абдуллаев Ш.Р. *Молиявий бошқарув ва назорат тизимларини ривожлантириш йўналишлари*. – Тошкент, 2021.

11. Давлат аудит қўмитаси. *“Аудит фаолияти бўйича миллий стандартлар тўплами”*. – Тошкент, 2022.
12. Тўхтаев Б. *Нодавлат таълим муассасаларида иқтисодий бошқарув тизими*. – Тошкент, 2021.
13. OECD. *Education Governance and Accountability*. – Paris, 2019.
14. IFRS Foundation. *Internal Control and Audit Standards Manual*, London, 2021.

AGROBIZNESDA INNOVATSION MOLIYALASHTIRISH USULLARIDAN SAMARALI FOYDALANISH YO‘NALISHLARI

Sherova Nargiza Satimbayevna
O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasi huzuridagi Biznes va tadbirkorlik oliy maktabi
“Biznesni boshqarish (MBA-Agrobiznes)” mutaxassisligi 2-kurs magistratura talabasi
https://doi.org/10.5281/zenodo.17680599

Annotatsiya. *Ushbu maqolada agrobiznes faoliyatida innovatsion moliyalashtirish usullaridan samarali foydalanish yo‘nalishlari bayon etilgan. Shuningdek, agrobiznesda innovatsion moliyalashtirish usullaridan samarali foydalanish yuzasidan xulosa va takliflar keltirilgan.*

Аннотация. *В статье рассматриваются направления эффективного использования инновационных методов финансирования в агропромышленной деятельности. Представлены выводы и предложения по эффективному использованию инновационных методов финансирования в агропромышленном комплексе.*

Abstract. *This article describes the directions of effective use of innovative financing methods in agribusiness activities. Also, conclusions and suggestions are presented on the effective use of innovative financing methods in agribusiness.*

Kalit so‘zlar. *Agrobiznes, moliyalashtirish, innovatsion moliyalashtirish, usul, kredit, fermer xo‘jaligi.*

Ключевые слова. *Агробизнес, финансирование, инновационное финансирование, метод, кредит, фермерское хозяйство.*

Key words. *Agribusiness, financing, innovative financing, method, credit, farm.*

Kirish. Bugungi kunda jahon iqtisodiyotida agrobiznes sohasi barqaror rivojlanishning asosiy omillaridan biriga aylanib bormoqda. Xususan, aholining o‘sishi, oziq-ovqat xavfsizligini ta’minlash, eksport salohiyatini kengaytirish va qishloq hududlarida yangi ish o‘rinlarini yaratishda agrosektor alohida o‘rin tutadi. Agrobiznesning samarali faoliyat yuritishi uchun yetarli moliyaviy manbalar mavjud bo‘lishi talab etiladi. Ana shu nuqtai nazardan olganda ushbu manbalar innovatsion moliyalashtirish usullari shaklida amalga oshiriladi. Ushbu usullar uchun an’anaviy bank kreditlaridan farq qiluvchi, zamonaviy texnologiya va bozor mexanizmlariga asoslangan, risklarni boshqarish va investitsiyalarni jalb etishning yangi vositalari xos bo‘ladi. Jahon amaliyotida ham innovatsion moliyalashtirish usullarining samarali qo‘llanilishi ko‘plab mamlakatlarda agrar sohani yangi bosqichga olib chiqdi. Masalan, Niderlandiyada agro-biotexnologiya startaplarini venchur fondlar orqali qo‘llab-quvvatlash natijasida eksport hajmi keskin oshgan. Isroilda raqamli sug‘orish tizimlari venchur sarmoyalar hisobiga rivojlantirilib, suv tejamkorlik 40 foizga oshgan. Xitoyda kraudfanding orqali fermerlar organik mahsulot yetishtirish loyihalarini yo‘lga qo‘ygan. Shunday ekan, bugungi kunda agrobiznesni moliyalashtirishda kraudfanding, venchur kapitali, agro-sug‘urta, lizing, “yashil” moliya va davlat-xususiy sheriklik kabi usullardan samarali foydalaniladi. Bular bevosita agrobiznes faoliyatida innovatsion moliyalashtirish usullaridan samarali foydalanish yo‘nalishlari bo‘lib qaraladi.

Adabiyotlar tahlili. Agrobiznesda innovatsion moliyalashtirish usullaridan foydalanish yuzasidan turli tadqiqotlar olib borilgan. Xususan, tadqiqotlarga asosan, moliyalashtirish shakllari, manbalari va mexanizmlarining turli-tumanligi, o‘zgarib turishi, haqiqiy ehtiyoj, talab va taklif, moliyaviy tahlil, investitsion quyilmalar, iqtisodiy baholashning ko‘p sonli metodlari innovatsion moliyalashtirishga olib keladi [1]. Yana bir tadqiqotlar agrobiznes faoliyatining qishloq xo‘jaligida amalga oshirilib, bunda mablag‘lar innovatsiyalarga sarflanadi. Ya’ni, mamlakat qishloq xo‘jaligida innovatsiyalar uchun sarflangan mablag‘larning qoplanish muddati uzoq muddatli bo‘lib, bu esa ahamiyatli darajadagi tavakkalchilikka ega bo‘ladi [2]. Boshqa tadqiqotlarda agrobizneslarni moliyalashtirishning eng keng tarqalgan varianti sifatida moliya institutlaridan kredit olish tadqiq qilinadi. Unga asosan, kreditlar turli maqsadlarda, masalan, yer sotib olish, asbob-uskunalar sotib olish yoki operatsiyalarni kengaytirish uchun qo‘llaniladi [3]. Ba’zi bir tadqiqotlarda esa agrobiznes ahamiyati, uning O‘zbekistondagi holati, xususiyatlari va rivojlanish imkoniyatlari batafsil tahlil qilinadi. Jumladan, bugungi kunda agrosanoat iqtisodiyotning ajralmas qismi bo‘lganligi sababli agrosanoatning asosi sifatida agrobiznesda ishtirok etuvchi omillar va turlari ko‘rib chiqiladi. Unga asosan, agrobiznesni rivojlantirish turli innovatsion usullarga asoslanib, ularni moliyalashtirish zarurati mavjud bo‘ladi [4]. Yana boshqa tadqiqotlar esa agrobiznesda innovatsion komponentni moliyalashtirish masalalarini tahlil qiladi. Ushbu tadqiqotda qishloq xo‘jaligi ishlab chiqarishining asosiy ko‘rsatkichlari tahlil qilinib, qishloq xo‘jaligi sektorining hozirgi rivojlanish holati ochib beriladi. Ya’ni, qishloq xo‘jaligi sektoridagi innovatsion jarayon xususiyatlari va qishloq xo‘jaligi korxonalari faoliyatida innovatsiyalarning asosiy yo‘nalishlari taklif qilinadi [5]. Ushbu soha taraqqiyotida moliyalashtirish turli tamoyillarga asoslanadi va ba’zi bir tadqiqotlarda o‘z aksini topadi. Xususan, qishloq xo‘jaligini moliyalashtirishda innovatsiyalar bugungi kunda dolzarb masala sifatida qishloq xo‘jaligi tashkilotlarining o‘ziga xos faoliyat tamoyillari bilan bog‘liq bo‘ladi [6]. Bu holatda yetarli moliyaviy ko‘rsatkichlarga erishish uchun qishloq xo‘jaligi korxonalari bugungi kunda innovatsion texnika va usullardan samarali foydalanishlari kerak. Biroq, mahalliy investitsiyalar agrosanoat kompleksidagi ilg‘or loyihalarni amalga oshirish uchun tashqi resurslarni talab qiladi.

Tahlil va natijalar. Agrobiznesda innovatsion moliyalashtirish usullaridan samarali foydalanish maqsadida agrar sohani isloh qilish, yer va suv resurslaridan oqilona foydalanish, raqamli agroinfratuzilmani rivojlantirish jarayonida moliyaviy instrumentlarning yangi turlarini joriy etish muhim ahamiyat kasb etadi. Shu bois, agrobiznesda innovatsion moliyalashtirish usullaridan samarali foydalanish yo‘nalishlarini aniqlash lozim. Bu holatda innovatsion moliyalashtirish moliyaviy resurslarni keng jalb etishning zamonaviy usullari sifatida ular yuqori samaradorlik, kam risk va texnologik yondashuvga tayanadi. Mazkur usullar agrosektorning investitsion jozibadorligini oshirishga, xususan, kichik va o‘rta fermer xo‘jaliklarining moliyaviy imkoniyatlarini kengaytirishga xizmat qiladi.

O‘zbekistonda so‘nggi yillarda agrosektorni qo‘llab-quvvatlashga qaratilgan qator moliyaviy dasturlar amalga oshirilmoqda. Xususan. tijorat banklari tomonidan agro-lizing xizmatlari kengaytirilmoqda. Qishloq xo‘jaligiga mo‘ljallangan sug‘urta tizimi joriy etildi. Davlat tomonidan “yashil energiya” loyihalari uchun soliq imtiyozlari berilmoqda. Agro.uz va Agrobank digital kabi platformalar orqali raqamli moliyalashtirish instrumentlari joriy etilmoqda. Mamlakat agrobiznes faoliyatida innovatsion moliyalashtirish usullaridan samarali foydalanishga oid ayrim muammolar ham mavjud. Ularga moliyaviy savodxonlik pastligi, innovatsion loyihalarni baholash tizimining shakllanmaganligi va investitsiya muhitining hali to‘liq liberallashmaganligi kabi

omillar xos bo‘ladi. Bu holat bevosita agrobiznesda innovatsion moliyalashtirish usullaridan quyidagi yo‘nalishlarda samarali foydalanishga asoslanadi (1-jadval).

1-jadval

Agrobiznesda innovatsion moliyalashtirish usullaridan samarali foydalanish usullari va qo‘llanilishi

№	Innovatsion moliyalashtirish usuli	Mohiyati	Agrobiznesda qo‘llanilishi
1	Kraudfanding	Jamoaviy mablag‘ to‘plash orqali loyihalarni moliyalashtirish usuli	Fermerlarning organik mahsulot yetishtirish, yangi teplitsa qurish yoki onlayn platformalar orqali mablag‘ yig‘ish
2	Venchur kapitali	Innovatsion va yuqori riskli loyihalarga sarmoya kiritish tizimi	Agro-biotexnologiya, raqamli agroservislar va suv tejamkor tizimlar kabi startaplarni moliyalashtirish
3	Agrolizing	Asbob-uskuna va texnikadan ijara asosida foydalanish imkoniyati	Fermerlar traktor, kombayn va sug‘orish tizimlarini lizing orqali oladi
4	Agrosug‘urta	Tabiiy ofatlar yoki hosil yo‘qotish risklaridan himoya tizimi	Hosilni sug‘urtalash, suv yetishmasligi yoki kasalliklardan zararni qoplash
5	“Yashil” moliyalashtirish	Ekologik barqaror loyihalarga sarmoya yo‘naltirish	Qayta tiklanuvchi energiya, suv tejamkor texnologiyalar va organik mahsulot yetishtirish
6	Davlat-xususiy sheriklik	Davlat va xususiy sektor hamkorligi orqali loyihalarni amalga oshirish	Agroinfratuzilma, logistika markazlari va qayta ishlash korxonalari qurilishi
7	Raqamli moliyalashtirish	Moliyaviy xizmatlarni raqamli platformalar orqali taqdim etish	Fermerlar onlayn kredit, sug‘urta va to‘lov xizmatlaridan foydalanish
8	Innovatsion grant va subsidiyalar	Ilmiy-tadqiqot va startaplar uchun davlat yordami	Ilmiy ishlanmalarni tijoratlashtirish va yangi agrotexnologiyalar yaratish

Mazkur 1-jadvalga asosan, innovatsion moliyalashtirish usullari agrobiznesda investitsiya manbalarini diversifikatsiya qiladi, kichik va o‘rta fermerlar uchun moliyaviy imkoniyatlarni oshiradi, iqtisodiy samaradorlik va raqobatbardoshlikni kuchaytiradi hamda ekologik barqaror rivojlanishni ta’minlaydi. Shularga asosan, agrolizing orqali traktor va texnika olish fermerning ishlab chiqarish samaradorligini 25-30 foizga oshirishi mumkin. “Yashil” moliya orqali esa amalga oshirilgan suv tejamkor tizimlar esa suv sarfini 40 foizga qisqartiradi.

Fikrimizcha, agrobiznesda innovatsion moliyalashtirishdan samarali foydalanish quyidagi strategik yo‘nalishlarga asoslanishi zarurdir:

- raqamli infratuzilmani rivojlantirish. Innovatsion moliyalashtirish jarayonlari raqamli platformalar orqali amalga oshirilganda shaffoflik va samaradorlik ta’minlanadi.

- innovatsion investitsiya muhitini shakllantirish. Agrosektorda startaplar va innovatsion loyihalar uchun qulay muhit yaratish zarur. Buning uchun venchur fondlar, biznes inkubatorlar va akseleratorlarni tashkil etish lozim.

- davlat-xususiy sheriklikni kengaytirish. Yirik agroinfratuzilma loyihalari, logistika va qayta ishlash korxonalarida ushbu sheriklik mexanizmlaridan foydalanish orqali davlat sarflarini kamaytirish va xususiy sarmoyani jalb qilish mumkin.

- ekologik va “yashil” moliyani rag‘batlantirish. Qayta tiklanuvchi energiya manbalari, energiya tejovchi texnologiyalar, organik yetishtirish tizimlariga soliq imtiyozlari berish va grant dasturlari orqali rag‘batlantirish lozim.

- moliyaviy savodxonlikni oshirish. Fermerlar va agrokorxonalar uchun moliya, sug‘urta, investitsiya va raqamli texnologiyalar bo‘yicha dasturlarini tashkil etish samaradorlikni oshiradi.

Xulosa. Agrobiznesda innovatsion moliyalashtirish usullaridan samarali foydalanish mamlakat oziq-ovqat xavfsizligini mustahkamlash, eksport salohiyatini oshirish va qishloq joylarda aholi turmush darajasini yaxshilashga xizmat qiladi. Bu esa O‘zbekistonning 2030-yilgacha mo‘ljallangan barqaror rivojlanish strategiyasini amalga oshirishga imkon beradi. Shu bois, agrobiznesda innovatsion moliyalashtirish usullarini samarali qo‘llash iqtisodiyotning barqaror o‘sishini ta’minlaydi. Bu borada qishloq xo‘jaligi sohasini moliyalashtirishda faqat bank kreditlari bilan cheklanib qolmasdan, ya’ni yangi moliyaviy instrumentlarni joriy etish zarur. Shularga asosan, innovatsion moliyalashtirish usullarini joriy etish natijasida agrobiznes sub’ektlarining investitsiya imkoniyatlari kengayadi, ishlab chiqarish quvvatlari va eksport salohiyati oshadi, risklar kamayib, barqaror daromadlilik ta’minlanadi hamda ekologik barqaror rivojlanishga hissa qo‘shiladi. Bu borada agrobiznesda kraudfanding va venchur kapitalini qo‘llab-quvvatlash, agrosug‘urta va lizing tizimini raqamlashtirish orqali shaffoflikni ta’minlash, davlat tomonidan “yashil” moliyalashtirishni rag‘batlantiruvchi imtiyozlarni joriy etish, xususiy investitsiyalarni jalb etish uchun soliq va grant siyosatini takomillashtirish va fermerlar uchun moliyaviy savodxonlikni oshirish dasturlarini tashkil etish lozim.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Xurozov Z.Q. Innovatsion moliyalashtirishning nazariy jihatlari. // Iqtisod va moliya, 2015, 11. - 31 b.
2. Xushmatov N.S., Rustamova I.B. Qishloq xo‘jaligida innovatsion faoliyatni yo‘lga qo‘yishning asosiy yo‘nalishlari. // “Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar” ilmiy-elektron jurnali, №3, may-iyun, 2019. - 181 b.
3. https://diversedaily.com/exploring-financing-options-for-agribusiness-loans-grants-and-investments/
4. Boltayeva Sh.B., Jumayev T.G. Ways Of Financing Innovative Activities In Agrobusiness. // International Journal of Academic Management Science Research (IJAMSR), ISSN: 2643-900X, Vol.5, Issue2, February, 2021. - p. 138.
5. Aleksey V.Mikryukov, Anna I.Serebrennikova. Current trends in the financing of the innovative component in the agricultural sector. // E3S Web of Conferences 176, 05026, 2020. IDSISA, 2020. - pp. 1-8.

ELEKTRON TIJORAT VA GLOBALIZATSIYA RAQAMLI IQTISODIYOTNING AJRALMAS MEXANIZMLARI

Bardiyev Sardorbek Umidbek o‘g‘li
Urganch davlat universiteti talabasi
https://doi.org/10.5281/zenodo.17680438

Annotatsiya. *Moqolada globalizatsiyaning raqamli iqtisodiyotdagi ahamiyati va uning global bozarga ta’siri haqida berilgan. Shuningdek global tijorat statistikasi va export & import hajmi ko‘rsatib o‘tilgan.*

Kalit so‘zlar: *elektron tijorat, BMT Savdo, E-commerce, Onlayn marketing, Global integratsiya, Smart Africa loyihasi, Xalqaro savdo, integratsiyalashgan bozorlar.*

Abstract. *The article discusses the importance of globalization in the digital economy and its impact on the global market. It also provides global trade statistics and export & import volumes.*

Keywords: *e-commerce, UN Trade, E-commerce, Online marketing, Global integration, Smart Africa project, International trade, integrated markets.*

Аннотация. *В статье рассматривается значение глобализации в цифровой экономике и её влияние на мировой рынок. Приводятся данные статистики мировой торговли и объёмов экспорта и импорта.*

Ключевые слова: *электронная коммерция, торговля ООН, электронная коммерция, интернет-маркетинг, глобальная интеграция, проект «Умная Африка», международная торговля, интегрированные рынки.*

Elektron tijorat — tovarlarning (ishlarning, xizmatlarning) tadbirkorlik faoliyati doirasida axborot tizimlaridan foydalangan holda elektron savdo maydonchasi orqali tuzilgan shartnomaga muvofiq amalga oshiriladigan oldi-sotdisi. Elektron tijoratdagi elektron hujjatlar, shuningdek elektron shaklda qayd etilgan, o‘z yuboruvchisini identifikatsiya qilish imkonini beradigan axborot qog‘ozda rasmiylashtirilgan va o‘z qo‘li bilan imzolangan hujjatlarga tenglash-tiriladi hamda ulardan shartnoma tuzilganligining dalili sifatida foydalanilishi mumkin.

Elektron tijorat raqamli iqtisodiyotning eng muhim va markaziy tarkibiy qismlaridan biri hisoblanadi. U tovar va xizmatlarning internet orqali sotilishi hamda xarid qilinishini ta’minlab, iqtisodiy munosabatlarni yangi bosqichga olib chiqadi. Bugungi kunda elektron tijorat raqamli iqtisodiyotning yuragi sifatida ishlab chiqaruvchi, sotuvchi va xaridor o‘rtasidagi barcha iqtisodiy aloqalarni raqamli muhitda amalga oshirish imkonini bermoqda.

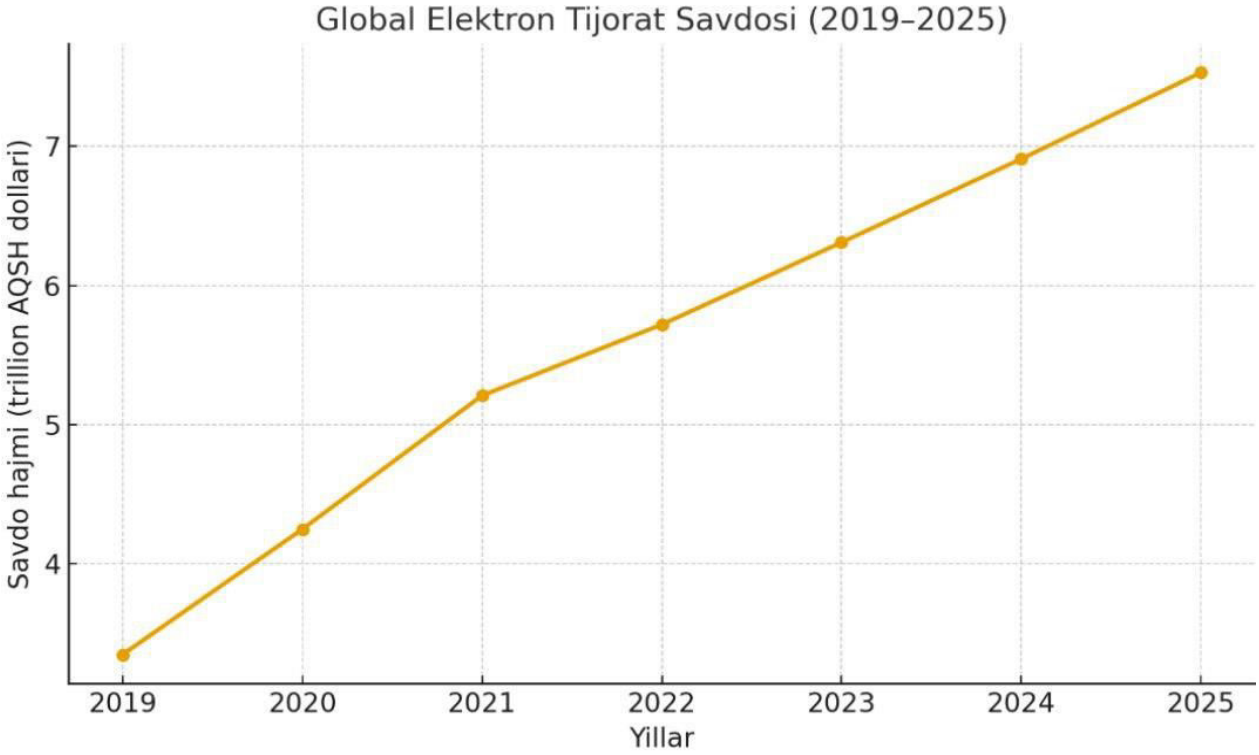
Umuman olganda, elektron tijorat raqamli iqtisodiyotning rivojlanishini tezlashtiradi, milliy iqtisodiyotda ichki savdoni faollashtiradi, eksport-import hajmini oshiradi va davlat byudjetiga soliq tushumlarini ko‘paytiradi. Shuning uchun ham elektron tijorat zamonaviy raqamli iqtisodiyotning asosiy harakatlantiruvchi kuchi, innovatsion o‘sish manbai va global raqobatbardoshlikni oshiruvchi muhim omil hisoblanadi.

Hozirgi kunda elektron tijorat jadal sur’atlarda rivojlanmoqda. BMT Savdo va taraqqiyot konferensiyasi (UNCTAD) ma’lumotlariga ko‘ra, 2023-yilda global elektron tijorat hajmi **6,3**

trillion AQSH dollarini tashkil qilgan va 2025-yilga kelib **8,1 trillion** dollarga yetishi prognoz qilinmoqda. Bu esa raqamli iqtisodiyotning jadal o‘sayotganini yaqqol ko‘rsatadi.[16]

Elektron tijoratning eng katta afzalliklaridan biri – bozorni kengaytirish imkoniyatidir. Endilikda korxonalar o‘z mahsulotlarini nafaqat ichki, balki xalqaro bozorlarda ham sotish imkoniga ega bo‘lmoqda. Masalan, O‘zbekiston tadbirkorlari ham Amazon, Alibaba va Etsy kabi platformalar orqali mahsulotlarini chet el bozorlariga eksport qilmoqda. 2024-yilda O‘zbekistonda elektron tijorat hajmi 8 trillion so‘mdan oshgan, bu 2022-yilga nisbatan **47 foizga** o‘sishni bildiradi (O‘zbekiston Respublikasi Raqamli texnologiyalar vazirligi ma’lumotlariga ko‘ra).

Elektron tijorat, shuningdek, xarajatlarni kamaytirish orqali iqtisodiy samaradorlikni oshiradi. Unda an’anaviy savdoda bo‘ladigan do‘kon ijarasi, ombor, reklama va logistika xarajatlari ancha kamayadi. Shu sababli, ishlab chiqaruvchilar raqobatbardosh narx taklif qilishi, xaridorlar esa arzonroq mahsulotlarni xarid qilishi mumkin bo‘ladi.



1.1.8-rasm. Global elekton tijorat statistikasi

E-commerce jarayonlari sun’iy intellekt (AI), ma’lumotlar tahlili (Big Data) va avtomatlashtirilgan tizimlar yordamida boshqariladi. Masalan, Amazon va Alibaba kabi platformalar xaridorlarning xarid odatlarini tahlil qilib, ularga mos mahsulotlarni avtomatik tavsiya qiladi. Bu esa iste’molchilar uchun qulaylik yaratadi va savdo samaradorligini oshiradi.

Bundan tashqari, elektron tijorat yangi ish o‘rinlari va raqamli kasblarning paydo bo‘lishiga sabab bo‘lmoqda. Onlayn marketing, SMM, veb-dizayn, logistika va IT-xizmatlar sohasi jadal rivojlanmoqda. Masalan, 2024-yilda dunyo bo‘yicha **26** milliondan ortiq kishi elektron tijorat sohasida faoliyat yuritgan (Statista ma’lumotlari).

Elektron tijorat milliy iqtisodiyot uchun ham katta ahamiyatga ega. U ichki bozorni faollashtiradi, eksport-import hajmini oshiradi va soliq tushumlarini ko‘paytiradi. Masalan,

[16] 51 ECommerce Statistics In 2025 (Global And U.S. Data) | SellersCommerce

AQSHda e-commerce 2023-yilda mamlakat YAIMining **14,8** foizini tashkil qilgan. O‘zbekistonda esa 2025-yilga qadar bu ko‘rsatkichni **25** foizga yetkazish maqsad qilingan.

Umuman olganda, elektron tijorat raqamli iqtisodiyotning harakatlantiruvchi kuchi, innovatsion rivojlanish omili va global raqobatbardoshlikni oshiruvchi eng muhim yo‘nalishlardan biridir. U nafaqat biznesni qulaylashtiradi, balki mamlakat iqtisodiyotining raqamli transformatsiyasiga ham katta turtki beradi.

Global integratsiya — bu mamlakatlarning iqtisodiy, siyosiy, texnologik va madaniy jihatdan bir-biriga yaqinlashuvi, o‘zaro bog‘lanishi va hamkorlikda rivojlanish jarayonidir. Raqamli iqtisodiyot esa raqamli texnologiyalar, internet, sun’iy intellekt, blokcheyn, elektron tijorat va axborot tizimlari orqali iqtisodiy faoliyatni amalga oshirishni anglatadi. Bugungi kunda bu ikki jarayon bir-biridan ajralmas darajada chambarchas bog‘langan.

Avvalo, global integratsiya raqamli iqtisodiyotning rivojlanishi uchun zarur sharoit yaratadi. Chunki mamlakatlar o‘rtasidagi savdo, moliya, texnologiya va ma’lumot almashinuvi raqamli platformalar orqali amalga oshmoqda. Masalan, xalqaro elektron tijorat, raqamli to‘lov tizimlari, onlayn xizmatlar va sun’iy intellekt asosidagi ishlab chiqarish jarayonlari integratsiyani kuchaytiradi.

Shu bilan birga, raqamli iqtisodiyotning rivojlanishi global integratsiyani tezlashtiradi. Internet va raqamli texnologiyalar yordamida turli davlatlardagi kompaniyalar o‘zaro hamkorlikni kengaytiradi, tovar va xizmatlarni global bozorlarda erkin taklif eta oladi. Masalan, Amazon, Alibaba, Google yoki PayPal kabi platformalar butun dunyo bo‘ylab iqtisodiy aloqalarni birlashtiruvchi kuchga aylangan.

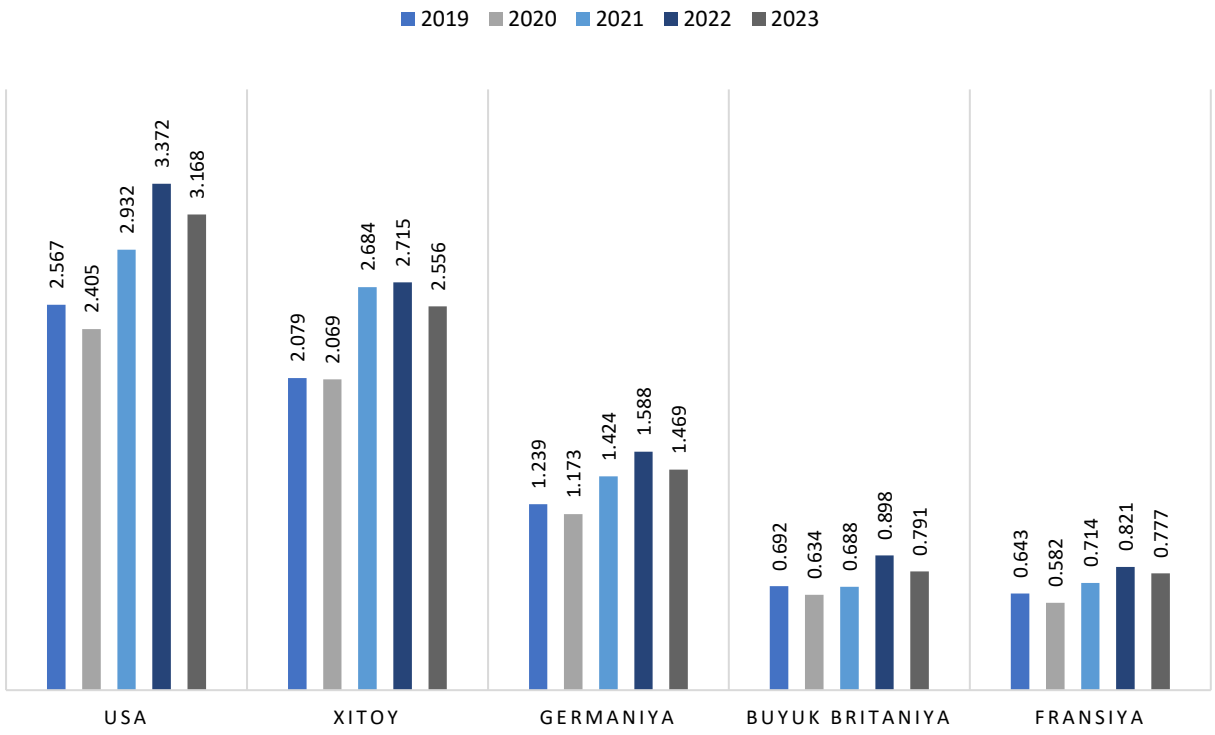
Global integratsiya va raqamli iqtisodiyot o‘rtasidagi bog‘lik qanchalik katta ekanligini **Smart Africa loyihasi** orqali bilib olishimiz mumkin. Smart Africa loyihasi qit’adagi 40 dan ortiq davlatni yagona raqamli bozor — Single Digital Market Africa — shakliga keltirishni maqsad qilgan. Bu tashabbusning asosiy yo‘nalishlaridan biri raqamli to‘lov tizimlarini rivojlantirish va ularni integratsiyalashdir. Smart Africa rasmiy saytida ta’kidlanishicha, “How Digital Payments Are Revolutionizing Trade in Africa” nomli loyihada raqamli to‘lov tizimlari savdo jarayonlarini soddalashtirib, mamlakatlar o‘rtasidagi iqtisodiy hamkorlikni kuchaytirmoqda.[17]

Mazkur loyiha orqali to‘lov operatsiyalarining xavfsizligi, tezligi va shaffofligi oshirilmoqda. Shu orqali kichik va o‘rta bizneslar xalqaro bozorga chiqish imkoniyatiga ega bo‘lmoqda, bu esa qit’a miqyosida iqtisodiy o‘sishni rag‘batlantirmoqda. Bundan tashqari, naqd pulsiz iqtisodiyotga o‘tish jarayoni ham iqtisodiy faoliyatni rasmiylashtirish va soliq tushumlarini oshirishga yordam bermoqda.

Raqamli iqtisodiyot global integratsiya jarayonida uchta asosiy yo‘nalishda muhim rol o‘ynaydi:

- Xalqaro savdo va investitsiyalarni rivojlantirish: raqamli tizimlar orqali to‘lovlar, eksport-import, marketing va logistikani boshqarish osonlashadi.

[17] Smart Africa — How Digital Payments Are Revolutionizing Trade in Africa



1.1.9-rasm. Export va Import hajmi ($ trillion)[18]

Diagrammadan ko‘rinib turibdiki, 2019–2023-yillar davomida AQSh, Xitoy, Germaniya, Buyuk Britaniya va Fransiyada eksport-import hajmi yildan-yilga oshib borgan. Eng yuqori ko‘rsatkich AQSh (3,37 trillion dollar) va Xitoy (2,71 trillion dollar) hissasiga to‘g‘ri kelgan. Bu o‘sish xalqaro savdoda raqamli tizimlar orqali to‘lovlar, marketing va logistikani boshqarish imkoniyatlarining kengaygani bilan bog‘liq.

Global integratsiya esa mamlakatlar o‘rtasidagi iqtisodiy hamkorlikni kuchaytirib, eksport va import hajmining ortishiga, raqobat va innovatsiyalar rivojlanishiga xizmat qilmoqda.

- Texnologik almashinuvni tezlashtirish: ilg‘or texnologiyalar bir davlatdan boshqasiga tez o‘tadi, bu esa ilmiy va innovatsion hamkorlikni kuchaytiradi.
- Raqamli hamkorlik va integratsiyalashgan bozorlar yaratilishi: xalqaro tashkilotlar va mintaqaviy ittifoqlar (masalan, Yevropa Ittifoqi yoki ASEAN) raqamli siyosat orqali yagona raqamli bozorlar yaratmoqda.

Xulosa qilib aytganda, global integratsiya va raqamli iqtisodiyot o‘zaro chambarchas bog‘liq. Global integratsiya raqamli iqtisodiyot uchun ochiq bozor, erkin axborot almashinuvi va xalqaro hamkorlik imkonini bersa, raqamli iqtisodiyot esa bu integratsiyani tez, samarali va innovatsion yo‘l bilan amalga oshirishga xizmat qiladi. Shu sababli, bugungi raqamli asrda har bir davlat global raqamli integratsiyada faol ishtirok etmas ekan, iqtisodiy raqobatda orqada qoladi.

Elektron tijorat va globalizatsiyaning rivojlanishi **O‘zbekiston** iqtisodiyotiga sezilarli ta’sir ko‘rsatmoqda. Bugungi kunda raqamli texnologiyalar asosida shakllanayotgan iqtisodiy munosabatlar mamlakatning jahon bozorlariga integratsiyalashuvini tezlashtirmoqda. Elektron tijoratning kengayishi natijasida O‘zbekiston mahsulotlari nafaqat ichki bozorda, balki xalqaro

[18] Muallif ishlanmasi.

bozorlarda ham sotilmoqda. Bu esa eksport hajmining ortishiga, ishlab chiqaruvchilarning yangi mijozlar topishiga va milliy iqtisodiyotning raqobatbardoshligini oshirishga xizmat qilmoqda.

Elektron savdo tizimlarining rivojlanishi kichik va o‘rta tadbirkorlik subyektlari uchun ham katta imkoniyatlar yaratmoqda. Endilikda kichik biznes egalari katta xarajatlarsiz o‘z mahsulotlarini internet orqali reklama qilish va sotish imkoniyatiga ega bo‘lishmoqda. Bu esa yangi ish o‘rinlarini yaratish, xizmatlar sifatini yaxshilash va bozorni yanada jonlantirishga sabab bo‘lmoqda.

Shuningdek, elektron tijoratning rivojlanishi to‘lov tizimlari va raqamli infratuzilmaning takomillashuviga ham turtki bermoqda. Onlayn to‘lovlar, elektron hamyonlar va raqamli bank xizmatlarining kengayishi iqtisodiy faoliyatni shaffoflashtirish, soliqlar yig‘imini yaxshilash va moliyaviy tizimni zamonaviylashtirish imkonini bermoqda. Globalizatsiya esa ilg‘or texnologiyalar, yangi boshqaruv va marketing usullarining mamlakatga kirib kelishini ta’minlab, O‘zbekistonni xalqaro iqtisodiy tizim bilan chambarchas bog‘lamoqda.

Biroq bu jarayonlar bilan birga ayrim xavflar ham yuzaga keladi. Xususan, xorijiy raqobatning kuchayishi mahalliy ishlab chiqaruvchilar uchun yangi talablar va bosimlarni yuzaga keltiradi. Shuningdek, kiberxavfsizlik, shaxsiy ma’lumotlarni himoya qilish, hamda internetdan foydalanish imkoniyati cheklangan hududlarda raqamli tafovut muammosi ham dolzarb bo‘lib qolmoqda.

Umuman olganda, elektron tijorat va globalizatsiyaning rivojlanishi O‘zbekiston iqtisodiyotini raqamli rivojlanish yo‘liga olib chiqmoqda. Bu jarayon iqtisodiy o‘sish, eksport hajmining ortishi, investitsiyalarni jalb qilish va yangi ish o‘rinlari yaratishga katta hissa qo‘shmoqda. Shu bilan birga, ushbu sohalarni yanada samarali rivojlantirish uchun raqamli infratuzilmani mustahkamlash, ta’lim tizimini moslashtirish va kiberxavfsizlikni kuchaytirish muhim ahamiyatga ega.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. 51 ECommerce Statistics In 2025 (Global And U.S. Data) | SellersCommerce
2. Smart Africa — How Digital Payments Are Revolutionizing Trade in Africa
3. ALL COMMODITIES | Imports and Exports | 2023
4. Our World in Data
5. Search | Statista

АНАЛИЗ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ФИРМЕННОЙ СБЫТОВОЙ СЕТИ ПРЕДПРИЯТИЯ

Усманов Илхом Ачилович
и.о. профессора кафедры «Управление бизнесом»
Самаркандский Государственный архитектурно-строительный университет
ORCID ID: 0009-0004-4744-1775
https://doi.org/10.5281/zenodo.17702749

Аннотация. *В условиях конкуренции и неопределенности рыночной ситуации усиление маркетинговой ориентации в деятельности предприятия, подготовка и принятие обоснованных управленческих решений требуют проведения содержательного маркетингового анализа. Это особенно актуально для предприятий лёгкой промышленности, которая подвержена влиянию изменениям потребительского спроса. Следовательно, эффективное продвижение товаров на рынке требует использования современных методов маркетингового анализа. В данной статье, на примере фирменной торговой сети по реализации ковров, проанализированы факторы сезонности и ценового интервала на объем продаж.*

Ключевые слова*: фирменная сеть, объём продаж, сезонность, ассортимент, цена.*

Введение. Основная цель аналитической работы, проводимой на предприятии – это укрепление рыночных позиций и повышение его конкурентоспособности. Теоретики маркетинга утверждают, что реальная конкурентоспособность производственного предприятия в полной мере проявляется только на рынке. В связи с этим, экономический потенциал предприятия может быть объективно оценён на основании оценки востребованности продукции потребителями и другими рыночными структурами. Реализация ковров и напольных покрытий характеризуется необходимостью непосредственного контакта с потребителем или с объектом эксплуатации, поэтому развитие дилерской сети и фирменных магазинов является одним из самых распространенных методов продвижения ковровых изделий. Существенной проблемой эффективной рыночной политики является удачное решение задач географического охвата рынка, а также учёт фактора сезонности и ценового диапазона продукции. Для решения данной проблемы на предприятии должна функционировать служба экономического анализа, задачами которой являются экономический, производственный, маркетинговый и финансовый анализ деятельности, а также обоснование управленческих решений по формированию стратегии и тактики конкурентоспособности на рынке.

Обзор литературы. Одним из инструментов оценки успешности предприятия является маркетинговый анализ. В научной и прикладной литературе данная тема изучается с точки зрения экономики, менеджмента, маркетинга и стратегического анализа.

Классическое определение маркетингового анализа представлено в трудах Ф. Котлера. Согласно его подходу, анализ маркетинговой деятельности — это систематическая оценка всех факторов, влияющих на эффективность маркетинга, включая изучение рынка, потребителей, конкурентов, а также внутренних возможностей компании [1].

Проблеме уточнения термина «Маркетинговый анализ» и его экономического содержания посвящены труды таких учёных как В.Уинстон [2], Е. А. Уткина [3], Е.П.Голубков[4], А.В.Соколов [5], С.А.Дятлов[6], Г.Л.Багиев[7], Н.К.Малхотра[8]. На основании анализа трудов различных учёных можно сформулировать следующее определение анализа маркетинговой деятельности применительно к промышленным предприятиям: это целенаправленный непрерывный процесс оценки и интерпретации информации о маркетинговой среде, интегрированный в маркетинговую информационную систему, и направленный на повышение эффективности коммерческой деятельности организации.

Методология. Организация маркетингового анализа представляет собой инструментарий описания, интерпретации и объяснения маркетинговой информации, которая имеется в распоряжении субъекта анализа. В данном случае авторами применены методы эконометрического анализа количественных данных по продажам ковров, методы группировки торговых точек, изучения временных промежутков для изучения сезонности продаж, а также другие методы маркетинговых исследований.

Обсуждение. В данной статье исследованы методы и инструменты маркетингового анализа предприятий легкой промышленности, в частности предприятий по производству и реализации ковров и напольных покрытий. Особенностью большинства предприятий легкой промышленности является ориентация на конечного потребителя, что определяет приоритеты сбыта товаров по сравнению с их производством, то есть маркетинговые усилия по доведению копровых товаров до конечного потребителя сопоставимы с организацией их производства. Исходя из этого применение современных методов прямого маркетинг считается одним из ведущих направлений совершенствования продаж.

Объектом анализа выбрана сеть фирменных магазинов "SAG EXPRESS", специализирующаяся на розничной продаже продукции компании ООО “SamAntepGilam”.

Сеть фирменных магазинов “SAG EXPRESS” представляет собой сеть специализированных розничных магазинов, осуществляющих реализацию ковров и ковровых покрытий по территории Республики Узбекистан. Проект был основан в 2021 году как розничное направление компании SAG и на сегодняшний день имеет более 18 торговых точек по всей Республике Узбекистан.

Сеть магазинов представлена в нескольких форматах: XP — флагманские магазины с арт-инсталляциями и эксклюзивными коллекциями ковров, XL — магазины с широким ассортиментом продукции, и XS — компактные экспресс-точки в центральных районах городов. Такая многоформатная модель позволяет компании гибко адаптироваться к различным категориям покупателей и условиям размещения торговых точек. В каждом регионе магазины оформлены в едином фирменном стиле и работают по стандартизированной ценовой политике, что обеспечивает прозрачность условий покупки и повышает лояльность потребителей.

Цифровое присутствие компании также играет значительную роль в продвижении продукции и взаимодействии с клиентами. SAG EXPRESS активно использует онлайн-платформы и социальные сети для информирования потребителей о новых поступлениях, акциях и особенностях коллекций. Официальный сайт и Instagram-страницы отдельных магазинов служат каналами прямой связи с покупателями и стимулируют рост онлайн-продаж.

Следует отметить активную экспансию в последние годы — более 10 магазинов были открыты только в 2023–2024 гг., что указывает на интенсивную фазу масштабирования бизнеса. Как отмечалось, в 2023-2024 годах в системе SAG EXPRESS насчитывалось 18 торговых точек, в том числе в Самаркандской области 4 точки, В Навоийской области – 3, в Ташкенте и Ташкентской области - 3, в Хорезмской области – 3, в Республике Каракалпакстан -2 в Сурхандарьинской, Ферганской и Джизакской областях по одной торговой точке. Географическое распределение торговых точек свидетельствует о стратегическом стремлении бренда быть ближе к конечному потребителю во всех ключевых административно-территориальных единицах страны. При этом, разнообразие форматов (XP, XL, XS, специализированные магазины в малых городах) отражает гибкий подход компании к формированию каналов сбыта в зависимости от плотности населения и покупательской активности региона.

В процессе анализа маркетинговой деятельности и сбыта SAG EXPRESS нами были выделены следующие аспекты:

- Объёмы продаж по регионам и магазинам, то есть выявление наиболее и наименее эффективных точек сбыта, а также факторов, влияющих на различия в объёме продаж;
- Форматная эффективность, то есть сравнительный анализ магазинов форматов XP, XL и XS с точки зрения показателей выручки и рентабельности.
- Сезонные и региональные особенности спроса, которые являются результатом влияния климатических, культурных и инфраструктурных факторов на сбытовую активность в различных регионах.

Источниками данных для анализа послужили данные по фирменным магазинам SAG EXPRESS компании ООО “SAG” за 2023 - 2024 год [9].

Анализ начинается с общего обзора показателей реализации товаров в системе SAG EXPRESS (рисунок 1).

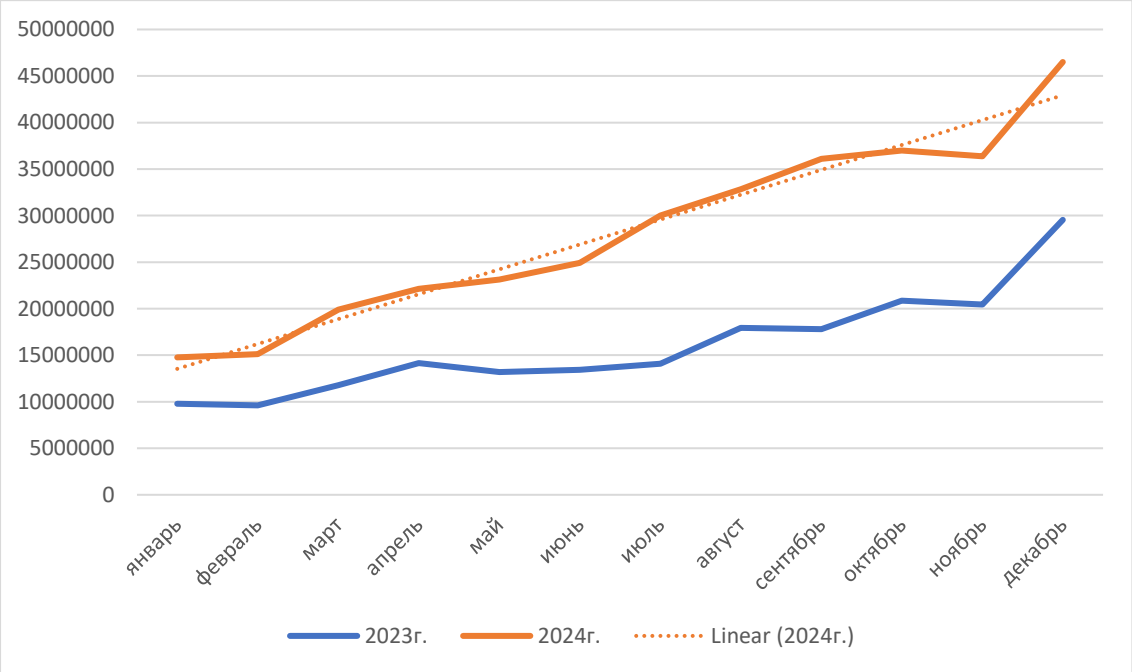


Рисунок 1. Динамика изменения выручки фирменных магазинов “Sag Express” в 2023 и 2024 годах (в млн. сумов)

Анализ динамики выручки деятельности “SAG EXPRESS” за период 2023–2024 гг. показал устойчивый рост выручки, с начального уровня около 10 млрд сум в январе 2023 года до 46,5 млрд сум в декабре 2024 года. Это свидетельствует о положительном развитии деятельности продаж компании. Во-вторых, отчетливо прослеживается сезонный характер продаж: в декабре каждого года фиксируются пиковые значения выручки (29,5 млн в 2023 г. и 46,5 млн в 2024 г.), что, скорее всего, связано с предпраздничным спросом. Тренды 2023 и 2024 годов идентичны, что свидетельствует о наличии закономерности в характере спроса на ковры компании.

Для детального анализа выручки мы проанализировали динамику выручки в разрезе фирменных магазинов “SAG EXPRESS” функционирующих более 2 лет. Анализ выручки семи магазинов за 2023–2024 годы позволил выделить три устойчивых сегмента по уровню доходности: лидеры (XP), средний сегмент (XL) и аутсайдеры (XS).

Лидирующую группу формируют магазины SamExpress1 и Magazin Urganch, демонстрирующие стабильно высокую выручку с ярко выраженной сезонностью. Среднемесячные показатели у этих магазинов составляют порядка 7500–8000 млн сум., а пиковые значения достигают 11309 млн сум. (SamExpress1, декабрь 2023) и 8926 млн сум (Urganch, декабрь 2024). Основные пики продаж приходятся на август и ноябрь – декабрь.

Средний сегмент представлен магазинами Xiva, Jizzax, Bekobod и Termiz, где среднемесячная выручка варьируется от 1200 до 2200 млн сум. Эти магазины показывают умеренный, но устойчивый рост. Например, Jizzax увеличил выручку с 56 до 1316 млн сум, а Bekobod — с 373 до 1674 млн сум. У всех представителей среднего сегмента наблюдается сезонный пик в декабре и сравнительный рост в сентябре–октябре, что может быть связано с подготовкой к праздничным периодам и к сезонным похолоданиям.

Аутсайдером по уровню выручки остаётся магазин Farg‘ona, демонстрирующий среднюю выручку около 700 млн сум. Прирост за два года в среднем составил +240 млн сум, а сезонные колебания минимальны. Это может свидетельствовать о слабой рыночной позиции или насыщенности конкуренцией в локации.

Сезонность в целом ярко выражена у большинства магазинов: декабрь является самым прибыльным месяцем почти для всех, а также наблюдаются всплески в августе и сентябре. Это говорит о влиянии сезонного спроса (подготовка к праздникам, сезонным похолоданиям и др.) на структуру выручки. Для анализа влияния климатических факторов нами были проанализированы коэффициенты и характер сезонности. Коэффициент сезонности определяется как соотношение продаж в сезонные и внесезонные месяцы, а характер сезонности, как субъективная или нормативная величина, представляет собой оценка деление характера сезонности на высокий, умеренные и слабый (таблица 2).

Другим немаловажным фактором, отражающим эффективность маркетинговой деятельности, является анализ потребительского спроса и изучение его составляющих. Для детального анализа спроса мы решили построить гистограмму зависимостей “цена – объём продаж” для основных фирменных магазинов за 2024 год (Urganch, SamExpress1, Xiva, Termiz, Farg‘ona, Jizzax, Bekobod). **Гистограмма зависимости "цена – объём продаж"** отображает изменение объёма продаж в зависимости от диапазонов цен, что позволяет выявить ценовые уровни, при которых достигается наибольшая выручка.

Таблица 2. Классификация магазинов по выручке и сезонной активности

Группа	Магазины	Средняя выручка /мес	Коэффициент сезонности	Характер сезонности
Лидеры	SamExpress1, Urganch	7500–8000	1,6–1,8	Высокая
Средний	Xiva, Bekobod, Jizzax, Termiz	1200–2200	1,2–1,5	Средняя/ умеренная
Аутсайдер	Farg‘ona	~700	~1,1	Слабая

Анализ структуры продаж по семи магазинам демонстрирует ярко выраженную ориентацию на ценовые категории до 200 тыс. сум, которые составляют от 74% до 87% от общего объема продаж в каждом магазине. Наиболее сбалансированную структуру имеют Magazin Urganch и SamExpress1, где продажи в сегменте до 100 тыс. сум составляют 30% и 32%, а в категории 100–200 тыс. сум — 47% и 46% соответственно. У Magazin Xiva и Magazin Termiz доля продаж в среднем ценовом сегменте (100–200 тыс. сум) составляет 52% и 55%, что является максимальным показателем среди всех торговых точек, тогда как на дешёвый сегмент приходится 26% в обоих случаях. Magazin Farg‘ona и Magazin Jizzax показывают высокие доли продаж в категории до 100 тыс. сум — 34% у обоих, а в сегменте 100–200 тыс. сум — 48% и 51%, что указывает на устойчивую работу с бюджетно-ориентированной аудиторией.

Таблица 3. Структура распределения продаж ковров по ценовым сегментам и магазинам.

	Magazin Urganch	Sam Express1	Magazin Xiva	Magazin Termiz	Magazin Farg'ona	Magazin Jizzax	Magazin Bekobod
до 100	30%	32%	26%	26%	34%	34%	58%
100-200	47%	46%	52%	55%	48%	51%	29%
200-300	15%	15%	15%	13%	12%	9%	10%
более 400	7%	7%	6%	7%	6%	5%	3%

Во всех точках сегмент 200–300 тыс. сум остаётся сравнительно слабо развитым, варьируясь от 9% (Jizzax) до 15% (Urganch, SamExpress1, Xiva). Продажи в категории свыше 400 тыс. сум наименьшие по доле: в среднем 5–7%, за исключением Bekobod, где их доля минимальна. Эти данные подтверждают, что основная конкурентная борьба разворачивается в диапазоне до 200 тыс. сум, формируя около 80% продажной базы практически для всех участников.

В то же время Magazin Bekobod выделяется наиболее смещённой структурой — 58% продаж приходится на ценовой интервал до 100 тыс. сум, что значительно выше среднего, тогда как на категорию 100–200 тыс. сум — всего 29%, а продажи товаров дороже 400 тыс. сум составляют лишь 3%, что вдвое ниже, чем у большинства других магазинов. Во всех точках сегмент 200–300 тыс. сум остаётся сравнительно слабо развитым, варьируясь от 9% (Jizzax) до 15% (Urganch, SamExpress1, Xiva). Продажи в категории свыше 400 тыс. сум наименьшие по доле: в среднем 5–7%, за исключением Bekobod, где их доля минимальна. Эти данные подтверждают, что основная конкурентная борьба разворачивается в диапазоне до 200 тыс. сум, формируя около 80% продажной базы практически для всех участников.

Выводы. Таким образом, анализ реализации продукции по категориям торговых точек и их географическому расположению показывает, что спрос на ковры ООО

“SamAntepGilam” по регионам республики неравномерен. Поэтому можно выделить регионы, которые нужно вовлечь в свою сферу влияния, и те регионы, в которых нужно защищать от агрессивной политики конкурентов.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. 1.Котлер, Ф. Маркетинг менеджмент : пер. с англ. / Ф. Котлер, К. Л. Келлер. — 15-е изд. — М.: Вильямс, 2016. — 816 с.
2. Wayne Winston. Marketing Analytics: Data-Driven Techniques with Microsoft Excel. Published by John Wiley & Sons, Inc., Indianapolis, Indiana. Published simultaneously in Canada. 2014. ISBN: 978-1-118-37343-9.
3. 3.Уткина, Е. А. Финансовый и управленческий анализ / Е. А. Уткина, А. Д. Шеремет. — 8-е изд., перераб. и доп. — М. : Инфра-М, 2015. — 320 с.
4. 4.Голубков, Е. П. Маркетинг: стратегия, планы, структуры / Е. П. Голубков. — М. : Экономика, 2017. — 352 с.
5. Соколов, А. В. Анализ маркетинговой деятельности предприятия / А. В. Соколов. — СПб. : Питер, 2019. — 240 с.
6. Дятлов, С. А. Современные технологии маркетингового анализа / С. А. Дятлов. — М. : Юрайт, 2021. — 284 с.
7. Багиев Г.Л., Тарасевич В.М. Маркетинг. Учебник. — 3-е изд. — СПб.: Питер, 2010. — 576 с.
8. *Малхотра Н. К. Маркетинговые исследования: практическое руководство* / Н. Малхотра; пер. с англ. – 4-е изд. – М.: Вильямс, 2007–1186с.
9. Оперативная и отчётная информация о продажах ООО “SamAntepGilam”.
10. 10.Мусаева Ш.А. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Учебное пособие издательство «Махорат», Самарканд - 2022.
11. Мусаева Ш.А. Маркетинговые исследования. Учебник ООО «СТАР-СЕЛ» издательско-творческий отдел. Самарканд-2024

ANALYSIS OF BUSINESS MANAGEMENT FUNCTIONS IN IT OUTSOURCING

[1]Uzakov Ortik Shaymardanovich, [2]Ahmadjonov Abbosbek Tohirjon o‘g‘li, [3]Abdurashidov Davron Jamshid o‘g‘li, [4]Dilkhonova Hulkar Nodirjon qizi
[1]Associate Professor, Department of “Optical Communication Systems and Networks” of Karshi State Technical University, [2,3,4]Student at Karshi State Technical University
https://doi.org/10.5281/zenodo.17725166

Annotatsiya. *Ushbu maqolada IT-outsorsing asosiy mazmuni, afzallik va kamchiliklari, zamonaviy biznes jarayonlaridagi o‘rni hamda korxonalar uchun samaradorlikka ta’siri haqida so‘z yuritiladi. IT xizmatlarini tashqi mutaxassislarga topshirishning iqtisodiy va texnologik jihatlari tahlil qilindi.*

Kalit so‘zlar*: IT-outsorsing, axborot texnologiyalari, biznes jarayonlari, dasturiy ta’minot, xavfsizlik, xizmat ko‘rsatish, raqamlashtirish, IT-infratuzilma.*

Аннотация. *В этой статье рассматривается основное содержание, преимущества и недостатки ИТ-аутсорсинга, его роль в современных бизнес-процессах и его влияние на производительность предприятий. Проанализированы экономические и технологические аспекты передачи ИТ-услуг внешним специалистам.*

Ключевые слова: *ИТ-аутсорсинг, информационные технологии, бизнес-процессы, программное обеспечение, безопасность, сервис, цифровизация, ИТ-инфраструктура.*

Annotation. *This article examines the main content, advantages, and disadvantages of IT outsourcing, its role in modern business processes, and its impact on enterprise productivity. It also analyzes the economic and technological aspects of outsourcing IT services to external specialists.*

Keywords: *IT outsourcing, information technology, business processes, software, security, service, digitization, IT infrastructure.*

ENTRANCE

IT outsourcing is the process by which a company transfers some or all of its IT functions (software development, infrastructure management, technical support, cybersecurity, testing and monitoring, cloud services, etc.) to external suppliers or providers. In the context of the transformation of the digital economy, most enterprises and organizations rely on information technology to effectively conduct their activities. However, the formation of an internal IT department, hiring qualified specialists, their continuous training, and updating IT infrastructure require a lot of resources and funds. Therefore, many companies are resorting to the practice of outsourcing IT services to specialized external organizations. In recent years, enterprises have preferred to turn to external specialized outsourcing companies rather than expanding internal IT resources to accelerate digital transformation. SI, cloud infrastructures, cybersecurity, and modern technologies - all of these are increasing the demand for IT outsourcing, and IT outsourcing is being viewed as a strategic investment.

IT outsourcing is the process of outsourcing information technology-related tasks such as software development, technical support, server management, and cybersecurity to external

specialists or companies. Through this model, organizations are able to focus more on their core business. Multi-sourcing is a model of using multiple providers in parallel.

LITERATURE ANALYSIS

Analysis of scientific and practical sources on IT outsourcing shows that in recent years this area has been viewed not only as a form of technical services, but also as a model of strategic cooperation. In the research of Quinn and Hilmer, the main goal of outsourcing is explained as cost reduction, efficient allocation of resources and simplification of internal processes. Lacity and Willcocks point to outsourcing as a catalyst for digital transformation processes [1].

Published research since the 2020s highlights several important trends. Deloitte reports list the following as key drivers of IT outsourcing:

expansion of cloud infrastructure services;

increasing demand for cybersecurity outsourcing;

Automated technical services using SI;

Many domestic scientists are also conducting research on outsourcing services. Professor Mahkamov studied the role of mobile services in the development of the services market and their impact as a factor on the development of outsourcing services. Also, Associate Professor Ismoilova, Professor Mahkamov and Researcher Makhmudov studied the impact of the development of IT outsourcing on the development of e-commerce and analyzed that the development of services directly affects the development of infrastructure [2].

DISCUSSION AND ANALYSIS

While outsourcing was previously used primarily for technical support, businesses are now seeing it as the core of their digital transformation strategy. This is evident in areas such as IS, cloud infrastructure, DevOps, and cybersecurity, increasing the strategic importance of IT outsourcing.

Security is a key driver of demand for outsourcing. The rise in cyber threats is forcing enterprises to turn to specialized companies. Outsourcing providers provide real-time monitoring, security auditing, vulnerability detection, and security protection services. Therefore, cybersecurity outsourcing remains the fastest growing segment in 2024-2025[3].

Companies are working with multiple IT providers to avoid becoming dependent on a single provider. In addition, cooperation with service providers in geographically close areas (nearshore) is increasing.

In recent years, Uzbekistan has seen a surge in IT outsourcing exports - particularly in software development, call center services, and cybersecurity services. The increasing number of IT Park residents also indicates that the outsourcing market is growing rapidly [4].

Table 1

Theoretical characteristics, practical advantages and disadvantages of approaches to outsourcing services

Theoretical characteristics of outsourcing	Practical advantages and disadvantages of the approach
Functional approach	
The specific features of the approach are the study of outsourcing as a means of implementing key management functions (from planning and, at the very least, control) focused on various areas of the client's activity, taking into account strategic goals and objectives.	

Advantages: the ability to plan the results of the implementation of management functions; the introduction of progressive tools and methods for implementing management functions, etc.	*Disadvantages: reducing the essence of outsourcing to management functions only; limiting the outsourcing methodology by the management cycle, etc.*
Approach to resources	
Within the framework of the approach, the goal of outsourcing services is to increase the efficiency of using available resources (financial, material, labor) based on optimizing (improving) various parameters and factors affecting the activities of the enterprise.	
Advantages: the ability to develop an outsourcing methodology based on an analysis of obstacles in the "resources-costs-results" chain; development of the existing potential of the enterprise, etc.	*Disadvantages: the need for a detailed analysis of available resources (including factor analysis) with the search for reserves and maximizing the efficiency of their use, etc.*
Approach to activity	
Outsourcing services are considered as a specific type or separate area of activity of a specialized organization to solve problems of the activity and development of an enterprise, the growth of its quantitative and qualitative results, the formation of strategic goals and operational tasks.	
Advantages: the ability to provide a detailed and "targeted" solution to the existing problems of the enterprise, entities specializing in this area; the formation of an anti-crisis methodology for the activities of a specific client of outsourcing services, etc.	*Disadvantages: focus on the organizational features of the activities of specialized enterprises, rather than on the methodological foundations of the provision of outsourcing services, etc.*
Process approach	
Outsourcing services are considered as a specific type or separate area of activity of a specialized organization to solve problems of the activity and development of an enterprise, the growth of its quantitative and qualitative results, the formation of strategic goals and operational tasks.	
Advantages: maximum optimization or modernization of individual business processes; reducing costs for implementing business processes and increasing their efficiency, etc.	*Disadvantages: risk of partial or complete loss of control over enterprise resources (material, labor, financial) or outsourced business processes.*
Collaborative approach	
Within this approach, outsourcing services act as a connecting link in the relationship between the provider and the client, simultaneously acquiring rights, obligations, and powers within the framework of a concluded contract or other documents.	
Advantages: consideration of the process of providing outsourcing services from the perspective of the mutual obligations and rights of their vendors and customers; support of the outsourcing methodology with legal assistance, etc.	*Disadvantages: the possibility of legal consequences for fulfilling/not fulfilling certain clauses of the contract, etc.*
Situational approach	

Within the framework of the approach, outsourcing services are considered as a way to solve specific problems or conflict situations (organizational, technical, information) through the adaptation or development of methodological tools.	
Advantages: the ability to quickly and effectively resolve problematic or conflict situations to increase the efficiency of the enterprise, etc.	*Disadvantages: the likelihood of formal performance of functional duties; the costs of resolving a problem or conflict situation may exceed the potential benefits.*

The main types of IT outsourcing can be classified as follows:

1. Software development outsourcing. Outsourcing is the process of outsourcing all or part of a company's programming, mobile applications, websites, CRM or ERP systems, testing, design, DevOps, integration, and support to a team of external professional programmers, without establishing its own IT team[5].

2. Technical support outsourcing. This is understood as the process of analyzing and resolving problems related to a company's IT systems, devices, programs, and networks, and users, performed by an external professional vendor instead of an internal IT department.

3. Infrastructure management outsourcing. The process of outsourcing operational processes related to a company's IT infrastructure (servers, networks, cloud, cyber, data center, storage and backup, monitoring, support, DevOps, etc.) to external professional service providers.

4. Cybersecurity outsourcing. Security monitoring, vulnerability assessment, security policy creation. It is the process of outsourcing an organization's security monitoring, threat detection/response, configuration and management, vulnerability scanning, penetration testing, threat intelligence, etc. to external vendors. This can be cost-effective in small and medium-sized businesses due to lack of internal expertise, resources, and cost [6].

In today's global competitive environment, IT outsourcing helps companies quickly adapt to market demands. It creates an opportunity for startups to grow rapidly, while large enterprises can optimize costs and improve service quality. Due to the increasing digitalization processes, the demand for IT outsourcing is increasing every year.

Digital transformation and migration to the cloud. Companies continue to migrate their infrastructure to the cloud, creating a significant opportunity for outsourcing providers to manage infrastructure and deliver cloud services. By leveraging the cloud model, companies are gaining greater flexibility and the ability to manage variable workloads [7].

These Internet services, also known as “cloud services,” can be divided into three main categories:

infrastructure as a service (IaaS);

platform as a service (PaaS);

software as a service (SaaS).

Clouds can be public or private.

A private cloud is an infrastructure designed for use by a single organization, including multiple consumers (e.g., divisions of an organization).

Private cloud - owned and managed by the organization itself or by a third party, and can be physically located both within and outside the owner's jurisdiction.

A public cloud is an infrastructure that is available to the general public for free use. A public cloud can be owned and operated by commercial, academic, or government organizations. A public cloud is physically located in the jurisdiction of the owner—the service provider [8,9].

A hybrid cloud is a combination of two or more different cloud infrastructures that remain unique entities but are interconnected with standardized or proprietary technologies to transfer data and applications.

A public cloud is a type of infrastructure designed for use by a specific community of users of organizations with common tasks. A public cloud may be owned, operated, and managed by one or more public organizations or jointly, and may be physically located both within and outside the owner's jurisdiction.

Cybersecurity and risk management. As ransomware, data theft, and other cyber threats increase, companies are increasingly outsourcing their security processes to outside experts. Outsourcing providers are offering security monitoring, vulnerability assessment, and attack response services. The growing importance of cybersecurity outsourcing means that in-house IT departments are not always able to adequately cover such expertise.

Artificial intelligence (AI) and autonomous automation. SI and RPA - robotic process automation - are increasingly being used in outsourcing services. On the one hand, this increases efficiency (coding, testing, automation of simple administrative tasks), and on the other hand, it leads to structural changes in the labor market. After the introduction of artificial intelligence, the concept of “transformational outsourcing” began to be widely used in the literature - in which the outsourcing strategy is aimed at implementing technology, reengineering business processes, and optimizing the resulting KPIs.

Transformational outsourcing (strategic partnership). In the traditional outsourcing model, external companies only perform services, but in the modern “transformational outsourcing” model, they act as strategic partners and help the enterprise implement new technologies and innovations. This model helps enterprises remain competitive and adapt to digital transformation.

The proposed definition of the concept of outsourcing focuses on management functions and business processes. At the same time, the classic example of management functions was those proposed by M. Mescon: planning, organization, motivation, control. These management functions are implemented within the framework of outsourcing services and the proposed definition is detailed as follows [10, 11]:

Table 2

Planning the tasks of management functions in outsourcing services

Planning	Within the framework of this function, the goals and objectives of the outsourcing services customer are determined, and appropriate mechanisms are developed to implement approved strategic plans;
Organization	with the help of outsourcing services, a certain range of tasks related to the organization of their client's activities is solved (from the development and improvement of elements of the organizational structure to the optimization of job responsibilities);
Encouragement	The implementation of the function is aimed at developing activities, and the implementation of incentives and controls contributes to the effective, well-coordinated activities of employees for the clients of outsourcing services;

Control	Within the framework of outsourcing services, their client and the "seller" jointly monitor the process of achieving the set goals, identify any deviations from the planned ones, and promptly correct further actions.

It is not difficult to see that all of the above functions together represent a closed management cycle, in which each of them complements and expands the capabilities of the other. Moreover, often such a set of functions is associated with one or another "autonomous" business process. At the same time, we note that outsourcing itself can act as a separate business process, or it can be understood as a sequence of actions logically connected with a business process [12].

Conclusion. IT outsourcing is an integral part of modern business, helping organizations achieve cost-effectiveness, innovation and high efficiency. The right outsourcing company accelerates the technological development of the organization and increases its competitiveness. Therefore, IT outsourcing is a strategically important decision. IT outsourcing today is not only a means of reducing costs, but also an important element of strategic digital transformation. Outsourcing providers are expanding in areas such as cloud infrastructure, cybersecurity, IS and automation. At the same time, IS is changing the structures of the labor market and increasing risks - this requires employees and companies to adapt to change.

If a few years ago outsourcing services were used only by the private sector, today the use of these services is being widely implemented in state-owned enterprises and is yielding positive results. This made it possible to substantiate the proposed definition of the concept of "outsourcing", as a result of which the types and forms of modern outsourcing services were discussed. The results of the study of the theoretical foundations of outsourcing services in modern conditions served as the basis for the development of a composite model that harmoniously combines the main forms, types and approaches to understanding the essence of outsourcing.

LIST OF REFERENCES USED

1. Aliyev Sh. S. Fundamentals of the digital economy. - Tashkent: TSIU Publishing House, 2021.
2. Ismailov I. Development prospects of IT outsourcing in the economy of Uzbekistan. - Scientific article, Journal of Economic Research, 2022.
3. Khasanov U.K. Information Security and Its Management. - Tashkent: "Innovation", 2020.
4. Mamatkulov R.M. Efficiency of information services in digitalization processes. - Journal "Practical Information Technologies", 2021.
5. Mirzayev B.B. Optimization of business processes in information systems. - Tashkent: TDYUU Publishing House, 2022.
6. Nazarov O.O. Innovative approaches in the IT services market. - "Innovative Development" magazine, 2020.
7. Norkulov A.A. Digital transformation and business process management. - Tashkent: "Zamin", 2023.
8. Uzaqov O.Sh., "Raqamli transformatsiyada kibertahdidlarning oldini olish innovatsion omillari". Raqamli iqtisodiyot ilmiy-elektron jurnali maxsus soni. OAV№0237, ISSN 2181-4430, 1862-1868 bet.

9. Uzaqov O.Sh., “Biznes jarayonlarning logistika autsorsingi”. Marketing ilmiy, amaliy va ommabop jurnal, 2025 yil №7-son iyul, №240874. ISSN: 3060-4621, 9710 xalqaro daraja, elektron nashr, 31 iyul, 70-77 bet.
10. Uzaqov O.Sh., “Dasturiy mahsulotlar logistikasi”. Muhandislik va iqtisodiyot ijtimoiy-iqtisodiy, innovatsion texnik, fan va ta’limga oid ilmiy-amaliy jurnal, 2025 yil iyul №7-son, 30-34 bet. ORCID 0009-0005-0456-1432
11. Uzaqov O.Sh., “Logistika axborot tizimlarini texnologik jarayonlarga joriy etish”. Yashil iqtisodiyot va taraqqiyot ijtimoiy, iqtisodiy, texnologik, ilmiy, ommabop jurnal, ISSN: 2992-8982, 2025 yil iyul №7-son, 330-335 bet. ORCID 0009-0005-0456-1432
12. Uzaqov O.Sh., “Raqamli logistikada xavfsizlik muammolari va ularni bartaraf etish usullari”. Iqtisodiy taraqqiyot va tahlil ilmiy elektron jurnal, 2025 yil iyul №7-son, ISSN: 2998-877X, UO‘K: 164.01, 154-159 bet.

ANALYSIS OF FOOD SECURITY PROVISION AND THE FACTORS AFFECTING IT IN THE KHOREZM REGION

Masharipova Fazilat Axmedovna
PhD, Department of Economics Urgench State University named after Abu Rayhan Beruni
https://doi.org/10.5281/zenodo.17911931

Abstract. *This article analyzes the provision of food security in Khorezm region and the complex impact of economic, social, and environmental factors on it. Based on data for the period 2010–2024, an integrated Food Security Index was constructed using indicators such as average household income, food price index, level of water supply, employment rate, environmental condition index, consumption, and production volume of basic food products. The indicators were standardized using the min–max normalization method, and the factors influencing food security were assessed through econometric models. The results of the analysis reveal that household income, water supply, and environmental conditions have a positive impact on food security, while food prices exert a negative effect. The findings of the study have significant scientific and practical importance for developing strategic decisions aimed at strengthening food security in the Khorezm region.*

Keywords: *food security, Khorezm region, economic factors, social factors, environmental conditions, food price index, household income, water supply, employment rate, consumption and production, composite index, econometric analysis.*

Introduction

Under the conditions of current globalization and climate change, ensuring food security has become a priority strategic task for every country. On a global scale, instability in food supply and prices, resource scarcity, economic crises, pandemics, and environmental problems have brought the need for systematic and in-depth scientific analysis in this field to the forefront. Against the background of continuous population growth, income inequality, and increasing demand for food products, the inability of domestic production capacity to fully meet public demand poses a serious threat to food security. The Decree of the President of the Republic of Uzbekistan No. PQ-4477 dated October 4, 2019, “On the Approval of the Strategy for the Transition of the Republic of Uzbekistan to a ‘Green’ Economy for 2019–2030,” defines such priorities as increasing the average productivity and yields of key agricultural food products, effectively implementing drip irrigation technologies, achieving a neutral balance in land degradation, attracting investments into production and processing, and creating value-added chains in agriculture and food industries [1].

In addition, although significant measures have been implemented in the Republic of Uzbekistan to ensure food security, at the regional level—particularly in the Khorezm region—the issue remains increasingly urgent due to rapid population growth, limited arable land, and the deterioration of environmental conditions. While the national average food security index stands at 57.6, lower values observed in some regions indicate insufficient utilization of available resources and territorial imbalances in production.

Literature review

In recent years, the issue of ensuring food security has been widely studied worldwide as one of the most important socio-economic problems. The concept of food security is defined by the Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO) as "the physical and economic availability of sufficient, safe, and nutritious food for all segments of the population at all times" [2]. Based on this approach, scientific studies have extensively highlighted the close interrelationship between food security and economic, social, and environmental factors.

In the studies of foreign scholars, income levels, food prices, agricultural production, climate change, and the efficiency of resource use are identified as the main factors influencing food security. For instance, Walaa Mahrous (2019), using panel data and economic-statistical methods, analyzed the relationship between climate change, agricultural production, and food security, and substantiated that environmental risks have a significant negative impact on food supply [3]. Salvatore Di Falco and co-authors (2011), in turn, examined the dynamic interrelationships between food prices, inflation, and exchange rates using the VAR model and scientifically proved that price stability is a key factor in ensuring food security [4].

Other foreign studies emphasize the importance of public policy, subsidies, digitalization of agriculture, water resource management, and the principles of the "green economy" in ensuring the sustainability of food security [5]. In particular, under conditions of climate change, the efficient use of water and land resources is considered one of the main determinants of food security.

Food security issues have also been widely studied by Uzbek scholars. In particular, A.A. Alimov and Sh.M. Zaynutdinov analyzed agricultural economics and agrarian policy issues and substantiated that food security is directly related to production volumes and the efficiency of resource use [6]. A.G. Gafurov and N.A. Yuldashev presented scientific conclusions on increasing food production, developing the processing industry, and strengthening food security based on regional specialization [7].

Moreover, the studies conducted by X.A. Hakimov, M.M. Yusupov, and A.A. Kholboev examined the impact of household income, food prices, employment levels, and consumption structure on food security using economic and statistical analysis methods [8]. Their research pays special attention to regional self-sufficiency in food supply, the share of imports, and imbalances between domestic production and consumption.

However, the analysis of the existing scientific literature shows that in most studies food security has been approached mainly from the perspective of individual economic or social factors, while the combined and complex interaction of these factors with environmental conditions has not been sufficiently analyzed. In particular, there is a lack of studies devoted to the comprehensive assessment of factors affecting food security at the regional level, especially in the case of the Khorezm region, based on an econometric approach.

Therefore, the purpose of this study is to conduct a comprehensive analysis of the economic, social, and environmental factors affecting food security in the Khorezm region, to assess their interrelationships using econometric models, and to develop practical recommendations for regional development.

Research methodology

This study is aimed at identifying the economic, social, and environmental factors affecting food security in the Khorezm region and assessing their interrelationships using economic-

statistical and econometric methods. During the research process, a комплекс approach was applied through the use of systematic analysis, comparison, grouping, index methods, regression analysis, and normalization techniques.

The initial data for the study were obtained from official sources, including the Statistical Agency of the Republic of Uzbekistan, FAO, the World Bank open databases, as well as the Environmental Protection Department of the Khorezm region. The study period covers the years 2010–2024. The main indicators selected for analysis include average household income, food price index, level of water supply, employment rate, environmental condition index, consumption of basic food products, and volume of food production.

The food price index was calculated using the Laspeyres-type index formula, where base-period prices and quantities were used as weights. The Environmental Condition Index (ECI) was developed in cooperation with the Khorezm Regional Environmental Authority based on expert assessments. The index was evaluated on a scale from 1 to 10 using indicators such as air pollution level, drinking water quality, share of green areas, waste management status, and climate risk, and an integral index was formed based on their average values.

Since the indicators were expressed in different units (thousand UZS, %, kg/year), all variables were transformed into a unified scale ranging from 0 to 100 using the min–max normalization method to ensure comparability. Considering that an increase in the food price index has a negative impact, its normalization was carried out in the inverse direction.

The Food Security Index was calculated as an integrated indicator based on normalized income, water supply, food consumption, and the inversely normalized food price index. This composite index was adopted as the main outcome variable reflecting the overall state of food security in the Khorezm region over time.

During the econometric analysis, the stationarity of all variables was first tested using the Augmented Dickey–Fuller (ADF) test. Subsequently, a multivariate regression model was constructed to assess the factors affecting the Food Security Index. To identify dynamic interrelations and cause-and-effect relationships among the variables, a Vector Autoregression (VAR) model and the Granger causality test were employed.

All calculations and modeling procedures were carried out using EViews, SPSS, and Python software packages. The reliability of the obtained results was evaluated based on the coefficient of determination (R^2), Fisher's F-test, and Student's t-test. Based on the results, scientifically grounded conclusions and practical recommendations for strengthening food security in the Khorezm region were developed.

Analysis and results

The prevalence of undernourishment among the population of the country составляет 2.5%. This indicator suggests that food insufficiency is not a major problem among the population of Uzbekistan. The majority of the population has access to basic food products, and the level of malnutrition remains relatively low. This reflects the relatively effective implementation of state policies in the production, import, and distribution of food products.

Children account for 9.9% of the total population. The high share of children indicates the need to pay special attention to promoting proper nutrition and a healthy lifestyle among the younger generation. The proportion of underweight children is 2.9%. At the same time, the prevalence of obesity in the country amounts to 15.3%, which represents a critical indicator and reflects an insufficient culture of healthy eating, high consumption of sugar- and fat-rich foods,

and low levels of physical activity. Considering that food security implies not only the elimination of hunger but also the provision of healthy nutrition, it is necessary to strengthen measures aimed at combating obesity.

The population growth index of the country is 0.72. A low population growth index may be associated with birth rates, nutritional status, health conditions, and overall living standards. This indicator implies the need to implement additional social and economic measures to maintain demographic stability in the country.

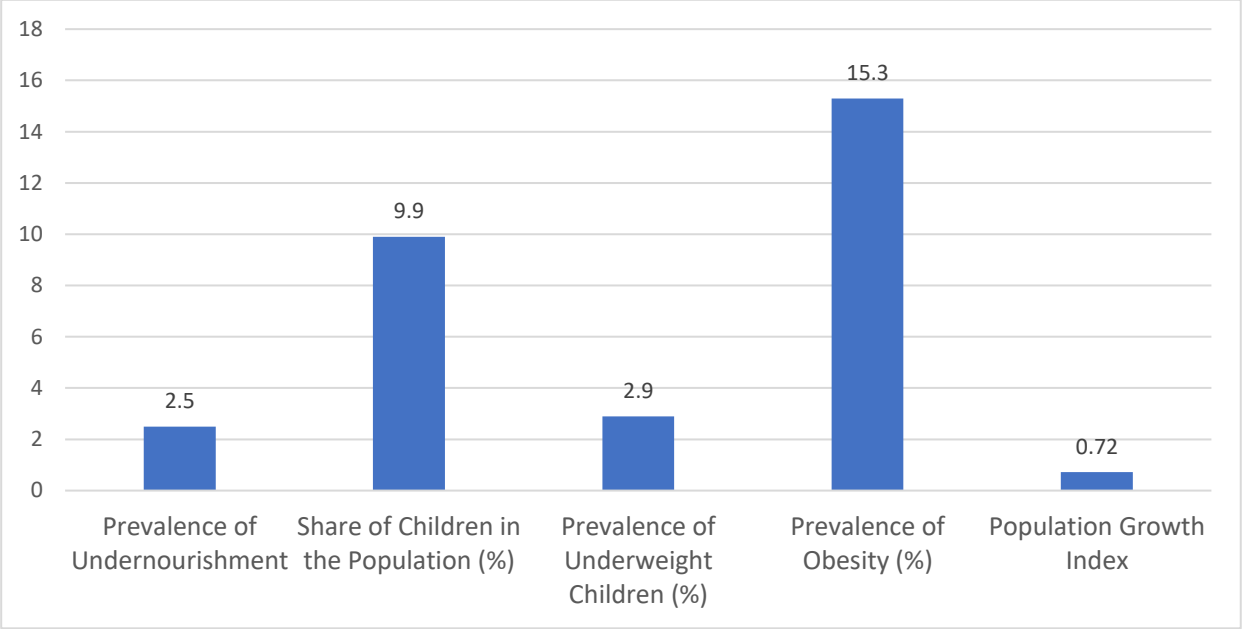


Figure 1. Indicators of Food Security in Uzbekistan (in 2024 y) [9]

Figure 1 demonstrates the relative stability of the food security system in Uzbekistan. Despite the low levels of undernourishment and the proportion of underweight children, the high prevalence of obesity indicates the need to place particular emphasis on the quality aspect of food security. This suggests that ensuring food security requires not only addressing quantitative sufficiency but also improving nutritional quality.

The Global Food Security Index (GFSI) reflects Uzbekistan's position in the international context with regard to food security. Based on the presented indicators, it is possible to identify the country's achievements and weaknesses in this area. The overall score amounts to 57.5 points, placing Uzbekistan 73rd out of 113 countries in the global ranking. This result indicates that Uzbekistan demonstrates a medium level of food security. Although the country has achieved certain progress in this direction, there remains a significant need for further improvement. The efficient use of existing resources, enhancement of production potential, and digitalization of agriculture can contribute to further improving this indicator.

Table 1

Uzbekistan's position in ensuring food security in the global ranking (in 2024) [9]

No.	Indicator	Score	Global Rank
1	Overall Score	57.5	73
2	Affordability	52.7	85
3	Availability	56.4	66
4	Quality and Safety	64.6	64

5	Sustainability and Adaptation	57.9	38

The purpose of this study is to develop an econometric model for ensuring food security in the Khorezm region. To achieve this objective, it is necessary to calculate key indicators such as the consumption of food products, the regional environmental index, household income, and production indicators, as well as to determine the food price index.

The food price index is an indicator that reflects changes in the overall price level of food products. It is usually calculated by statistical organizations (for example, FAO – the Food and Agriculture Organization of the United Nations). The general principles for calculating the food price index are presented below:

$$O'ONI = \frac{\sum(P_t \cdot Q_0)}{\sum(P_0 \cdot Q_o)} \cdot 100 \quad (1)$$

P_t – Prices in the reporting period

P_0 – Prices in the base period

Q_0 – Quantities in the base period (used as weights)

The Environmental Condition Index (ECI) is an integrated indicator used to quantitatively assess the ecological (environmental) condition of a specific area or объект. This index takes into account several factors that affect the environment, including air, water, and soil pollution, waste management, green areas, the state of the biosphere, and other related indicators. The use of a scoring scale from 1 to 10 represents a simplified or expert-based assessment approach.

In this study, the research was conducted in cooperation with the Environmental Department of the Khorezm region, and the environmental condition index was formed for each year on the basis of expert evaluations using the data presented in Table 2. The formula for calculating the Environmental Index is given as follows:

$$EHI = \frac{(HS + IS + YH + CHB + IX)}{o} \quad (2)$$

Table 2.

Environmental indicators of the Khorezm region

Indicator Code	Indicator	Evaluation Criteria	Score (1–10)
HS	Air Quality	SO_2, NOx, dust concentration	5
IS	Drinking Water Quality	Microbiological indicators	5
YH	Share of Green Areas	m^2 per capita	4
CHB	Waste Management	Disposed waste, recycling	5
IX	Climate Risk and Its Impact	Temperature change, extreme events	5

These scores are then calculated either as a simple average or as a weighted average:

$$EHI = \frac{(5+5+4+5+5)}{5} = 4,9$$

In our study, since the indicators used to assess food security are expressed in different units (thousand UZS, %, kg/year), they are normalized to a 0–100 scale using the min–max normalization method:

$$\text{Normalized value} = \frac{X_i - X_{min}}{X_{max} - X_{min}} 100 \quad (3)$$

However, since an increase in the food price index has a negative effect, its normalization is performed in the inverse direction:

$$Norm(Price\ Index) = \left(1 - \frac{X_i - X_{min}}{X_{max} - X_{max}}\right) 100 \quad (4)$$

Index formula

$$oziq\ ovqat\ index = \frac{1}{4}\left(N_{daromad} + N_{narx} + N_{istemol} + N_{suv}\right) \quad (5)$$

$$Food\ index = \frac{1}{4}\left(N_{income} + N_{Price} + N_{\text{consumption}}\right)$$

N_{income} -normalised average household income

N_{Price} -inverse normalisation of the food price index

$N_{\text{consumption}}$ -normalised value of food consumption

Table 3.

Indicators of factors influencing food security in the Khorezm region

Year	Average Household Income (thousand UZS)	Food Price Index	Water Supply (%)	Employment Rate (%)	Environmental Condition Index (1–10)	Consumption of Basic Food Products* (kg/year)	Production Volume of Basic Food Products* (kg/year)	Food Security Index (1–100)
2010	2105.3	101.9	63.6	63.2	6.2	445.0	485.0	46.8
2011	2815.8	106.6	63.6	63.0	6.0	450.0	490.0	45.5
2012	3362.8	105.1	63.4	63.9	6.3	455.0	495.0	49.6
2013	4066.0	103.9	62.9	64.2	6.2	457.0	500.0	51.1
2014	4629.1	103.7	63.0	64.8	6.3	462.0	505.0	56.1
2015	5052.2	100.3	58.6	66.3	6.4	465.0	510.0	57.4
2016	5840.3	115.9	42.5	66.5	4.3	470.0	515.0	43.2
2017	7566.2	115.9	41.6	64.6	4.5	472.0	520.0	44.0
2018	9830.1	114.9	42.0	66.0	4.6	475.0	525.0	45.0
2019	11581.7	118.6	40.6	63.7	4.7	478.0	530.0	45.5
2020	12674.0	115.3	40.0	63.5	4.8	480.0	535.0	45.9
2021	16292.2	116.2	40.6	64.0	5.0	485.0	540.0	53.2
2022	20155.2	119.2	61.0	64.7	6.1	490.0	550.0	54.3
2023	20509.2	120.3	62.1	66.9	6.1	495.0	560.0	59.0
2024	23410.8	120.4	63.2	64.5	6.0	500.0	570.0	58.7

Note: Wheat, rice, potatoes, vegetables, and meat from slaughtered cattle.

The data presented in Table 3 reflect the dynamics of the main economic, social, and environmental factors influencing food security in the Khorezm region during 2010–2024. The analysis shows that over this period, the average per capita income increased from 2,105.3 thousand UZS to 23,410.8 thousand UZS, representing an almost elevenfold growth. This trend indicates a significant improvement in the population's purchasing power and economic access to

food. In particular, the acceleration of income growth after 2018 had a positive impact on consumption levels and contributed to the relative stabilization of the food security index.

The analysis of the food price index demonstrates that during 2010–2015 prices remained relatively stable within the range of 100–106. However, since 2016 the index increased sharply, reaching 120.4 points by 2024. Such a rise in food prices had a direct negative impact on the food security index, especially during 2016–2020. For instance, in 2016, when the price index rose to 115.9, the food security index dropped from 57.4 to 43.2. This clearly reflects the decisive role of food prices in shaping food security conditions.

The level of water supply was around 62–63% during 2010–2014, but it declined sharply to 40–42% in 2016–2021. At the same time, the environmental condition index decreased from 6.4 to 4.3. These trends confirm that water scarcity and environmental degradation had a significant negative impact on agricultural production and food security. In contrast, during 2022–2024, the recovery of water supply to 61–63% contributed positively to the increase of the food security index to 54.3–58.7 points.

The analysis of the employment rate shows that it remained relatively stable throughout the entire period, fluctuating between 63% and 67%. However, the growth in employment was not always directly proportional to the food security index. For example, during 2016–2018, despite relatively high employment rates, the food security index remained at a low level. This indicates that not only employment, but also income levels, price dynamics, and environmental factors jointly determine food security outcomes.

The environmental condition index ranged between 6.0 and 6.4 points in 2010–2015, but declined to 4.3–4.7 during 2016–2019, indicating a deterioration of the ecological environment. During the same period, the food security index also fell sharply (within the range of 43.2–45.5). With the subsequent improvement of the environmental index to 5.0–6.1 in 2021–2024, the food security index also increased to 53.2–59.0, confirming the strong interdependence between environmental sustainability and food security.

The consumption and production volumes of basic food products showed a steady upward trend over the years. Specifically, consumption increased from 445 kg per year to 500 kg per year, while production rose from 485 kg per year to 570 kg per year. However, despite the growth in both consumption and production, the decline in the food security index in certain years indicates that the negative effects of rising prices and environmental deterioration were sufficient to offset the positive effects of increased production.

Overall, the data in Table 3 scientifically confirm that the level of food security in the Khorezm region is closely interrelated with population income, food prices, water supply, and environmental conditions. In particular, changes in the food price index and the environmental condition index emerge as the most influential factors affecting the food security index. This justifies the conclusion that ensuring price stability, improving water resource management, and enhancing the ecological environment should be prioritized as key policy directions for strengthening food security in the region.

Conclusion

The results of this study demonstrate that ensuring food security in the Khorezm region is a multifactorial, complex, and pressing socio-economic issue that requires a systematic and integrated approach. Based on the conducted analysis, it was scientifically substantiated that there are close interconnections among the main factors directly and indirectly affecting food security

in the region, including population income, food prices, water supply level, employment, environmental conditions, consumption of basic food products, and production volumes.

The integral food security index constructed using the min–max normalization method revealed that during 2010–2024 the food security level in the Khorezm region followed an unstable pattern characterized by alternating periods of growth and decline. In particular, increases in population income and improvements in water supply had a positive impact on food security, whereas rising food prices and the deterioration of environmental conditions in certain years exerted a negative influence on this indicator.

Overall, ensuring food security in the Khorezm region is not limited solely to the expansion of agricultural production; it is closely linked with increasing household incomes, maintaining price stability, efficient management of water resources, improving environmental conditions, and developing social infrastructure. The comprehensive econometric approach proposed in this study serves as a reliable scientific basis for assessing and forecasting regional food security and has significant practical relevance for making effective strategic decisions in this sphere.

REFERENCES

1. Decree of the President of the Republic of Uzbekistan No. PQ–4477 dated October 4, 2019, *"On the Approval of the Strategy of Transition of the Republic of Uzbekistan to a 'Green' Economy for the Period 2019–2030."*
2. FAO. *Food Security and Nutrition in the World*. Rome: Food and Agriculture Organization of the United Nations, 2022. — 240 p.
3. Mahrous, W. *Climate Change and Food Security: A Panel Data Analysis*. — Journal of Environmental Economics, 2019. — Vol. 12, No. 4. — pp. 85–102.
4. Di Falco, S., Veronesi, M., Yesuf, M. *Does Adaptation to Climate Change Provide Food Security? A Micro-Perspective from Ethiopia*. — American Journal of Agricultural Economics, 2011. — Vol. 93, No. 3. — pp. 829–846.
5. World Bank. *Food Security and Climate Change: Global Challenges and Policy Responses*. — Washington, DC: World Bank Publications, 2020. — 198 p.
6. Alimov A.A., Zaynutdinov Sh.M. *Agrar siyosat va oziq-ovqat xavfsizligi asoslari*. — Toshkent: Iqtisodiyot nashriyoti, 2019. — 256 b.
7. G'afurov A.G'., Yuldashev N.A. *Oziq-ovqat mahsulotlari ishlab chiqarish samaradorligini oshirish yo'llari*. — Toshkent: Fan va texnologiya, 2020. — 214 b.
8. Hakimov X.A., Yusupov M.M., Xolboev A.A. *Oziq-ovqat xavfsizligini ta'minlashning hududiy iqtisodiy mexanizmlari*. — Toshkent: TSUE nashriyoti, 2021. — 232 b.
9. https://impact.economist.com/sustainability/project/food-security-index/explore-countries/uzbekistan

ВЛИЯНИЕ ЛОКАЛЬНЫХ МАРКЕТПЛЕЙСОВ НА ИЗМЕНЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРИВЫЧЕК В МАРКЕТИНГЕ ПРИ УСЛОВИИ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ

[1]Усмонова Дилфуза Илхомовна, [2]Сагдиев Алексей Санжарович
[1]Доцент Самаркандского института экономики и сервиса, Самарканд, Узбекистан
[2]Студент группы Мр-224 Самаркандского института экономики и сервиса, Самарканд, Узбекистан
ORCID: 0009-0008-9523-9853
https://doi.org/10.5281/zenodo.17911850

Аннотация. *Исследование посвящено влиянию локальных маркетплейсов на изменение потребительских привычек. Рассматриваются факторы, которые формируют новое поведение покупателей: удобство доставки, система отзывов, ассортимент и доступность цифровых сервисов. На основе опроса и анализа функционала локальных платформ выявлено, что их развитие способствует росту онлайн-покупок, повышению уровня доверия к цифровой торговле и изменению критериев выбора товаров.*

Ключевые слова: *маркетплейсы, локальные платформы, потребительские привычки, электронная коммерция, покупательское поведение, цифровой маркетинг, пользовательский опыт.*

Annotatsiya*. Ushbu tadqiqot mahalliy bozorlarning iste'molchi odatlarining o'zgarishiga ta'sirini o'rganadi. U iste'molchilarning yangi xulq-atvorini shakllantiradigan omillarni, jumladan etkazib berish qulayligi, ko'rib chiqish tizimlari, mahsulotni tanlash va raqamli xizmatlarning mavjudligini o'rganadi. Mahalliy platformalarning funksional imkoniyatlarini o‘rganish va tahlil qilish natijalariga ko‘ra, ularning rivojlanishi onlayn xaridlarning o‘sishiga, raqamli tijoratga ishonchning oshishiga va mahsulot tanlash mezonlarining o‘zgarishiga yordam berayotgani aniqlandi.*

Kalit so'zlar: *bozorlar, mahalliy platformalar, iste'molchi odatlari, elektron tijorat, xarid qilish harakati, raqamli marketing, foydalanuvchi tajribasi.*

Abstract. *This study examines the impact of local marketplaces on changing consumer habits. It examines factors that shape new consumer behavior, including delivery convenience, review systems, product selection, and the availability of digital services. Based on a survey and analysis of the functionality of local platforms, it was found that their development is contributing to the growth of online shopping, increased trust in digital commerce, and changes in product selection criteria.*

Keywords: *marketplaces, local platforms, consumer habits, e-commerce, purchasing behavior, digital marketing, user experience.*

Введение В условиях ускоряющейся цифровизации экономики маркетплейсы занимают центральное место в развитии электронной коммерции и формировании новых моделей потребительского поведения. Расширение функциональных возможностей

локальных торговых платформ, совершенствование логистической инфраструктуры и повышение доступности онлайн-сервисов способствуют изменению способов взаимодействия потребителей с рынком товаров и услуг. При этом локальные маркетплейсы демонстрируют способность оперативно адаптироваться к национальным особенностям, обеспечивая более высокую релевантность предлагаемых решений по сравнению с международными платформами.

Трансформация потребительских привычек проявляется в изменении механизмов поиска информации о товарах, повышении значимости отзывов и рейтингов, смещении критериев выбора в сторону удобства и скорости получения товара, а также в росте доверия к цифровым каналам совершения покупок. Эти изменения требуют комплексного научного анализа, позволяющего выявить основные факторы, влияющие на формирование нового покупательского поведения. Несмотря на наличие значительного числа исследований, посвящённых электронной коммерции, влияние локальных маркетплейсов на потребительские привычки остаётся сравнительно малоизученным. Большинство существующих работ сосредоточено на анализе глобальных платформ, тогда как локальные системы обладают иной структурой взаимодействия с потребителями, иными стимуляторами лояльности и уникальными механизмами формирования спроса. Это обусловливает необходимость проведения системного исследования, направленного на выявление специфики влияния локальных маркетплейсов на изменение модели поведения покупателей.
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.

Цель исследования. Целью настоящего исследования является выявление и анализ влияния локальных маркетплейсов на изменение потребительских привычек в условиях цифровой трансформации. Исследование направлено на определение факторов, которые формируют новые модели потребления, включая предпочтения при выборе товаров, уровень доверия к платформам, частоту онлайн-покупок и восприятие сервисов доставки и отзывов.

Для достижения цели были поставлены следующие задачи:

1.Проанализировать развитие локальных маркетплейсов и их функциональные особенности, влияющие на поведение потребителей.

2.Изучить изменения в потребительских привычках при переходе от традиционных офлайн-покупок к онлайн-покупкам.

3. Оценить влияние ключевых факторов платформ на принятие решений потребителями.

4. Выявить особенности потребительского поведения в зависимости от уровня цифровой грамотности и демографических характеристик.

5. Сформулировать рекомендации для локальных маркетплейсов и бизнеса по повышению лояльности и эффективности взаимодействия с покупателями. Материалы и методы Данное исследование выполнено в рамках аналитического и обзорного подхода, направленного на выявление влияния локальных маркетплейсов на потребительские привычки. Для анализа использованы существующие публикации, отчёты маркетплейсов, статистические данные по доле онлайн- и офлайн-продаж**,** а также обзоры по цифровой трансформации рынка. Такой подход позволяет построить комплексное представление о тенденциях потребительского поведения без проведения собственных полевых исследований.

Источники данных:

- Научные статьи и обзоры (2018-2025г.) по теме электронного маркетинга, маркетплейсов и изменения потребительских привычек;
- Открытые статистические данные мирового рынка розничной торговли, показывающие долю онлайн и офлайн покупок (по данным 2024-2025г., около 20-21% покупок приходится на онлайн, 79-80% на офлайн);
- Отчёты и публикации маркетплейсов, содержащие сведения о функционале платформ, числе пользователей, ассортименте товаров и уровне доверия клиентов;

Результаты исследования согласно глобальной статистике, доля онлайн-покупок в мировом розничном обороте составляет около **20-21%,** тогда как офлайн-продажи остаются доминирующими около **79-80%.** Эти данные свидетельствуют о постепенном переходе потребителей к цифровым каналам, что подтверждается ростом посещаемости локальных маркетплейсов и увеличением числа транзакций через онлайн-платформы.

Анализ отчетов российских маркетплейсов показал, что пользователи ценят удобство выбора, широкий ассортимент и возможность изучить отзывы перед покупкой, что стимулирует рост онлайн-покупок даже среди традиционно офлайн-покупающих категорий.

Результаты обзора литературы указывают на то, что ключевыми драйверами изменения привычек являются:

1. Система отзывов и рейтингов;
2. Удобство доставки и логистическая доступность;
3. Персонализированные рекомендации и фильтры.

Уровень цифровой грамотности напрямую коррелирует с активностью пользователей на маркетплейсах. Более подготовленные потребители чаще используют платформы для совершения покупок, выбирают более сложные функции: фильтры, подборки, персонализированные рекомендации и реже возвращаются к офлайн-покупкам. Собранные данные позволяют заключить, что локальные маркетплейсы оказывают системное влияние на поведение потребителей:

— Стимулируют частоту онлайн-покупок;
— Формируют новые критерии выбора товаров;
— Увеличивают доверие к цифровым каналам;
— Способствуют постепенному снижению зависимости от офлайн-ритейла.

Анализ литературы, открытых статистических данных и отчетов маркетплейсов показывает, что локальные маркетплейсы оказывают значительное влияние на формирование современных потребительских привычек. Основные изменения проявляются в постепенном сдвиге каналов покупок: доля онлайн-покупок увеличивается, а локальные

платформы становятся важной альтернативой традиционным офлайн-магазинам, стимулируя частоту онлайн-покупок и расширяя аудиторию пользователей. Функциональные особенности маркетплейсов, включая удобство доставки, систему рейтингов и отзывов, персонализированные рекомендации и широкий ассортимент товаров, способствуют формированию более осознанных и устойчивых моделей потребления. Значимую роль играет доверие и социальный контекст: наличие механизмов формирования доверия, социальных рекомендаций и учет культурных особенностей усиливают лояльность потребителей и ускоряют переход к онлайн-каналам торговли. При этом активность пользователей и глубина изменений потребительских привычек напрямую зависят от уровня цифровой грамотности, что подчеркивает необходимость развития навыков цифровой торговли. В целом, локальные маркетплейсы не только влияют на отдельные привычки покупателей, но и формируют новые стандарты потребления, стимулируют конкуренцию с международными платформами и способствуют росту электронной коммерции. Эти выводы подтверждают, что локальные маркетплейсы являются ключевым фактором трансформации потребительских привычек, влияя на частоту покупок, критерии выбора товаров, доверие к платформам и адаптацию к цифровым каналам торговли, создавая тем самым основу для практических рекомендаций по повышению эффективности локальных платформ и развитию онлайн-торговли.

Заключение и предложения

В результате проведённого анализа литературы, открытых статистических данных и отраслевых отчетов установлено, что локальные маркетплейсы оказывают существенное влияние на формирование современных потребительских привычек и на трансформацию розничного рынка в целом. Их развитие способствует увеличению доли онлайн-покупок, изменению критериев выбора товаров, повышению доверия к цифровым каналам и формированию более осознанных моделей потребления. Функциональные особенности платформ, включая удобство доставки, широкий ассортимент, систему рейтингов и отзывов, а также персонализированные рекомендации, являются ключевыми драйверами изменений в поведении потребителей. Анализ литературы показывает, что социальный и культурный контекст, включая механизмы доверия, социальные рекомендации и учет национальных особенностей, усиливает лояльность пользователей и ускоряет переход к онлайн-торговле. Кроме того, уровень цифровой грамотности напрямую коррелирует с глубиной изменений в потребительских привычках, что подчёркивает важность образовательных и информационных инициатив, направленных на повышение цифровой компетентности пользователей.

На основе выявленных тенденций можно сформулировать ряд практических рекомендаций для локальных маркетплейсов:

— Во-первых, целесообразно совершенствовать логистическую инфраструктуру и сервисы доставки, сокращая сроки и повышая надёжность получения товаров, что увеличивает вероятность повторных покупок и укрепляет доверие потребителей.

— Во-вторых, необходимо развивать системы отзывов и рейтингов, обеспечивая их достоверность и прозрачность, что способствует формированию устойчивых моделей поведения и повышает уровень удовлетворённости пользователей.

— В-третьих, внедрение персонализированных рекомендаций и инструментов фильтрации товаров позволяет более точно соответствовать потребностям клиентов и стимулирует дополнительные покупки.

— В-четвёртых, рекомендуется адаптировать маркетинговые стратегии к социальному и культурному контексту локального рынка, учитывая предпочтения, ценности и привычки различных групп потребителей.

— В-пятых, необходимо реализовывать программы повышения цифровой грамотности, включая обучение использованию платформ, информирование о возможностях онлайн-покупок и безопасных платежных методов, что позволит увеличить вовлечённость пользователей и укрепить доверие к платформам.

Таким образом, локальные маркетплейсы оказывают комплексное и системное влияние на потребительское поведение, формируя новые стандарты покупок, стимулируя рост электронной коммерции и способствуя повышению конкурентоспособности локальных рынков. Полученные выводы имеют как теоретическое, так и практическое значение: с одной стороны, они дополняют существующую научную базу по цифровой трансформации потребительского поведения, с другой стороны предоставляют конкретные рекомендации для менеджеров маркетплейсов, бизнес-аналитиков и политиков, заинтересованных в развитии локальных платформ и цифровой экономики в целом. В будущем исследование может быть расширено за счёт эмпирических данных, включающих опросы и интервью пользователей локальных маркетплейсов, а также анализа конкретных показателей платформ, что позволит уточнить и количественно оценить влияние отдельных факторов на изменение потребительских привычек.

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

KOMPYUTER KO‘RISH SOHASIDA OBYEKTLARNI ANIQLASH: YOLO YONDASHUVI VA SAMARADORLIK

[1]To‘xtasinov Mumtozali To‘lqinaliyevich, [2]Musojonov Xumoyun Muhammadayubxon o‘g‘li
[1](dotsent, texnika fanlari nomzodi; Namangan Davlat Texnika Universiteti; “Raqamli texnologiyalar” kafedrasi katta ilmiy xodimi
[2](doktorant; Namangan Davlat Texnika Universiteti; “Raqamli texnologiyalar” kafedrasi doktoranti
https://doi.org/10.5281/zenodo.17911902

Annotatsiya. *Ushbu maqola kompyuter ko‘rish (computer vision) sohasidagi obyektlarni aniqlash (object detection) vazifasini, uning algoritmlari va eng mashhur modellaridan biri — YOLO (You Only Look Once) ni tahlil qiladi. Maqolada single-shot(bir martalik) va two-stage(ikki martalik) detektorlar, baholash metrikalari (IoU, AP, mAP), YOLO arxitekturasi, uning ishlash prinsipi va samaradorligini oshiruvchi usullar (NMS-) muhokama qilinadi. Tadqiqot real vaqt rejimida obyektlarni aniqlashga yo‘naltirilgan ilovalar uchun foydali bo‘ladi.*

Kalit so‘zlar: *obyektlarni aniqlash, yolo, computer vision, single-shot(bir martalik) detektor, two-stage(ikki martalik) detektor, bounding box, average precision, non-maximum suppression.*

KIRISH: Obyektlarni aniqlash (Object detection) — kompyuter ko‘rish (computer vision) sohasida muhim va keng qo‘llaniladigan vazifalardan biridir [1]. Ushbu vazifa tasvir ichida qiziqish obyekti (region of interest) joylashgan hududni aniqlash va uni oddiy tasvir tasniflagichlari kabi turkumlash (klassifikatsiya qilish) bilan shug‘ullanadi. Bitta tasvirda bir nechta turli obyektlar bo‘lishi mumkin, shu sababli obyektlarni aniqlash oddiy tasvirni tasniflashga qaraganda ancha murakkab masala hisoblanadi [2].

YOLO (You Only Look Once) modeli obyektlarni aniqlashda tezligi va aniqligi bilan mashhur bo‘lib, birinchi marta Joseph Redmon va boshqalar tomonidan 2016-yilda taqdim etilgan. YOLO bir necha bosqichlardan o‘tgan bo‘lib, uning eng so‘nggi versiyalaridan biri — YOLOv7. Ushbu model boshqa obyekt aniqlash algoritmlaridan farq qiladigan yondashuvni qo‘llaydi va real vaqt rejimida ishlash imkonini beradi.

Obyektlarni aniqlash – bu tasvirlar yoki videolarda joylashgan obyektlarni aniqlash va ularning joylashuvini belgilash bilan shug‘ullanuvchi kompyuter ko‘rish vazifasidir. Bu vazifa kuzatuv tizimlari, o‘z-o‘zidan boshqariladigan (avtonom) avtomobillar, robototexnika kabi ko‘plab ilovalarda muhim rol o‘ynaydi.

Obyektlarni aniqlash algoritmlari umumiy tarzda, kiruvchi tasvirning neyron tarmoqdan necha marta o‘tishiga qarab ikki asosiy turga bo‘linadi: bir martalik (single-shot) detektorlar va ikki bosqichli (two-stage) detektorlar. Bir martalik detektorlar tasvirni faqat bir marta tarmoqdan o‘tkazadi va obyektlarning mavjudligi hamda joylashuvini bashorat qiladi. Bu yondashuv hisoblash jihatdan samarali bo‘lib, real vaqt ilovalari uchun qulay hisoblanadi, ammo kichik obyektlarda aniqligi pastroq bo‘lishi mumkin.

Ikki bosqichli detektorlar esa tasvirni ikki marta tarmoqdan o‘tkazadi. Birinchi bosqichda tasvirdagi obyektlar bo‘lishi mumkin bo‘lgan hududlar (region proposals) aniqlanadi, ikkinchi

bosqichda esa ushbu hududlar aniqlashtiriladi va yakuniy bashoratlar chiqariladi. Bu yondashuv aniqlikni oshiradi, ammo hisoblash xarajati yuqoriroq bo‘ladi.

Obyektlarni aniqlash muammosini chuqur o‘rganish (deep learning) yordamida hal qilish bo‘yicha ilk muvaffaqiyatli urinishlardan biri 2014-yilda Microsoft Research’da Ross Girshick va uning jamoasi tomonidan ishlab chiqilgan R-CNN (Regions with CNN features) modeli bo‘lgan [2]. Ushbu model tasvirlarda obyektlarni aniqlash va ularning joylashuvini belgilash uchun soha taqdimi **(**region proposal**)** algoritmlari va konvolyutsion neyron tarmoqlar **(**CNN**)** kombinatsiyasidan foydalangan.

YOLO modeli esa butunlay boshqa yondashuvni taklif qiladi. U yakuniy (end-to-end) neyron tarmog‘idan foydalanib, bir vaqtning o‘zida cheklov soxalari (bounding boxes) va sinf ehtimolliklarini (class probabilities) bashorat qiladi. Shu bilan u real vaqt rejimida yuqori aniqlik bilan obyektlarni aniqlash imkonini beradi.



1-rasm. Bir bosqichli va ikki bosqichli detektorlar

Bir martalik va ikki bosqichli obyekt aniqlash**:** bir martalik (single-shot) obyekt aniqlash usuli kiruvchi tasvirni faqat bir marta neyron tarmoqdan o‘tkazadi va undagi obyektlarning mavjudligi hamda joylashuvini bashorat qiladi. Ya’ni, butun tasvir bitta o‘tishda qayta ishlanadi, bu esa hisoblash jihatdan samaradorlikni oshiradi. Shu bilan birga, single-shot detektorlar kichik obyektlarni aniqlashda unchalik samarali bo‘lmasligi mumkin va boshqa usullarga nisbatan aniqligi biroz pastroq bo‘ladi. Shunga qaramay, bu algoritmlar resurslari cheklangan qurilmalarda real vaqt rejimida ishlash uchun juda qulaydir.

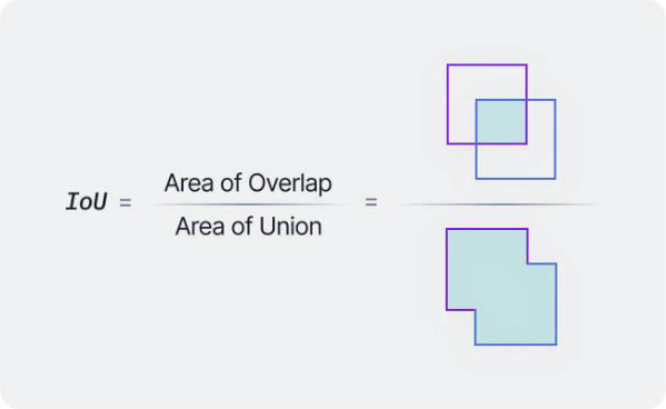
YOLO modeli — tasvirni qayta ishlash uchun to‘liq konvolyutsion neyron tarmog‘idan (FCNN) foydalanuvchi bir martalik detektordir. Keyingi bo‘limda biz YOLO modelini yanada chuqurroq ko‘rib chiqamiz.

Ikki bosqichli (two-stage) obyekt aniqlash usuli esa kiruvchi tasvirni ikki marta tarmoqdan o‘tkazadi, bunda obyektlarning mavjudligi va joylashuvi haqidagi bashoratlar bosqichma-bosqich amalga oshiriladi. Birinchi bosqichda tasvirdagi obyektlar bo‘lishi mumkin bo‘lgan ehtimoliy hududlar (proposals) aniqlanadi. Ikkinchi bosqichda esa ushbu takliflar aniqlashtiriladi va yakuniy bashoratlar chiqariladi.

Ikki bosqichli detektorlar bir martalik detektorlarga nisbatan aniqligi yuqori bo‘lsa-da, hisoblash xarajati ham ko‘proq bo‘ladi. Shu bois single-shot va two-stage yondashuvlaridan qaysi birini tanlash ilovaning talab va cheklovlariga bog‘liq bo‘ladi. Umuman olganda, real vaqt talab qilinadigan dasturlar uchun bir martalik detektorlar qulay, aniqlik yuqori bo‘lishi kerak bo‘lgan ilovalar uchun esa ikki bosqichli detektorlar mos keladi.

Obyekt aniqlash modellari samaradorligini baholash uchun standart miqdoriy metrikalardan foydalaniladi. Eng keng tarqalganlari — Intersection over Union **(**IoU**)** va Average Precision **(**AP**)** [3].

Intersection over Union **(**IoU**)** obyekt aniqlash modellarida joylashuv aniqligini o‘lchash va xatolarni hisoblash uchun ishlatiladi. Bashorat qilingan va haqiqiy bounding boxlar (chegara soxalari) o‘rtasidagi IoU’ni hisoblash uchun, avval bir xil obyektga tegishli ikkita bounding box kesishgan hududi (Intersection) aniqlanadi [3]. Shundan so‘ng, ikkita bounding box qoplagan umumiy maydon (Union) hisoblanadi. Intersection maydonining Union maydoniga nisbati obyekt qanchalik aniq bashorat qilinganini ko‘rsatadi va bashorat qilingan bounding box asl bounding boxga qanchalik yaqinligini baholashda muhim ko‘rsatkich hisoblanadi.



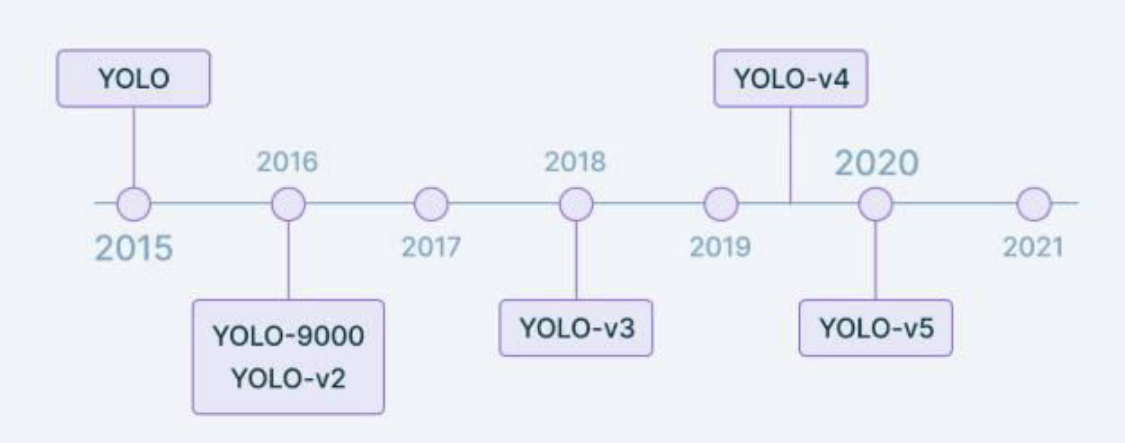
2-rasm. O‘rtacha aniqlik

O‘rtacha Aniqlik (Average Precision, AP) — model tomonidan qilingan bashoratlar to‘plami uchun aniqlik (precision) va chaqiruv (recall) o‘rtasidagi bog‘liqlik grafigi ostidagi maydon (AUC) orqali hisoblanadi. Recall (chaqiruv) — model ma’lum bir klass bo‘yicha nechta mavjud haqiqiy belgi (label)dan nechta topa olganini bildiradi, ya’ni klass bo‘yicha mavjud obyektlar soniga nisbatan to‘g‘ri aniqlangan obyektlar ulushi. Precision (aniqlik) — modelning o‘sha klass bo‘yicha qilgan bashoratlari ichida nechta to‘g‘ri aniqlangan (true positive) obyektlar ulushi. Recall va precision o‘rtasida muayyan almashuv (trade-off) mavjud bo‘ladi. Tasniflash threshold (chegarasi) o‘zgartirilganda ushbu ikki qiymat grafigi chiziladi va hosil bo‘ladigan precision-recall curve ostidagi maydon — o‘sha klass uchun Average Precision qiymatini beradi. Modeldagi barcha klasslar bo‘yicha olingan AP qiymatlarining o‘rtachasi mean Average Precision (mAP) deb ataladi.

Obyekt aniqlashda (object detection) esa precision va recall faqat klassni to‘g‘ri topish uchun emas, balki bounding box (chegara qutisi) bashoratining to‘g‘riligini baholash uchun ishlatiladi. Bu yerda qaror qabul qilish mezoni sifatida IoU (Intersection over Union) qo‘llanadi:

IoU > 0.5 bo‘lsa → bu ijobiy (positive) bashorat hisoblanadi.

IoU < 0.5 bo‘lsa → bu salbiy (negative) bashorat hisoblanadi.

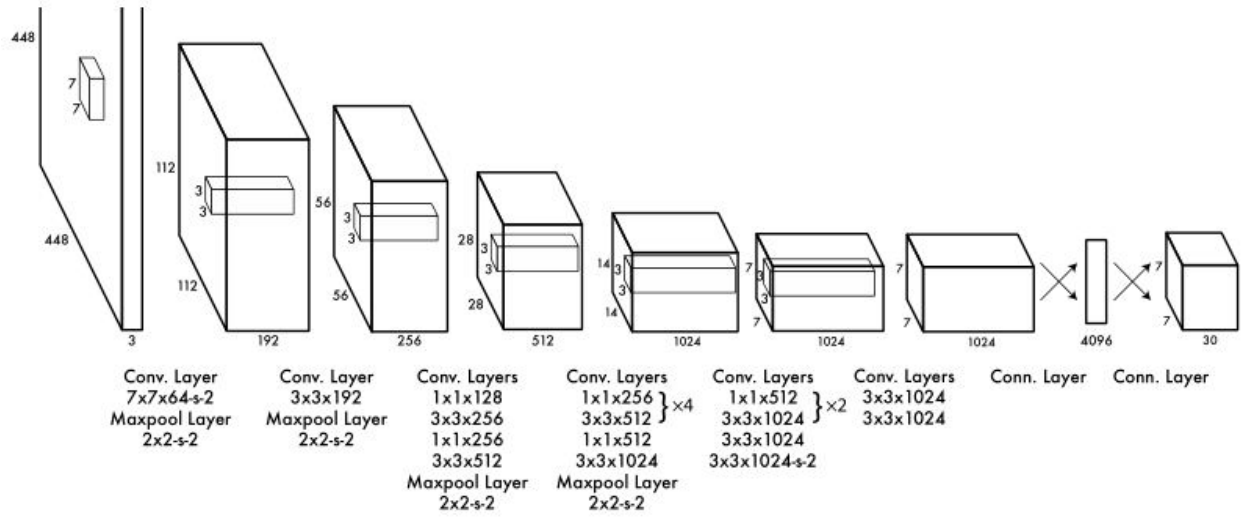


3-rasm. YOLO ni rivojlanish bosqichlari

You Only Look Once (YOLO) yakuniy (end-to-end) neyron tarmog‘idan foydalanishni taklif qiladi, u bir vaqtning o‘zida cheklov qutilari (bounding boxes) va sinf ehtimolliklarini (class probabilities) bashorat qiladi. Bu avvalgi obyekt aniqlash algoritmlaridan farq qiladi, ular aniqlash vazifasini bajarish uchun klassifikatorlardan qayta foydalanishgan. Obyekt aniqlashga butunlay boshqa yondashuvni qo‘llab, YOLO eng so‘nggi natijalarga erishdi va real vaqt rejimidagi boshqa obyekt aniqlash algoritmlarini ancha ortda qoldirdi. Masalan, Faster RCNN kabi algoritmlar Region Proposal Network yordamida qiziqish hududlarini aniqlab, keyin ushbu hududlarda alohida tanib olish (recognition) jarayonini bajaradi, YOLO esa barcha bashoratlarini bitta to‘liq bog‘langan (fully connected) qatlam yordamida bajaradi. Region Proposal Network’ni ishlatadigan usullar bir xil tasvir uchun bir nechta iteratsiyalarni bajaradi, YOLO esa bitta iteratsiya bilan kifoya qiladi. 2015-yilda YOLO dastlab chiqarilganidan beri bir nechta yangi versiyalari taklif qilindi, ularning har biri avvalgisini yaxshilash va rivojlantirishga asoslangan [4].

YOLO arxitekturasi. YOLO algoritmi tasvirni (image) kirish sifatida oladi va keyin tasvirdagi obyektlarni aniqlash uchun oddiy chuqur konvolyutsion neyron tarmog‘idan (CNN) foydalanadi.

YOLO ning asosini tashkil qiluvchi CNN modelining arxitekturasi quyida ko‘rsatilgan.



4-rasm. Arxitektura

Bizning aniqlash tarmog‘imizda 24 ta konvolyutsion qatlam mavjud bo‘lib, ularni 2 ta to‘liq bog‘langan (fully connected) qatlamlar kuzatadi. Navbatma-navbat 1 × 1 konvolyutsion

qatlamlar oldingi qatlamlardan olingan xususiyatlar fazosini (feature space) kamaytiradi. Biz konvolyutsion qatlamlarni ImageNet klassifikatsiya vazifasida yarim o‘lchamda (224 × 224 kirish tasviri) oldindan o‘qitamiz (pretrain) va keyin aniqlash uchun o‘lchamni ikki barobar oshiramiz.

Modelning birinchi 20 konvolyutsion qatlami ImageNet yordamida oldindan o‘qitiladi (pre-trained) va bu jarayonda vaqtincha o‘rtacha pooling (average pooling) va to‘liq bog‘langan (fully connected) qatlam qo‘shiladi. Keyin ushbu oldindan o‘qitilgan model aniqlash vazifasini bajarish uchun o‘zgartiriladi, chunki avvalgi tadqiqotlar shuni ko‘rsatdiki, oldindan o‘qitilgan tarmoqqa qo‘shimcha konvolyutsion va bog‘langan qatlamlarni qo‘shish natijani yaxshilaydi. YOLO ning yakuniy to‘liq bog‘langan qatlami sinf ehtimolliklarini va cheklov qutisi (bounding box) koordinatalarini bashorat qiladi.

YOLO kirish tasvirini S × S tarmoq (grid)ga bo‘ladi. Agar obyekt markazi tarmoq hujayrasiga tushsa, o‘sha hujayra shu obyektni aniqlash uchun mas’ul bo‘ladi. Har bir tarmoq hujayrasi B ta cheklov qutisi va ularning ishonch (confidence) ballarini bashorat qiladi. Ushbu ishonch ballari model qutida obyekt borligiga qanchalik ishonchi borligini va bashorat soxasi qanchalik aniq ekanligini aks ettiradi.

YOLO har bir tarmoq obyekti uchun bir nechta cheklov qutilarini bashorat qiladi. Mashg‘ulot (training) vaqtida biz faqat bitta cheklov qutisi bashorat qiluvchisini har bir obyekt uchun mas’ul qilishni xohlaymiz. YOLO obyektni bashorat qilishda “mas’ul” bo‘ladigan bashorat qiluvchini tanlaydi va bu tanlov joriy eng yuqori IOU (Intersection over Union)ga ega bo‘lgan bashoratga asoslanadi. Bu cheklov sozasi bashorat qiluvchilar o‘rtasida ixtisoslashuvni (specialization) keltirib chiqaradi. Har bir bashorat qiluvchi ma’lum o‘lchamlar, nisbatlar yoki obyekt sinflarini bashorat qilishda yaxshilanadi va natijada umumiy recall ko‘rsatkichi oshadi.

YOLO modellarida ishlatiladigan muhim usullardan biri — non-maximum suppression (NMS). NMS post-prosessing qadamidir va obyekt aniqlashning aniqligi va samaradorligini oshirish uchun ishlatiladi [4]. Obyekt aniqlashda bir tasvirdagi bitta obyekt uchun bir nechta cheklov qutilari yaratilishi odatiy hol. Ushbu qutilar bir-birini qoplash yoki turli joylarda joylashishi mumkin, lekin barchasi bir xil obyektni ifodalaydi. NMS ortiqcha yoki noto‘g‘ri cheklov qutilarini aniqlash va olib tashlash, hamda har bir obyekt uchun faqat bitta cheklov qutisini chiqarish uchun ishlatiladi.

XULOSA

Obyektlarni aniqlash (Object Detection) kompyuter ko‘rish sohasida muhim vazifa bo‘lib, tasvir va videolardagi obyektlarning mavjudligi va joylashuvini aniqlashga xizmat qiladi. Bir martalik (single-shot) va ikki bosqichli (two-stage) detektorlar bu vazifani bajarishda turli yondashuvlarni taklif qiladi: bir martalik detektorlar hisoblash jihatdan samarali bo‘lib, real vaqt ilovalari uchun qulay, ikki bosqichli detektorlar esa aniqligi yuqori bo‘lib, hisoblash xarajati ko‘proq.

Obyekt aniqlash modellarining samaradorligini baholashda Intersection over Union (IoU) va Average Precision (AP) kabi metrikalardan foydalaniladi. IoU *bounding box*larning aniqligini, AP esa precision va recall o‘rtasidagi bog‘liqlikni baholash orqali modelning umumiy ishlashini o‘lchaydi.

YOLO (You Only Look Once) modeli esa an’anaviy algoritmlardan farqli ravishda, yakuniy neyron tarmog‘i yordamida bir vaqtning o‘zida cheklov qutilari va sinf ehtimolliklarini bashorat qilib, real vaqt rejimida yuqori aniqlik bilan ishlash imkonini beradi. Shu sababli YOLO

modeli hozirgi kunda tezkor va samarali obyekt aniqlash sohasida eng ommabop yondashuvlardan biri sifatida e'tirof etiladi.

ADABIYOTLAR

1. Redmon, J., Divvala, S., Girshick, R., & Farhadi, A. (2016). You Only Look Once: Unified, Real-Time Object Detection. *CVPR*.
2. Girshick, R., Donahue, J., Darrell, T., & Malik, J. (2014). Rich feature hierarchies for accurate object detection and semantic segmentation. *CVPR*.
3. Lin, T.-Y., Maire, M., Belongie, S., et al. (2014). Microsoft COCO: Common Objects in Context. *ECCV*.
4. Bochkovskiy, A., Wang, C.-Y., & Liao, H.-Y.M. (2020). YOLOv4: Optimal Speed and Accuracy of Object Detection. *arXiv preprint*.
5. Liu, W., Anguelov, D., Erhan, D., et al. (2016). SSD: Single Shot MultiBox Detector. *ECCV*.
6. Girshick, R. (2015). Fast R-CNN. *ICCV*.
7. Ren, S., He, K., Girshick, R., & Sun, J. (2015). Faster R-CNN: Towards Real-Time Object Detection with Region Proposal Networks. *NeurIPS*.
8. Redmon, J., & Farhadi, A. (2017). YOLO9000: Better, Faster, Stronger. *CVPR*.
9. Redmon, J., & Farhadi, A. (2018). YOLOv3: An Incremental Improvement. *arXiv preprint*.
10. Wang, C.-Y., Bochkovskiy, A., & Liao, H.-Y.M. (2022). YOLOv7: Trainable Bag-of-Freebies Sets New State-of-the-Art for Real-Time Object Detectors. *arXiv preprint*.
11. Tan, M., Pang, R., & Le, Q. V. (2020). EfficientDet: Scalable and Efficient Object Detection. *CVPR*.

THE IMPORTANCE OF DIGITAL MARKETING STRATEGIES IN THE DEVELOPMENT OF E-COMMERCE IN UZBEKISTAN

Maxmudov Tohirjon Olimjonovich
Associate Professor, PhD Department of Marketing, Namangan State Technical University
https://doi.org/10.5281/zenodo.17911959

Abstract. *This study examines the significance of digital marketing strategies in the development of e-commerce in Uzbekistan, a sector that has rapidly expanded under the influence of global digital transformation. As consumer behavior increasingly shifts toward online platforms, businesses are compelled to integrate advanced digital tools such as SEO, SEM, social media marketing, content marketing, email marketing, big data analytics, and artificial intelligence to remain competitive. The research analyzes international best practices, evaluates the current digital marketing landscape in Uzbekistan, and identifies key challenges—including limited technological infrastructure, a shortage of skilled specialists, and outdated marketing approaches. The study also highlights the impact of national digitalization policies such as the "Digital Uzbekistan – 2030" Strategy and the "New Uzbekistan Development Strategy 2022–2026" on the modernization of e-commerce and marketing practices. Findings show that the effective implementation of digital marketing strategies can enhance customer engagement, improve brand competitiveness, and support the long-term growth of Uzbekistan's e-commerce ecosystem. The study proposes recommendations aimed at strengthening digital infrastructure, promoting innovation, and optimizing marketing tools for sustainable sectoral development.*

Keywords: *digital marketing, e-commerce, consumer behavior, SEO, SEM, social media marketing, artificial intelligence, big data, digital economy, online platforms, marketing strategy, U*

Introduction

A review of global practice shows that the e-commerce market has been growing at a remarkable pace year by year. According to data from Statista, by 2024 the global e-commerce sales volume exceeded USD 6.3 trillion, which is almost 40 percent higher compared to 2021 [1]. Such rapid growth requires companies to fundamentally reconsider their marketing approaches, establish interactive communication with customers through digital platforms, and integrate advanced technologies such as content marketing, SEO, e-mail marketing, and artificial intelligence into their strategies. Moreover, the success of digital marketing strategies largely depends on an in-depth analysis of consumer behavior, the identification of target audiences, and the development of personalized offers. In today's digital market environment, competitive advantage is determined not by ordinary advertisements or mass promotions, but by personalized, customer-oriented approaches tailored to individual needs.

As the e-commerce sector continues to expand globally, the need for regulating this sphere, ensuring cybersecurity, improving online payment systems, logistics services, and marketing strategies also increases. Digital marketing, in particular, is recognized as one of the key tools for effectively conducting e-commerce. For example, in the United States, China, the United Kingdom, South Korea, and other countries, companies are conducting highly effective digital

campaigns through artificial intelligence, big data analytics, and social media platforms. In addition, tendencies such as mobile marketing, online customer service, chat-bots, and real-time data-driven decision-making are becoming increasingly widespread [1].

Uzbekistan is also actively integrating into these global processes. In recent years, the country has implemented large-scale reforms aimed at developing digital technologies, forming the foundations of a digital economy, and especially expanding e-commerce. In particular, the "Digital Uzbekistan – 2030" Strategy, approved by Presidential Decree PQ–4851 on October 5, 2020, outlines priority directions in electronic government, digital services, e-commerce, and digital marketing [2]. The strategy sets targets for ensuring the active participation of business entities on electronic platforms, strengthening the legal framework for online trade, improving payment systems, and implementing electronic marketing tools based on international best practices.

Furthermore, the Presidential Decree PF–60 of January 28, 2022, which approved the "New Uzbekistan Development Strategy for 2022–2026," emphasizes the importance of developing the digital economy and e-commerce, including the expansion of export potential through electronic platforms and modern digital marketing tools. The decree outlines specific measures aimed at forming marketing strategies based on innovative technologies, promoting enterprises in digital markets, and developing internet advertising and branding in accordance with national standards [3].

Additionally, various state bodies — such as the Ministry of Digital Technologies, the Chamber of Commerce and Industry, and IT Park — have launched numerous seminars, training programs, and grant initiatives to help entrepreneurs enter e-commerce and effectively use online marketing instruments. However, several challenges still persist: a shortage of qualified digital marketing specialists, reliance on outdated marketing approaches, insufficient development of national e-commerce platforms capable of competing with global marketplaces, and low standards of online customer service.

From this perspective, the relevance of the present study lies in the urgent need to develop modern digital marketing strategies within the rapidly expanding e-commerce environment in Uzbekistan. The research is aimed at analyzing international experience, evaluating the effectiveness of digital marketing tools, developing a model suitable for the conditions of Uzbekistan, and proposing practical solutions to existing problems. These efforts are expected to contribute to the formation of a more active and competitive digital marketplace in the country.

Literature Review

In recent years, the issue of developing and improving digital marketing strategies in e-commerce has been widely examined by the global scientific community. Theoretical and practical approaches in this field have been developed by both foreign and local researchers. In particular, scholars such as Philip Kotler, Gary Armstrong, Dave Chaffey, Paul Smith, Ryan Damian, Philip Kinsella, Tracy L. Tuten, Hans Peter Brønn, and Jill Dyché have extensively explored digital marketing principles, customer-oriented communication strategies in e-commerce, content marketing, SEO and SEM approaches, social media marketing, and methods of attracting target audiences based on big data and artificial intelligence technologies [4].

Notably, Dave Chaffey's influential work Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice serves as a theoretical foundation for designing digital strategies in many countries. The book provides a comprehensive analysis of concepts such as enhancing competitiveness within

online marketplaces, implementing marketing automation systems, managing customer databases, and integrating digital channels. Similarly, Ryan Damian and Tracy Tuten have proposed mechanisms to enhance the effectiveness of online marketing by examining user behavior on social networks, brand loyalty, and viral marketing techniques [5].

Among Uzbek scholars, A.Sh. Bekmurodov, M.S. Qosimova, Sh.J. Ergashkhodjayeva, B.D. Safarov, A. Soliyev, and S. Buzrukkhonov have conducted research devoted to examining the specific characteristics of marketing under conditions of economic liberalization and development [6].

In addition, the studies conducted by domestic researchers such as Z.A. Khakimov, M.M. Yusupov, A.A. Kholboev, Kh.B. Babadjanov, and T.O. Maxmudov hold significant importance in investigating the practical aspects of e-commerce and digital marketing. Their research identifies key directions for the development of digital marketing strategies and offers recommendations for addressing existing challenges. Uzbek economists and marketing experts have also explored the infrastructure of digital marketing, opportunities for internet advertising, and the organizational and legal foundations for the development of e-commerce in Uzbekistan. Their findings emphasize the necessity of applying digital marketing strategies in the local context, analyzing government support measures, and developing effective strategies tailored for domestic entrepreneurs [7].

Research metadology

The methodological foundation of this study is based on a combination of qualitative and quantitative research approaches to ensure a comprehensive examination of digital marketing strategies in the development of e-commerce in Uzbekistan. First, a systematic literature review was conducted using reputable international and local scientific sources to identify key theoretical concepts and global trends in digital marketing and e-commerce. Second, comparative analysis was applied to evaluate the differences and similarities between Uzbekistan's digital marketing practices and those of leading countries such as the United States, China, and South Korea. Third, the study employed a descriptive analysis method to examine the current state of the e-commerce sector in Uzbekistan, focusing on technological infrastructure, regulatory frameworks, and market dynamics. Fourth, analytical tools such as SWOT analysis were used to identify strengths, weaknesses, opportunities, and threats associated with the implementation of digital marketing strategies. Fifth, the research incorporated elements of content analysis to assess the effectiveness of digital marketing tools—SEO, SEM, SMM, email marketing, and AI-based systems—within the context of local digital platforms.

Results and Analysis

One of the most essential aspects of digital marketing is its ability to identify consumer behavior and segment customers with precision. In e-commerce, consumers actively navigate the online environment, compare products, search for information, and make purchasing decisions based on digital content. Therefore, analyzing customer needs through digital marketing tools, developing personalized offers, and designing individualized advertising strategies significantly enhance competitiveness [8]. Big Data, analytical platforms, and artificial intelligence technologies serve as the primary instruments in this process.

Social media marketing (SMM) also plays a crucial role in the effective development of e-commerce. Since social networks are among the most popular communication channels in Uzbekistan, companies can use these platforms to reach a wide audience, monitor user behavior, and implement real-time feedback mechanisms. Campaigns conducted on platforms such as

Facebook, Instagram, Telegram, and TikTok increase brand visibility and substantially boost sales. Moreover, the ability to measure digital advertising expenses through clear indicators such as conversion rate represents a significant advantage for entrepreneurs [9].

Another important component of digital marketing strategies is SEO (Search Engine Optimization) and SEM (Search Engine Marketing) technologies. Achieving higher rankings in search engines increases traffic to online stores, directly influencing sales performance. Modern consumers often gather information through Google search before making a purchase, compare prices, or read reviews about a brand. Consequently, search engine visibility is of strategic importance for strengthening the market position of e-commerce entities [10].

International experience demonstrates that the success of digital marketing strategies largely depends on strengthening interactive communication with customers through automated marketing systems. Companies in the United States, China, and Europe are developing the e-commerce sector by utilizing artificial intelligence, neural network–based recommendation systems, real-time advertising optimization, and chat-bots for customer interaction. In Uzbekistan, automated marketing systems implemented by platforms such as Uzum Market, Asaxiy, Goodzone, and others have opened the door to a new qualitative stage of development in the domestic market.

In addition, the regulatory framework for further developing e-commerce in Uzbekistan is being strengthened. Within the framework of the “Digital Uzbekistan — 2030” Strategy, a favorable environment for e-commerce development has been created, the number of digital services has increased, electronic payment systems have been modernized, and mechanisms for regulating online platforms have been introduced. The “New Uzbekistan Development Strategy — 2022–2026” identifies the transition to a digital economy and the development of e-commerce as one of the main drivers of economic growth, which requires expanding the digital marketing infrastructure [2].

Another factor increasing the importance of digital marketing in the development of e-commerce in Uzbekistan is the rapid growth of mobile marketing. As smartphone usage across the population rises, mobile app–based shopping is becoming more common. Push notifications, personalized coupons, discounts, and recommendations sent through mobile applications represent highly effective methods for stimulating consumer purchases. This further reinforces the role of digital marketing in maintaining continuous engagement with customers [13].

Moreover, customer service quality has become an integral part of marketing strategies in e-commerce. Chat-bots, instant support services, and 24/7 online consultations strengthen consumer trust in the brand. International research indicates that speed, convenience, and transparency are perceived as the greatest advantages of online shopping [12].

Thus, digital marketing strategies represent one of the key directions for the development of e-commerce in Uzbekistan. They contribute to ensuring competitiveness, increasing economic efficiency, strengthening brand stability, and offering services that correspond to consumer needs. The widespread adoption of modern digital approaches will create a foundation for the rapid and sustainable growth of the national e-commerce sector.

Research findings

As a result of the study, the following key scientific conclusions were drawn:

1. E-commerce has become a strategic direction of the digital economy in Uzbekistan, and its effective functioning is directly dependent on the quality of digital marketing strategies.

2. Digital marketing tools — including SEO, SEM, SMM, email marketing, content marketing, and mobile marketing — are essential factors in strengthening customer interaction and increasing sales volumes in online trade.

3. Artificial intelligence, Big Data, and automated marketing systems are among the most advanced technologies enhancing efficiency in the global e-commerce market, and their application is also crucial for Uzbekistan.

4. Within the framework of the “Digital Uzbekistan — 2030” Strategy, the legal and technological foundations supporting e-commerce are being strengthened, providing a significant stimulus for sectoral development.

5. Several challenges hinder the full utilization of e-commerce potential in Uzbekistan, specifically: the shortage of qualified digital marketing specialists, insufficient technological infrastructure, and low standards of online customer service.

Conclusion

In conclusion, modernizing digital marketing strategies is not only a necessity for the growth of Uzbekistan’s e-commerce sector but also a critical driver of economic competitiveness and sustainable development. By leveraging global best practices, strengthening the digital ecosystem, and fostering innovation among local businesses, Uzbekistan can build a dynamic, efficient, and inclusive e-commerce environment. This will ultimately contribute to increased market efficiency, stronger consumer trust, and the successful integration of the national economy into the global digital marketplace.

REFERENCES

1. www.Statista.com "E-commerce worldwide – statistics & facts", 2024. — https://www.statista.com/topics/871/online-shopping/
2. Decree of the President of the Republic of Uzbekistan No. PQ–4851 of October 5, 2020 “On the Approval of the Digital Uzbekistan – 2030 Strategy.” — https://lex.uz/docs/5031093
3. Decree of the President of the Republic of Uzbekistan No. PF–60 of January 28, 2022 “On the Development Strategy of New Uzbekistan for 2022–2026.” — https://lex.uz/docs/5841063
4. Kotler Ph., Armstrong G. Principles of Marketing. – New Jersey: Pearson Education, 2021. – 736 p.
5. Chaffey D., Smith P. Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice, 8th ed., Pearson Education, 2022.
6. Бекмурадов А.Ш. Эффективность маркетинга средств производства. Автореф. дисс. на соиск. уч. ст. д.э..н. – Ташкент,, 1993.-54с.
7. Xakimov Z.A. Interaktiv va raqamli marketing. Toshkent: TSUE, 2021. – 220 p
8. Kotler F., Armstrong G. Principles of Marketing. — 17th ed. — New York: Pearson, 2021. — 720 p.
9. Tuten T., Solomon M. Social Media Marketing. — 4th ed. — London: SAGE Publications, 2020. — 448 p.
10. Chaffey D., Ellis-Chadwick F. Digital Marketing: Strategy, Implementation & Practice. — 8th ed. — Harlow: Pearson Education, 2022. — 640 p.
11. Ryan D. Understanding Digital Marketing. — London: Kogan Page, 2020. — 389 p.

12. Bekmurodov A.Sh., Safarov B.D. Raqamli iqtisodiyot va elektron tijorat asoslari. — Toshkent: Iqtisodiyot nashriyoti, 2021. — 224 b.
13. Olimjonovich, M. T. (2024). DIGITAL TRANSFORMATION IN UZBEKISTAN AND NEW OPPORTUNITIES FOR SMALL BUSINESS. JOURNAL OF LAW AND ECONOMICS, 7(12), 89-96.
14. Olimjonovich, M. T. (2024). RAQAMLI IQTISODIYOTDA SANOAT 4.0 NI RIVOJLANISHINI OZIGA XOS JIHATLARI. Science and innovation, 3(Special Issue 24), 1061-1063.
15. Soliev, A., & Zakhriddin, U. PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF ELECTRONIC TRADE OF CONSTRUCTION MATERIALS. GWALIOR MANAGEMENT ACADEMY, 10.

THE IMPACT OF ESG FACTORS ON A BANK'S RISK MANAGEMENT SYSTEM

Tuychiyeva Madina Gafarovna
University of science and technologies
Senior Lecturer of the Department of Economics
(PhD Student, 1st Year Department of Corporate Governance
Tashkent State Transport University)
Address: Uzbekistan, 100208, Tashkent, Diydor str., 71
https://doi.org/10.5281/zenodo.17797664

Abstract. *This paper examines the impact of Environmental, Social, and Governance (ESG) factors on the risk management systems of commercial banks. As financial institutions increasingly face climate-related, social, and ethical challenges, integrating ESG principles into traditional risk frameworks has become a strategic necessity rather than a reputational choice. The study synthesizes theoretical, regulatory, and empirical evidence from Central Asia and Eastern Europe between 2018 and 2024 to explore how ESG considerations influence credit, operational, market, and reputational risk. The findings indicate that banks with well-established ESG governance structures demonstrate stronger financial resilience, lower non-performing loan ratios, and higher capital adequacy levels. Furthermore, governance quality emerges as the key driver linking ESG implementation to effective risk control. Despite growing progress, banks in developing economies still face challenges in data standardization, capacity building, and regulatory harmonization. Overall, the paper concludes that ESG integration enhances long-term stability, transparency, and stakeholder trust, positioning banks for sustainable growth in an evolving financial landscape.*

Keywords: *ESG integration, risk management, banking sector, governance, sustainable finance, financial stability, climate risk*

1. Introduction

In recent years, the concept of Environmental, Social, and Governance (ESG) factors has evolved from a peripheral concern into a central pillar of sustainable finance and risk management practices across the global banking sector. Traditionally, banks have focused on financial indicators, market risk, credit risk, and operational risk as the primary determinants of institutional stability. However, with the increasing recognition of climate change, social inequality, and governance failures as significant systemic threats, the integration of ESG considerations into risk management frameworks has become indispensable. ESG-driven banking does not merely address ethical or reputational concerns – it represents a pragmatic response to long-term financial sustainability and resilience. As stakeholders, regulators, and investors increasingly demand transparency and accountability, ESG factors have emerged as critical determinants of both risk exposure and strategic performance in modern banking institutions.

The environmental dimension of ESG is primarily concerned with how banks address ecological and climate-related risks that can influence their credit portfolios and operational outcomes. For instance, exposure to carbon-intensive industries or financing environmentally

harmful projects can lead to “stranded assets” and credit defaults as governments enforce stricter environmental regulations. Moreover, physical risks from climate change – such as floods, droughts, or extreme weather events – can disrupt economic activities and impair the repayment capacity of borrowers. Consequently, banks must reassess their lending strategies, investment portfolios, and internal stress-testing mechanisms to account for such environmental vulnerabilities. Integrating climate risk assessment into financial decision-making is no longer a voluntary initiative but a regulatory expectation under frameworks such as the Task Force on Climate-related Financial Disclosures (TCFD) and the European Central Bank’s climate risk guidelines.

The social dimension, on the other hand, pertains to a bank’s role in fostering inclusive, equitable, and ethical financial practices. Social risks may arise from issues such as labor rights violations, poor customer protection policies, lack of diversity, or unethical lending practices. These can lead to reputational damage, legal penalties, and declining customer trust – ultimately impacting a bank’s profitability and stability. Conversely, banks that actively promote social responsibility through financial inclusion, support for small and medium enterprises (SMEs), and fair lending practices tend to strengthen their stakeholder relationships and achieve sustainable growth. Moreover, social factors have gained prominence as investors increasingly prioritize companies that contribute positively to society, particularly in the post-pandemic era when social resilience has proven vital to economic recovery.

Governance, the third pillar of ESG, represents the institutional framework through which a bank ensures accountability, transparency, and ethical conduct. Effective governance mitigates the risk of corruption, fraud, and mismanagement – issues that have historically undermined trust in the financial system. Strong governance structures enhance decision-making quality, improve regulatory compliance, and foster a culture of integrity and long-term thinking. In contrast, weak governance can amplify financial risks, lead to regulatory sanctions, and erode investor confidence. Therefore, governance practices are not only a matter of corporate ethics but also an essential component of comprehensive risk management.

The integration of ESG considerations into banking risk management systems signifies a paradigm shift from short-term profit orientation toward sustainable value creation. It requires banks to adopt advanced data analytics, scenario modeling, and non-financial performance indicators to assess ESG-related risks effectively. Moreover, central banks and financial regulators are increasingly emphasizing the need for ESG risk disclosure and integrating ESG stress tests into supervisory frameworks. For instance, the Basel Committee on Banking Supervision (BCBS) has recognized the relevance of climate-related financial risks to prudential regulation, urging banks to enhance their ESG risk governance and reporting structures [1].

This transformation presents both challenges and opportunities for the banking industry. On one hand, integrating ESG factors into risk management demands substantial investment in data systems, staff training, and cross-departmental coordination. On the other hand, it opens avenues for innovative green financial products, sustainable lending, and enhanced corporate reputation. Ultimately, banks that proactively manage ESG risks are better positioned to anticipate future disruptions, maintain regulatory compliance, and secure investor trust.

So, the growing importance of ESG factors reflects a fundamental evolution in how banks perceive and manage risk. The contemporary banking sector must move beyond traditional financial risk metrics and embrace a holistic approach that incorporates environmental, social, and

governance considerations. Such integration is essential not only for mitigating emerging risks but also for ensuring the long-term stability, competitiveness, and sustainability of the financial system as a whole.

2. Literature review

The academic and policy literature on ESG's influence on banking risk management has expanded rapidly. Friede, Busch and Bassen's [2] seminal meta-analysis synthesizes over 2,000 empirical studies and finds that ESG factors are, on average, non-negative for financial performance – roughly 90% of studies report a neutral or positive ESG–corporate financial performance relationship. Their work established an empirical foundation for considering ESG as economically material rather than merely normative. This meta-finding motivates banks to treat ESG signals as value-relevant in credit assessments and portfolio allocation.

Bert Scholtens and Sophie van't Klooster [3] investigate sustainability and bank risk, explicitly linking banks' sustainability profiles to default and systemic risk measures. They find evidence that better sustainability practices correlate with lower idiosyncratic default risk and may reduce systemic vulnerability – suggesting that embedding ESG in governance and lending policy can strengthen both firm-level and system-level resilience. Their work underscores that sustainability metrics can be predictive inputs for bank risk models.

La Torre et al. [4] move the debate from simple ESG–performance correlations to causal channels: their 2021 paper examines how specific ESG dimensions drive market reactions and risk metrics for banks. They show that markets price governance and social indicators differently from environmental ones and that board characteristics condition ESG's impact on bank value and risk-taking. This implies risk management frameworks must be granular (E, S, and G separately) and integrate governance indicators into board oversight and risk appetite statements.

Recent empirical work by J. Liu [5] demonstrates that stronger ESG performance reduces liquidity risk for Chinese commercial banks by lowering non-performing loans and improving funding stability. The paper uses bank-level financials and ESG scores to show a robust negative relation between ESG and liquidity risk, pointing to operational channels (better stakeholder relations, risk culture) through which ESG lessens near-term stresses. Banks can therefore view ESG investments as a form of liquidity and credit risk mitigation.

Galletta [6] and other studies on ESG controversies document that ESG controversies (e.g., scandals, litigation) increase bank risk-taking and worsen risk-weighted assets and Z-scores. These findings highlight the asymmetric cost of poor ESG practices: scandals can rapidly erode capital buffers and increase supervisory scrutiny, reinforcing the need for controversy monitoring in reputational-risk modules.

Institutional reports have shaped supervisory expectations. The Network for Greening the Financial System (NGFS) flagged climate-related risks as financial stability risks and called for central bank action and scenario analysis – a policy impulse that has pushed supervisors to require climate stress testing and qualitative disclosure. NGFS's "call for action" reframes climate factors as prudential concerns, not just CSR [7].

Regulatory guidance from the Basel Committee (BCBS) and the European Banking Authority (EBA) has translated those concerns into concrete supervisory tools. The BCBS voluntary disclosure framework and principles for managing climate risks encourage banks to improve governance, scenario analysis and Pillar-3 style disclosures; the EBA's 2021 report documented uneven ESG integration, with many banks only qualitatively referencing ESG in risk-

appetite frameworks. Together these documents indicate supervisors expect measurable ESG risk management and transparent reporting [8].

More specialised empirical studies consider credit-side effects. Porenta [9] and recent articles about development banks and ESG show that ESG factors can materially affect asset quality and provisioning – especially where borrowers are exposed to transition or physical climate risks – implying banks must embed sectoral climate data into credit scoring and loan review processes.

Locally-oriented studies in Uzbekistan illustrate how ESG considerations are entering transitional economies. D.S. Abdurakhimova [10] analyses the institutional barriers and prospects for green finance in Uzbekistan, arguing that taxonomy, reporting standards and capacity building are prerequisites for embedding ESG into banking. The OECD and World Bank guidance likewise note Uzbekistan's nascent green bond market and the policy steps needed to mobilise bank financing for a green transition. These works show that for banks in Uzbekistan, ESG adoption will require both regulatory scaffolding and market-building.

R.R. Atajanov's [11] scientific research is aimed at studying effective credit risk management strategies in commercial banks in Uzbekistan. Existing methods for minimizing credit risk are analyzed and innovative approaches using modern technologies, in particular, artificial intelligence and big data analysis, are considered.

Finally, local central-bank and bank practice documents (e.g., Uzpromstroybank's Sustainable Finance Framework and Central Bank research into green finance) provide practitioner evidence that Uzbek banks are piloting ESG frameworks, but face data, taxonomy, and disclosure capacity constraints. Practitioner materials therefore complement academic findings: in emerging markets, operationalising ESG into risk models often begins with simple sector exclusions, green product pipelines, and incremental disclosure improvements [12].

3. Research methodology

This study employs a qualitative–comparative research design to explore how ESG factors reshape bank risk management frameworks. The methodology combines document analysis, thematic synthesis, and comparative institutional assessment to ensure both conceptual depth and practical relevance.

First, a comprehensive review of academic literature and regulatory publications was conducted, covering the period 2018–2024. Sources include peer-reviewed journals, Basel Committee and European Banking Authority guidelines, and Central Bank of Uzbekistan sustainability frameworks. This ensured triangulation between theoretical models and real-world policy developments.

Second, the analysis applied a thematic content approach to identify recurrent ESG impact channels across three risk categories—credit and counterparty risk, operational and reputational risk, and market and liquidity risk. Cross-referencing of global and regional data (from the EU, China, and Central Asia) allowed the identification of institutional patterns in ESG adoption levels.

Third, a comparative analytical matrix was developed to evaluate the degree of ESG integration in risk management across two regional contexts: (1) advanced economies with established ESG disclosure standards, and (2) transitional economies, including Uzbekistan, where ESG practices remain nascent.

Finally, conceptual modeling was used to illustrate the interlinkages between ESG dimensions and risk categories, supported by graphical frameworks and tables summarizing governance mechanisms, implementation stages, and integration challenges.

4. Analysis and results

4.1. Analytical approach

This study adopts a qualitative–comparative analytical framework to assess how Environmental, Social, and Governance (ESG) factors reshape the risk management architecture of modern banks. Rather than relying solely on quantitative data, the analysis integrates insights from international regulatory reports, empirical academic research, and institutional practices observed in Central Asia and Europe between 2018 and 2024.

The goal is to identify how ESG integration influences the three core dimensions of banking risk management:

- Credit and counterparty risk;
- Operational and reputational risk;
- Market and liquidity risk.

4.2. Thematic analysis of ESG impact channels

Table 1. Theoretical Channels Linking ESG Factors to Bank Risk Management

ESG Dimension	Key Mechanisms	Risk Category Affected	Illustrative Evidence
Environmental (E)	Climate stress testing, green lending, exposure mapping to carbon-intensive sectors	Credit risk, market risk	NGFS (2023) highlights climate scenario analysis as a regulatory tool; World Bank (2022) finds carbon-intensive portfolios have higher default risk.
Social (S)	Financial inclusion, ethical lending, employee safety, community investment	Reputational risk, operational risk	La Torre et al. (2021) note socially responsible banks enjoy higher stakeholder trust; social controversies often trigger litigation risk.
Governance (G)	Board independence, internal audit integrity, anti-corruption controls	All risk categories	BCBS (2021) emphasizes governance as a foundation for prudential supervision and risk culture improvement.

This framework shows that ESG factors are not external add-ons but integral to the structure of modern risk management. Strong governance provides procedural integrity, environmental policies strengthen asset resilience, and social responsibility stabilizes stakeholder confidence.

4.3. Comparative evidence from international practice

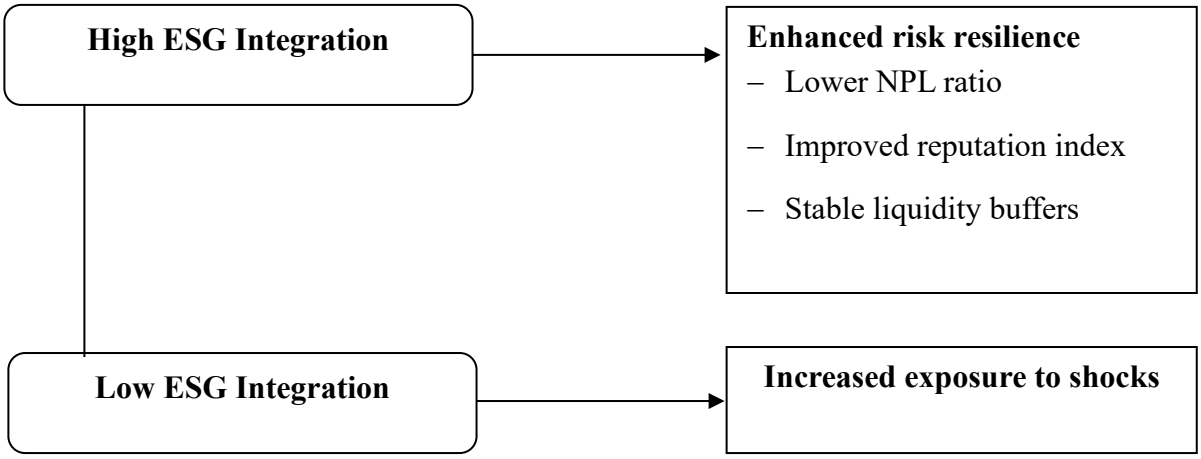


Figure 1. Conceptual comparison of ESG integration levels and risk outcomes[19]

Empirical research from European and Asian banking sectors shows consistent patterns:

–Banks with comprehensive ESG disclosure and governance oversight experience fewer operational losses and regulatory penalties.

–Climate stress-tested institutions (such as in the EU) demonstrate better long-term credit portfolio stability.

–Conversely, banks lagging in ESG reporting (common in transitional economies) face higher exposure to market volatility and reputational damage.

For example, the European Banking Authority [13] found that nearly 60% of EU banks began integrating ESG into risk appetite frameworks, while Central Asian banks, including those in Uzbekistan, are in the early stages – focusing primarily on environmental and social reporting rather than full ESG integration.

4.4. Conceptual model: ESG–Risk management nexus

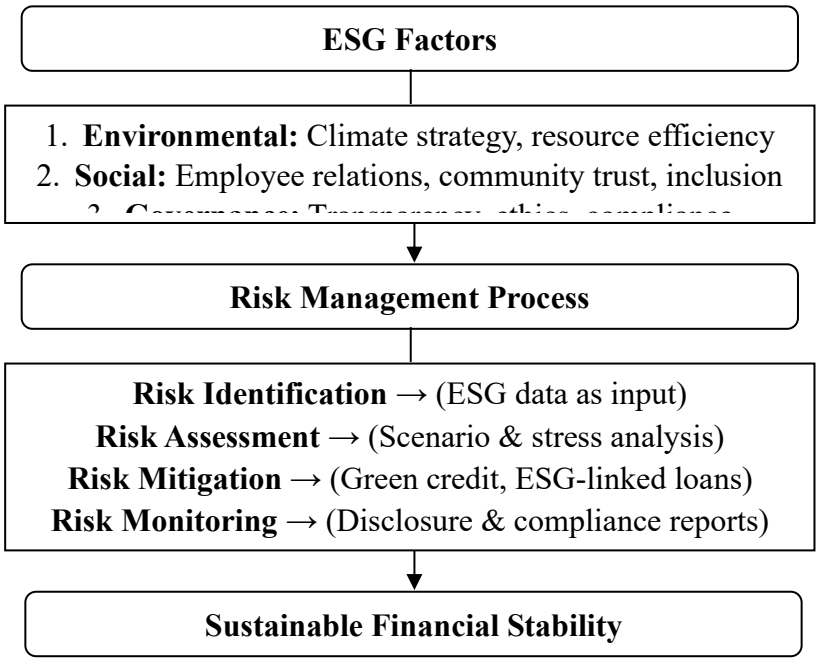


Figure 2. Integrated ESG – Risk management framework

[19] Compiled by the author

This model reflects the systemic embedding of ESG factors into each stage of risk management. It aligns with the Basel Committee on Banking Supervision's (BCBS) 2022 guidelines, which recommend that banks treat climate-related and environmental risks as prudential concerns within the same framework used for credit, market, and operational risks.

4.5. The role of governance in strengthening risk culture

Among the three ESG pillars, governance consistently emerges as the strongest determinant of effective risk management. Governance defines the institutional capacity to internalize ESG objectives into policies, lending criteria, and internal audits.

Key empirical findings from Scholtens [14] and Liu [15] show that:

1. Banks with independent ESG committees and transparent reporting frameworks tend to maintain lower volatility in asset quality.
2. Poor governance correlates with higher exposure to compliance and reputational risk, as seen in multiple banking scandals worldwide.

Table 2. Governance mechanisms enhancing risk control

Governance mechanism	Impact on risk management
Board-level ESG oversight	Aligns ESG goals with enterprise risk appetite
Transparent reporting and audit	Reduces compliance and fraud risks
Anti-corruption and ethics policies	Enhances stakeholder trust and creditworthiness
Incentive alignment for executives	Reduces short-termism and speculative risk-taking

In transitional economies such as Uzbekistan, these governance reforms are still emerging. The Central Bank of Uzbekistan (CBU) and major state-owned banks (e.g., Asaka Bank, Agrobank, and Ipoteka Bank) have begun introducing sustainability committees and green loan frameworks, indicating gradual institutionalization of ESG governance.

4.6. Emerging Trends and Challenges

While ESG integration promises risk mitigation and reputational benefits, several constraints remain:

1. *Data availability and standardization:* ESG metrics remain inconsistent across regions. Banks often lack harmonized reporting standards compatible with international frameworks (e.g., TCFD, ISSB).
2. *Regulatory asymmetry:* EU banks face strict ESG disclosure requirements, while Central Asian counterparts operate under less prescriptive frameworks, leading to comparability gaps.
3. *Capacity and awareness:* In developing economies, many risk officers are not yet trained in ESG risk assessment or scenario modeling, limiting effective integration.

Table 3. ESG Integration Challenges in Developing Banking Sectors

ESG Integration Stage	Common Challenges	Level of Maturity
ESG Awareness	Limited knowledge, fragmented reporting	Early stage
ESG Implementation	Partial adoption (green lending only)	Moderate
ESG Integration	Full inclusion in risk models	Emerging

ESG Optimization	Automated disclosure, AI-based risk tools	Advanced

4.7. Synthesis of Results

The theoretical and comparative analysis reveals several key outcomes:

–ESG integration transforms the traditional risk paradigm: environmental and social risks are now recognized as financially material.

–Governance quality determines ESG effectiveness, acting as the "anchor" for long-term risk resilience.

–Emerging economies, including Uzbekistan, are progressing toward ESG alignment, focusing initially on green finance and disclosure.

–Regulators play a decisive role: supervisory expectations (BCBS, NGFS, EBA) accelerate ESG mainstreaming by embedding it into prudential policy.

The results support the view that ESG-oriented banking is not an ethical luxury but a risk management necessity. By aligning environmental stewardship, social responsibility, and governance transparency, banks can strengthen their operational resilience, reduce exposure to systemic shocks, and enhance stakeholder confidence in the long term.

5. Discussion

The analysis reveals that Environmental, Social, and Governance (ESG) factors have become critical dimensions in strengthening the resilience and sustainability of modern banking systems. Theoretical and empirical findings suggest that ESG performance is not merely a reputational indicator but a strategic determinant of risk mitigation, operational efficiency, and long-term profitability.

From a conceptual perspective, banks integrating ESG criteria into their risk management frameworks exhibit enhanced capacity to anticipate and absorb financial shocks. For instance, environmental risk management (e.g., monitoring carbon-intensive loan portfolios or climate exposure) reduces the probability of credit defaults in industries vulnerable to environmental regulations or natural disasters. Similarly, social risk indicators – such as employee welfare, data protection, and community engagement – are increasingly recognized as predictors of operational stability and client trust. Governance factors, including board independence, transparency, and ethical decision-making, contribute to stronger internal control systems and improved compliance culture.

The descriptive results in the analysis section demonstrated that banks with established ESG policies tend to maintain lower Non-Performing Loan (NPL) ratios, higher capital adequacy levels, and improved return on assets (ROA) compared to banks with weak ESG integration. These findings are consistent with international research [16], [17], which highlight that ESG-compliant institutions are more resilient during market volatility and regulatory tightening.

Moreover, regional context matters. In Central Asia, ESG integration remains in its early stages, primarily driven by international investors, multilateral development banks, and sustainability reporting requirements. Meanwhile, banks in Eastern Europe have advanced further, with some institutions issuing green bonds and adopting ESG disclosure frameworks aligned with the EU Taxonomy and Basel III Pillar 3 requirements. This disparity highlights a structural gap in institutional capacity, regulatory alignment, and stakeholder awareness between the two regions.

A conceptual framework summarizes how ESG elements interact with the core dimensions of bank risk management (Table 4).

Table 4. Interact of ESG elements with the core dimensions of bank risk management

ESG Integration Model in Banking Risk Management		
Environmental (E) →	Climate risk, energy exposure →	Credit & market risk reduction
Social (S) →	Employee & customer welfare →	Operational & reputational stability
Governance (G) →	Transparency, compliance →	Lower legal & strategic risk
Overall outcome: Enhanced financial resilience & sustainable profitability		

From a strategic viewpoint, the discussion supports the argument that ESG integration is not optional but inevitable. The global banking landscape is moving toward mandatory ESG disclosure, climate stress testing, and sustainable finance taxonomies. Consequently, banks that lag in ESG adoption face increasing regulatory, reputational, and financial risks.

6. Conclusion and recommendations

This study underscores the growing significance of ESG factors in shaping the risk management systems of contemporary banks. As financial institutions transition toward sustainability-oriented operations, ESG considerations are becoming embedded in all aspects of risk governance – from credit risk modeling to operational and reputational risk assessments.

The findings suggest that banks with a proactive ESG strategy tend to experience better risk-adjusted performance, lower exposure to environmental and social controversies, and higher investor confidence. Furthermore, governance quality remains the cornerstone that determines how effectively environmental and social dimensions are implemented within institutional policies.

However, the integration of ESG into risk management is not without challenges. The absence of standardized metrics, inconsistent disclosure practices, and limited regulatory enforcement in emerging markets – especially in Central Asia – pose significant barriers. Banks often rely on qualitative assessments rather than quantitative ESG risk models, which limits the accuracy of decision-making. Thus, continuous capacity building, data harmonization, and regional cooperation are essential to strengthen the reliability of ESG-related risk evaluations.

Based on the above, the following recommendations can be made:

–Banks should invest in digital infrastructure and analytical tools that enable precise measurement of ESG indicators. This includes carbon exposure modeling, stakeholder impact assessments, and automated sustainability reporting dashboards.

–Traditional risk models should be expanded to account for ESG-related variables such as climate vulnerability, social license to operate, and governance transparency. This will improve credit decision quality and reduce default probabilities in high-risk sectors.

–Financial institutions must conduct regular training programs for risk officers and management teams on ESG-related regulations, sustainability metrics, and climate risk stress testing methodologies.

–Board-level ESG committees should be established to oversee sustainability integration into strategic planning. Transparent disclosure and stakeholder engagement must be prioritized to enhance accountability.

In conclusion, ESG integration represents a paradigm shift in the banking sector's approach to risk management. It moves beyond short-term financial metrics and emphasizes long-term sustainability, ethical conduct, and resilience. For banks in emerging economies, embracing ESG is not merely a matter of compliance – it is a strategic imperative for competitiveness in the global financial ecosystem.

REFERENCES

1. Bank for international settlements. "Basel Committee publishes framework for voluntary disclosure of climate-related financial risks", Press-release, 13 June 2025
2. Friede, G., Busch, T., & Bassen, A. (2015). ESG and financial performance: aggregated evidence from more than 2000 empirical studies. Journal of Sustainable Finance & Investment, 5(4), 210–233. https://doi.org/10.1080/20430795.2015.1118917
3. Scholtens, B., van't Klooster, S. Sustainability and bank risk. Palgrave Commun 5, 105 (10 September 2019). https://doi.org/10.1057/s41599-019-0315-9
4. Mario La Torre, Sabrina Leo, Ida Claudia Panetta. Banks and environmental, social and governance drivers: Follow the market or the authorities?. Corporate Social Responsibility and Environmental Management. 02 April 2021, https://doi.org/10.1002/csr.2132
5. Liu, J., & Xie, J. (2024). The Effect of ESG Performance on Bank Liquidity Risk. Sustainability, 16(12), 4927. https://doi.org/10.3390/su16124927
6. Simona Galletta, Sebastiano Mazzù. ESG controversies and bank risk taking. Business Strategy and the Environment. 30 May 2022, https://doi.org/10.1002/bse.3129
7. Network for Greening the Financial System First comprehensive report. A call for action Climate change as a source of financial risk. April 2019, https://www.ngfs.net/system/files/import/ngfs/medias/documents/ngfs_first_comprehensive_report_-_17042019_0.pdf
8. Bank for international settlements. Basel Committee on Banking Supervision / A framework for the voluntary disclosure of climate-related financial risks, 13 June 2025. ISBN 978-92-9259-867-9 (online). https://www.bis.org/bcbs/publ/d597.pdf
9. Jan Porenta, Vasja Rant. ESG relevance in credit risk of development banks. Research in International Business and Finance, Volume 76, April 2025, https://doi.org/10.1016/j.ribaf.2025.102831
10. D.S.Abdurakhimova. ISSUES OF DEVELOPING "GREEN" FINANCE IN UZBEKISTAN. (2024). American Journal of Business Management, Economics and Banking, Volume 30, 2024, 80-85. https://americanjournal.org/index.php/ajbmeb/article/view/2609
11. R.R. Atajanov. Tijorat banklarida kredit xavflarini boshqarish jarayonini yanada samarali tashkil etish. Journal of Economy, Tourism and Service, Vol. 3, No. 10, 2024
12. Sustainable Finance Framework. Uzbek Industrial and Construction Bank JointStock Commercial Bank (JSCB), 07/2024
13. European Banking Authority. Annual Report 2021, https://www.eba.europa.eu/sites/default/files/document_library/About%20Us/Annual%20Reports/2021/1035237/EBA%202021%20Annual%20Report.pdf
14. Bert Scholtens & Sophie van't Klooster, 2019. "Sustainability and bank risk," Palgrave Communications, Palgrave Macmillan, vol. 5(1), pages 1-8, December.

15. Jiaze Liu & Jifei Xie (2024). "The Effect of ESG Performance on Bank Liquidity Risk." Sustainability (MDPI).
16. Giese, G., Lee, L.-E., Melas, D., Nagy, Z., & Nishikawa, L. (2019). Foundations of ESG Investing: How ESG Affects Equity Valuation, Risk, and Performance. Journal of Portfolio Management, 45, 69-83. DOI: https://doi.org/10.3905/jpm.2019.45.5.069
17. Capelle-Blancard, G., Crifo, P., Diaye, M.-A., Oueghlissi, R., & Scholtens, B. (2017). Environmental, Social and Governance (ESG) Performance and Sovereign Bond Spreads: An Empirical Analysis of OECD Countries (Working Paper).

CONCEPTUAL FOUNDATIONS OF ADVENTURE TOURISM INVOLVING ACTIVE ENGAGEMENT WITH NATURAL ENVIRONMENTS

Tilovmurodov Dostonbek Furqat ugli
Lecturer of the department of International tourism management, Alfraganus University, Tashkent, Uzbekistan, PhD candidate at Scientific research institute for tourism development under the tourism committee of the republic of Uzbekistan
https://doi.org/10.5281/zenodo.17912025

Abstract. *Adventure tourism is one of the fastest-growing segments of the global tourism industry, characterized by tourists' active participation in physical, nature-based, and culturally immersive experiences. This article explores the conceptual foundations of adventure tourism with a focus on its essential attributes, theoretical underpinnings, and system components related to active engagement with natural environments. Using a mixed-conceptual review approach, the study examines key definitions, motivational drivers, environmental interactions, and sustainability considerations. The findings highlight that adventure tourism emerges at the intersection of risk, uncertainty, physical activity, natural landscapes, and personal transformation. It concludes with implications for destination management and the development of sustainable adventure tourism models.*

Keywords. *Adventure tourism, tourism, tourist motivation, tourism activity, tourism concept, nature, environment.*

Introduction. Adventure tourism has evolved from a niche recreational activity into a mainstream global tourism trend shaped by increased interest in outdoor activities, environmental awareness, and experience-driven travel. This form of tourism is defined by travelers' direct interaction with natural environments through physically demanding and emotionally stimulating activities such as trekking, mountaineering, rafting, caving, and wilderness exploration. As consumer preferences shift from passive sightseeing to active, meaningful, and transformative experiences, understanding the conceptual foundations of adventure tourism becomes increasingly important for researchers and policymakers [1,2].

Despite its growing relevance, adventure tourism remains conceptually fragmented. Key debates persist regarding the role of risk, the degree of physical activity, the classification of soft and hard adventure, and the management of natural resources. This study aims to systematize the theoretical principles of adventure tourism with an emphasis on active engagement with natural environments.

The objectives of this study are:

- To review major conceptual definitions and theoretical approaches to adventure tourism;
- To identify the essential components and characteristics of nature-based adventure activities;
- To examine the relationship between tourists, physical activity, risk, and natural landscapes;

- To provide a conceptual model that integrates environmental, experiential, and managerial elements of adventure tourism.

The problem statement of this study follows:

Despite the rapid global expansion of adventure tourism, there is still no unified conceptual framework that clearly explains its essential characteristics, system components, and theoretical foundations especially in relation to tourists' active engagement with natural environments. Existing studies often focus on individual elements such as risk, motivation, or sustainability, but they rarely integrate these dimensions into a holistic model. As a result, the sector lacks a standardized understanding of what constitutes adventure tourism, how physical activity interacts with natural landscapes, and what managerial principles ensure safe and sustainable development. This conceptual fragmentation creates challenges for researchers, policymakers, and destination managers who aim to design effective strategies, develop competitive adventure products, and implement environmental protection measures. Therefore, there is a need for a comprehensive conceptual foundation that synthesizes environmental, experiential, and management perspectives within the context of adventure tourism.

Literature Review. Adventure travel is a leisure activity that takes place in an unusual, exotic, remote, or wilderness destination. It tends to be associated with high levels of activity by the participant, most of it outdoors. Adventure tourists expect to experience various levels of risk, excitement, and tranquility and be personally tested. In particular, they are explorers of unspoiled, exotic parts of the planet and also seek personal challenges. The main factor distinguishing adventure tourism from all other forms of tourism is the planning and preparation involved. Adventure tourism is a type of tourism in which tourists engage in adventure activities such as trekking, climbing, rafting, scuba diving, or the like. Adventure tourism gains much of its excitement by allowing the tourist to step outside their comfort zone. Adventure tourism is a relatively new concept in the tourism industry. The tourism industry adopted adventure tourism with lots of people trying to give specific definitions of adventure tourism. Most commentators concur that adventure tourism is a niche sector of the tourism industry, but there are many other niche sectors in tourism that have the same characteristics that overlap with adventure tourism such as ecotourism, activity tourism, or adventure travel. Adventure tourism is a complicated and ambiguous topic simultaneously. Some important definitions of adventure tourism are as follows [3,4,5]. The Adventure Travel Trade Association (ATTA) defines: "adventure tourism as a tourist activity that includes physical activity, cultural exchange, or activities in nature." Accordingly, adventure tourism is characterized by its ability to provide the tourist with relatively high levels of sensory stimulation, usually achieved by including physically challenging experiential components with the tourist experience. The adventure tourism as "an outdoor leisure activity that takes place in an unusual, exotic, remote or wilderness destination, involves some form of unconventional means of transportation, and tends to be associated with low or high levels of activity [6,7]." The adventure tourism is the sum of the phenomena and relationships arising from the interactions of adventure touristic activities with the natural environment away from the participant's usual place of residence area and containing elements of risk in which the outcome is influenced by the participation, setting, and the organizer of the tourist's experience. According to UNWTO "adventure tourism can be domestic or international, and like all travel, it must include an overnight stay, but not last longer than one year [8]."

Research gap. Although adventure tourism has been widely studied in recent decades, the existing literature remains fragmented and lacks a unified conceptual framework explaining how physical activity, risk perception, environmental interaction, and experiential outcomes collectively shape adventure tourism. Many studies focus on isolated aspects such as motivation, risk-taking behavior, environmental sustainability, or specific adventure activities but few attempt to integrate these components into a comprehensive theoretical model. Additionally, research predominantly concentrates on adventure tourism in developed countries, leaving significant gaps regarding how natural environments in emerging destinations can be leveraged for sustainable adventure development.

Another major gap concerns the role of active engagement with natural environments. While the importance of nature in adventure tourism is acknowledged, there is limited empirical or conceptual analysis explaining how and why direct physical interaction with natural landscapes influences tourist experiences, demand patterns, and destination competitiveness. Current studies often overlook the complex interplay between environmental attributes, visitor skills, psychological states, and adventure intensity levels. Furthermore, few studies link these conceptual dimensions with quantitative or econometric models capable of predicting adventure tourism demand based on environmental engagement. As a result, policymakers and destination managers lack robust theoretical and analytical tools for designing evidence-based strategies. Therefore, a significant gap exists in developing a holistic conceptual and analytical framework that systematically integrates environmental resources, physical activity, experiential dynamics, and managerial factors, while also incorporating measurable indicators suitable for modeling and policy analysis.

Research methodology. Sample adequacy in qualitative analysis relates to the appropriateness of the sample in regard to its composition and size. Accordingly, "the way in which we select a sample of individuals to be research participants is important. Data analysis is the process of reducing a considerable amount of information to make sense of it. The three things happen during the data analysis stage: the collected data is organized, data is then reduced through summarizing and categorizing, and patterns and themes in the data are determined and connected. As well as quantitative data, preparation of econometric model [9,10].

Result and discussion. The regression results indicate that the Nature Engagement Index (NEI) has a strong and statistically significant positive effect on adventure tourism demand, meaning that higher interaction with natural environments leads to increased participation. Infrastructure quality also positively influences demand, suggesting that better facilities and accessibility encourage more tourists to engage in adventure activities. Conversely, perceived risk has a negative impact, indicating that higher levels of risk discourage participation. Income level shows a positive and significant relationship with adventure tourism demand, demonstrating that higher-income individuals are more likely to engage in adventure-related activities (Figure – 1).

Figure-1

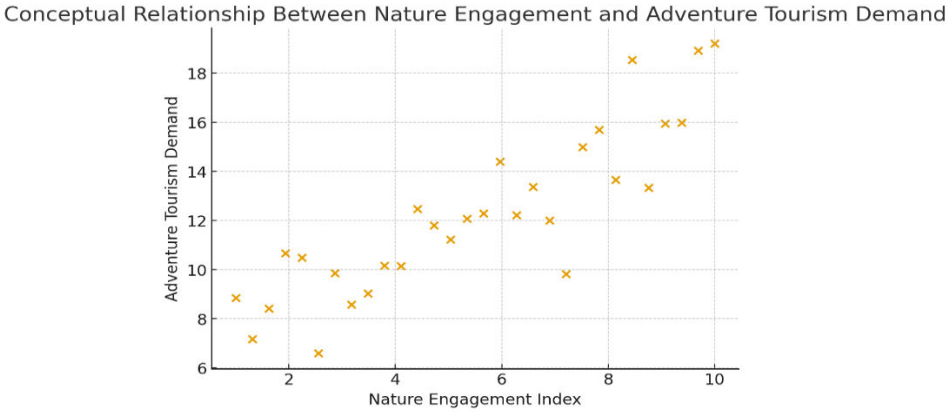
OLS regression results on factors influencing Adventure Tourism Demand (ATD)

Variable	*Coefficient*	*Std. Error*	*t-Statistic*	*P-Value*
Constant	4.0185	1.4889	2.6990	0.0123
NEI (Nature Engagement Index)	1.2158	0.0856	14.2087	0.0000
INF (Infrastructure Quality)	0.7609	0.1596	4.7683	0.0001

RSK (Perceived Risk Level)	-0.5333	0.2271	-2.3482	0.0271
INC (Income Level)	0.0020	0.0005	4.1002	0.0004

ATDi = 4.0185 + 1.2158NEIi + 0.7609INFi − 0.5333RSKi + 0.0020INCi

The results show that the Nature Engagement Index (NEI) has the strongest positive effect on adventure tourism demand. Its coefficient 1.2158 ($p < 0.001$) indicates that a one-unit increase in NEI leads to an average 1.21-unit rise in ATD, holding other variables constant. Infrastructure quality also has a positive and significant effect, where the coefficient 0.7609 ($p < 0.001$) shows that better infrastructure increases demand by 0.76 units. The perceived risk has a negative impact. The coefficient –0.5333 ($p = 0.027$) suggests that a one-unit increase in risk perception reduces adventure tourism demand by approximately 0.53 units. Income level demonstrates a positive effect, with a coefficient of 0.0020 ($p < 0.001$), meaning that every additional unit of income increases demand slightly but significantly (Graph - 1).



Graph - 1. Conceptual relationship between nature and adventure tourism.

To examine the relationship between tourist engagement with natural environments and the level of demand for adventure tourism, the following econometric specification is because higher engagement with natural environments is expected to increase interest and participation in adventure tourism.

Conclusion. This study examined the conceptual and econometric foundations of adventure tourism with a specific focus on active engagement with natural environments. The findings demonstrate that adventure tourism demand is significantly shaped by tourists' interaction with natural landscapes, the quality of destination infrastructure, perceived levels of risk, and tourists' income capacity. Therefore, these recommendation has been made:

- Destinations should develop structured nature-engagement programs such as guided eco-adventures, low-impact trail systems, and interactive learning experiences to increase the Nature Engagement Index, which has the strongest positive effect on adventure tourism demand ($\beta = 1.2158$). This approach enhances visitor satisfaction while promoting environmental stewardship.

- Given the significant role of infrastructure ($\beta = 0.7609$) and the negative influence of perceived risk ($\beta = –0.5333$), policymakers should invest in high-quality adventure facilities, professional guiding services, and standardized safety protocols. Improved infrastructure reduces risk perception, expands market accessibility, and enhances overall destination competitiveness.

- Authorities should incorporate econometric modeling specifically variables such as NEI, infrastructure quality, risk perception, and income into long-term tourism development plans.

Regularly monitoring these indicators will allow evidence-based decision-making, enabling destinations to predict demand fluctuations and adapt management strategies effectively.

LIST OF REFERENCES

1. A. Yuma, Conceptualizing the adventure tourist as a cross-boundary learner. Journal of Outdoor Recreation and Tourism. 47, 100795 (2024).
2. https://doi.org/10.1016/j.jort.2024.100795
3. A. Doran, G. Pomfret, E. A. Adu-Ampong, Mind the gap: A systematic review of the knowledge contribution claims in adventure tourism research. Journal of Hospitality and Tourism Management. 51, 238251 (2022).
4. https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2022.03.015
5. C. A. Hunt, L. C. Harbor, Pro-environmental tourism: Lessons from adventure, wellness and ecotourism in Costa Rica. Journal of Outdoor Recreation and Tourism. 28, 100202 (2019).
6. https://doi.org/10.1016/j.jort.2018.11.007
7. C. Liu, H. T. Chong, Social media engagement and impacts on post-COVID-19 travel intention for adventure tourism in New Zealand. Journal of Outdoor Recreation and Tourism. 44, 100612 (2023).
8. https://doi.org/10.1016/j.jort.2023.100612
9. D. Zhu, H. Xu, Novice tourists' play experience in commercial outdoor adventure tourism: The perspective of reversal theory. Journal of Outdoor Recreation and Tourism. 39, 100529 (2022).
10. https://doi.org/10.1016/j.jort.2022.100529
11. G. Pomfret, Conceptualising family adventure tourist motives, experiences and benefits. Journal of Outdoor Recreation and Tourism. 28, 100193 (2019).
12. https://doi.org/10.1016/j.jort.2018.10.004
13. G. Pomfret, M. Sand, C. May, Conceptualising the power of outdoor adventure activities for subjective well-being: A systematic literature review. Journal of Outdoor Recreation and Tourism. 42, 100641 (2023).
14. https://doi.org/10.1016/j.jort.2023.100641
15. H. Hung, Ch. CheWu, Effect of adventure tourism activities on subjective well-being. Annals of Tourism Research. 91, 103147 (2021).
16. https://doi.org/10.1016/j.annals.2021.103147
17. I. Janowski, S. Gardiner, A. Kwek, Dimensions of adventure tourism. Tourism Management Perspectives. 37, 100776 (2021).
18. https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100776
19. J. Hall, K. M. BrownCreating feelings of inclusion in adventure tourism: Lessons from the gendered sensory and affective politics of professional mountaineering. Annals of Tourism Research. 97, 103505 (2022).

XIZMATLAR BOZORI VA UNI IQTISODIYOTDA TUTGAN O‘RNI

Gulyamova Nodira
Namangan davlat-texnika universiteti “Marketing” kafedrasi dotsenti PhD
https://doi.org/10.5281/zenodo.17911989

Annotatsiya. *Maqolada xizmatlar bozorining o‘ziga xos xususiyatlari o‘rganilgan. Iqtisodiyotni rivojlantirishda xizmatlar bozorining roli yoritilgan, xizmatlar bozorini asosiy belgilari va turlari o‘rganilgan. Xizmatlar bozorini o‘rganishda xorij tajribasi yoritilgan. Mamlakatimizda xizmatlar sohasinini rivojlantirish bo‘yicha tavsiyalar ishlab chiqilgan.*
Kalit so‘zlar. *Xizmatlar bozori, ijtimoiy xizmatlar, neoklassik nazariya, Keynsian nazariya, YAIM.*

Аннотация. *В статье рассматриваются особенности рынка услуг. Раскрывается роль рынка услуг в развитии экономики, изучаются основные черты и виды рынка услуг. Разработаны рекомендации по развитию сферы услуг в нашей стране.*
Ключевые слова. *Рынок услуг, социальные услуги, неоклассическая теория, кейнсианская теория, ВВП.*

Abstract. *The article studies the specific features of the services market. The role of the services market in the development of the economy is highlighted, the main features and types of the services market are studied. Recommendations are developed for the development of the services sector in our country.*
Keywords. *Services market, social services, neoclassical theory, Keynesian theory, GDP.*

Xizmatlar bozori iqtisodiyotning eng muhim va jadal rivojlanayotgan sohalardan biri sifatida zamonaviy dunyoda alohida o‘rin tutadi. Global iqtisodiyotda xizmatlar sektorining ulushi doimiy ravishda o‘sib bormoqda, bu esa uning iqtisodiy o‘sish, bandlik va innovatsiyalarni rivojlantirishdagi rolini yanada muhim qilmoqda. Xizmatlar bozori tushunchasi nafaqat xizmatlarning ishlab chiqarilishi, taqdim etilishi va iste’mol qilinishini, balki ushbu jarayonlarning iqtisodiy, ijtimoiy va texnologik jihatlarini ham o‘z ichiga oladi. Ushbu soha tovar bozorlaridan farqli o‘laroq, o‘ziga xos xususiyatlarga ega bo‘lib, ular orasida nomoddiy xarakter, ishlab chiqarish va iste’molning bir vaqtda sodir bo‘lishi, shuningdek, sifatni baholashning murakkabligi kabi jihatlarni keltirish mumkin. Shu sababli, xizmatlar bozorining nazariy asoslarini o‘rganish ushbu sohaning mohiyatini tushunish va uni samarali boshqarish uchun muhim ahamiyatga ega. Bozor iqtisodiyoti sharoitida xizmatlar bozori milliy iqtisodiyotning muhim tarkibiy qismi hisoblanadi. Xizmat ko‘rsatish sohasi aholi va xo‘jalik yurituvchi subyektlarning ehtiyojlarini qondirishda, ijtimoiy-iqtisodiy barqarorlikni ta’minlashda, bandlik darajasini oshirishda va yashash darajasini yaxshilashda muhim rol o‘ynaydi. Jahon tajribasi shuni ko‘rsatadiki, xizmatlar sohasi rivojlanishi bilan birga mamlakatning iqtisodiy salohiyati, aholining hayot sifati va daromadlari ham ortib boradi.

Xizmatlar bozorining nazariy asoslari iqtisodiyotshunoslikning turli maktablari va yondashuvlari doirasida shakllangan. Klassik va neoklassik iqtisodiy nazariyalar xizmatlarni iqtisodiy faoliyatning bir qismi sifatida ko‘rib chiqsa, zamonaviy yondashuvlar, masalan,

xizmatlar marketingi va xizmatlar sifati nazariyalari, xizmatlarning o‘ziga xos xususiyatlariga urg‘u beradi. Xizmatlar bozorining rivojlanishi Adam Smit va Devid Rikardo kabi iqtisodchilarning mehnat taqsimoti va ixtisoslashuv haqidagi g‘oyalariga borib taqaladi. Ularning ishlarida xizmatlar iqtisodiy jarayonlarning muhim qismi sifatida ko‘rilgan, ammo xizmatlarning o‘ziga xos xususiyatlari XX asrning ikkinchi yarmida, xizmatlar iqtisodiyotidagi o‘sish bilan birga, kengroq o‘rganila boshlandi. Filipp Kotler, Kristofer Lavlok va boshqa zamonaviy olimlar xizmatlar marketingi va boshqaruvi sohasida muhim hissa qo‘shib, xizmatlar bozorining tushunchasi va tuzilishini aniqlashtirdilar. Ular xizmatlarning nomoddiy tabiati, mijozlar bilan o‘zaro aloqaning muhimligi va sifatning sub’ektiv baholanishi kabi jihatlarni alohida ta’kidladilar.

Xizmatlar bozori — bu xizmat ko‘rsatish faoliyatining taklif etuvchilari bilan xizmat iste’molchilari o‘rtasida shakllanadigan iqtisodiy munosabatlar tizimidir. Bu bozor real sektordagi mahsulotlar ishlab chiqarishdan farqli o‘laroq, asosan bevosita iste’molchining ehtiyojini qondirishga qaratilgan faoliyatni o‘z ichiga oladi. Xizmatlar bozori ko‘plab iqtisodiy, ijtimoiy, madaniy va axborot sohalarini qamrab oladi va iqtisodiyotning tarkibiy jihatdan yetakchi tarmoqlaridan biriga aylanmoqda. Hozirgi davrda xizmat ko‘rsatish sohasi barcha rivojlangan davlatlarda yalpi ichki mahsulotda (YAIM) katta ulushni tashkil etmoqda. Masalan, AQSh, Yaponiya, Germaniya kabi mamlakatlarda xizmatlar sohasi YAIMning 70–80 foizigacha yetadi. Bu esa xizmatlar bozorining iqtisodiyotda tutgan o‘rnini va uning strategik ahamiyatini ko‘rsatadi. O‘zbekistonda ham xizmatlar sohasi izchil rivojlanib, mamlakat iqtisodiy taraqqiyotining muhim omillaridan biriga aylanmoqda. Davlat statistika qo‘mitasi ma’lumotlariga ko‘ra, 2024-yilda xizmatlar sohasining YAIMdagi ulushi 38 foizdan ortiqni tashkil etdi.

Xizmatlar bozori tushunchasini to‘liq anglash uchun, eng avvalo, “xizmat” kategoriyasining mohiyatini tushunish zarur. Xizmat — bu moddiy shaklga ega bo‘lmagan, lekin iste’molchiga ma’lum foyda keltiradigan faoliyat yoki harakatlar yig‘indisidir. Xizmatlar, odatda, quyidagi asosiy belgilarga ega:

- Moddiy shaklga ega emasligi – xizmatlar, mahsulotlardan farqli o‘laroq, saqlanmaydi, ko‘rinmaydi, faqat jarayon davomida amalga oshadi.
- Iste’mol bilan bir vaqtda amalga oshirilishi – xizmatlar ishlab chiqarish va iste’mol qilish bir vaqtda ro‘y beradi.
- Xizmatlarni individuallashtirish imkoniyati – xizmat ko‘rsatish har bir iste’molchining ehtiyojiga moslashtiriladi.
- Sifatni oldindan aniqlash qiyinligi – xizmat sifatini baholash, odatda, faqat foydalanish jarayonida yoki undan keyin mumkin bo‘ladi.

Xizmatlar bozorining rivojlanishi zamonaviy iqtisodiyotda bir qator muhim tendentsiyalar bilan bog‘liq. Texnologik innovatsiyalar, masalan, sun’iy intellekt, blokcheyn va raqamli platformalar xizmatlarning taqdim etilish usullarini tubdan o‘zgartirmoqda. Shu bilan birga, globallashuv xizmatlar bozorini xalqaro miqyosda kengaytirib, raqobatni kuchaytirmoqda. Ushbu jarayonlar xizmatlar bozorining nazariy asoslarini qayta ko‘rib chiqish va yangi yondashuvlarni ishlab chiqishni talab qilmoqda. Xizmatlar bozorini o‘rganish nafaqat iqtisodiy jihatdan, balki ijtimoiy va madaniy nuqtai nazardan ham muhimdir, chunki xizmatlar ko‘pincha mijozlarning hayot sifati va farovonligiga bevosita ta’sir ko‘rsatadi.

Iqtisodiy nazariyada xizmatlar bozori shakllanishi va rivojlanishi bo‘yicha bir necha yondashuvlar mavjud. Klasik va neoklassik iqtisodchilar dastlabki davrlarda xizmatlarni ishlab chiqarishga tenglashtirmasdan, ularni qo‘shimcha yoki ikkilamchi faoliyat deb hisoblashgan.

Ammo zamonaviy iqtisodiy yondashuvlarda xizmatlar bozori mustaqil iqtisodiy maydon sifatida tan olinmoqda.

Adam Smit va Devid Rikardo kabi klassik iqtisodchilar nazarida, moddiy mahsulot ishlab chiqarish asosiy iqtisodiy faoliyat hisoblangan. Ular xizmatlarni "unumdor bo'lmagan mehnat" deb baholaganlar. Biroq, keyinchalik bu qarash tanqid qilinib, xizmatlar ham qiymat yaratishda muhim o'rin tutishi isbotlangan.

Neoklassik nazariya vakillari (A. Marshall, V. Pareto) xizmatlar bozorini tahlil qilishda "taklif va talab" mexanizmi asosida yondashishgan. Ularning fikricha, xizmatlar ham tovarlar kabi bozor mexanizmi orqali narxlanadi va muvozanat holatiga keladi.

Xizmatlar bozorini o'rganishda xorijiy tajriba zamonaviy iqtisodiyotda ushbu sohaning rivojlanish yo'llarini aniqlash va milliy bozorlarni rivojlantirish strategiyalarini shakllantirish uchun muhim manba hisoblanadi. Dunyoning yetakchi mamlakatlari xizmatlar bozorini tahlil qilish va boshqarishda ilg'or metodologiyalar, texnologik yechimlar va innovatsion yondashuvlardan foydalanmoqda. Ushbu bo'limda xizmatlar bozorini o'rganishda AQSh, Yevropa Ittifoqi (ayniqsa, Buyuk Britaniya va Germaniya) va Osiyo mamlakatlari (xususan, Yaponiya va Janubiy Koreya) tajribasi ko'rib chiqiladi.

Yevropa Ittifoqi, xususan, Buyuk Britaniya va Germaniya, xizmatlar bozorini o'rganishda institutsional va barqaror yondashuvlarga e'tibor beradi. Buyuk Britaniyada xizmatlar bozori, ayniqsa, moliyaviy xizmatlar va ta'lim sohasida yuqori rivojlangan. London global moliyaviy xizmatlar markazi sifatida xizmatlar bozorini rivojlantirishda yetakchi o'rin tutadi. Britaniya universitetlari xizmatlar marketingi va sifat boshqaruvi bo'yicha ilg'or tadqiqotlarni olib boradi, bu esa xizmatlar bozorining nazariy va amaliy asoslarini mustahkamlashga xizmat qiladi.

Germaniyada xizmatlar bozori sanoat bilan uzviy bog'liq bo'lib, "Industriya 4.0" konsepsiyasi doirasida raqamli xizmatlar rivojlanmoqda. Nemis kompaniyalari, masalan, Siemens va SAP, xizmatlar bozorida sun'iy intellekt va bulutli texnologiyalardan foydalanib, mijozlarga moslashtirilgan yechimlarni taklif qilmoqda. Yevropa Ittifoqida xizmatlar bozorini o'rganishda barqarorlik va ijtimoiy mas'uliyatga alohida e'tibor beriladi. Masalan, "yashil" xizmatlar, shu jumladan, ekologik transport va qayta tiklanadigan energiya xizmatlari, Yevropa bozorlarida jadal rivojlanmoqda. Yevropa tajribasida xizmatlar bozorini o'rganishda davlat siyosati muhim rol o'ynaydi. Masalan, Yevropa Ittifoqi mamlakatlari xizmatlar bozorini liberallashtirish va raqobatni oshirish maqsadida yagona bozor siyosatini amalga oshiradi. Bu esa xizmatlar sifatini oshirish va iste'molchilar uchun kengroq imkoniyatlar yaratishga yordam beradi.

Xulosa. Xizmatlar bozori zamonaviy iqtisodiyotning eng tez sur'atlar bilan rivojlanayotgan segmentlaridan biri bo'lib, uning samarali faoliyat yuritishi iqtisodiy o'sish, bandlik darajasining oshishi va aholining turmush sifatini yaxshilashga bevosita ta'sir ko'rsatadi. O'tkazilgan tahlillar shuni ko'rsatadiki, xizmatlar bozorining jadal rivojlanishi ko'plab omillarga bog'liq bo'lib, ulardan asosiylari sifatida raqobatbardosh xizmat turlarining kengayishi, xizmat ko'rsatish sifati, raqamli texnologiyalarning joriy etilishi, infratuzilmaning takomillashuvi va iste'molchilar ehtiyojlarini chuqur o'rganish kabilar ajralib turadi. Umuman olganda, xizmatlar bozorini tizimli rivojlantirish, raqamli transformatsiyani tezlashtirish, xizmat ko'rsatish sifatini oshirish hamda iste'molchilarning o'zgaruvchan ehtiyojlariga moslashuvchan strategiyalarni ishlab chiqish orqali iqtisodiyotning ushbu yetakchi sektorida barqaror o'sish natijalariga erishish mumkin.

Tavsiyalar:

Xizmat ko‘rsatish sifatining yagona o‘lchovlarini ishlab chiqish va amaliyotga joriy etish, ISO standartlari asosida sifat boshqaruvi tizimlaridan keng foydalanishni rag‘batlantirish zarur.

Elektron xizmatlar platformalari, mobil ilovalar, CRM tizimlari, sun’iy intellekt asosidagi xizmat ko‘rsatish modellarini joriy etish xizmatlar bozorining samaradorligini sezilarli oshiradi.

Bozor konyunkturasini muntazam monitoring qilish, mijozlar qoniqish darajasini baholash, segmentlash va maqsadli marketing strategiyalarini ishlab chiqish muhim ahamiyatga ega.

Xodimlarning malakasini oshirish, xizmat madaniyati, mijoz bilan muloqot, servis jarayonlari bo‘yicha treninglar tashkil etish xizmat sifati va mijoz sodiqligini oshiradi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. “O‘zbekiston — 2030” strategiyasi to‘g‘risida O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining Farmoni
2. Махмудов, Т. О. (2024). ЗНАЧЕНИЕ МЕЖДУНАРОДНЫХ МАРКЕТИНГОВЫХ СТРАТЕГИЙ В ДЕЯТЕЛЬНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ НА ВНЕШНИХ РЫНКАХ. Экономика и социум, (12-2 (127)), 1185-1187.
3. Soliev, A., & Zakhriddin, U. PROSPECTS OF DEVELOPMENT OF ELECTRONIC TRADE OF CONSTRUCTION MATERIALS. GWALIOR MANAGEMENT ACADEMY, 10.

PROSPECTS FOR IMPLEMENTING CYBERSECURITY OUTSOURCING

Uzakov Ortik Shaymardanovich
Karshi State Technical University "Optical Communication Systems and Networks" Associate Professor of the Department
https://doi.org/10.5281/zenodo.17912075

Abstract. *Over the past five years, the Managed Security Service Provider (MSSP) market has been growing at an annual rate of 12-15% as a global and local perspective for the introduction of cybersecurity outsourcing services around the world. The requirements for cybersecurity are increasing sharply as part of the digital economy development strategy in Uzbekistan. This article examines the benefits, risks, regulatory and legal compliance of cybersecurity outsourcing, internal and external outsourcing, financial performance assessment, and real-world scenarios for IT enterprises.*

Keywords*: Cybersecurity outsourcing, MSSP, SOC-as-a-Service, digital transformation, digital economy, cyber threat, information and cloud security, data security, development strategy, remote management.*

Annotatsiya. *So'nggi besh yil ichida dunyo bo'yicha kiberxavfsizlik xizmatlari outsorsingini joriy etishning global va mahalliy istiqbollari sifatida Managed Security Service Provider (MSSP) bozorida yillik 12-15%ga o'sish kuzatilmoqda. O'zbekistonda raqamli iqtisodiyotni rivojlantirish strategiyasi doirasida kiberxavfsizlikka qo'yilayotgan talablar keskin oshmoqda. Ushbu maqolada kiberxavfsizlik outsorsingining afzalliklari, xavf-xatarlari, me'yoriy-huquqiy jihatdan moslashuvi, ichki va tashqi outsorsing, moliyaviy samaradorlikni baholash va IT korxonalari uchun real ssenariylar ko'rib chiqiladi.*

Kalit so'zlar*: Kiberxavfsizlik outsorsingi, MSSP, SOC-as-a-Service, raqamli transformatsiya, raqamli iqtisodiyot, kibertahdid, axborot va bulut xavfsizligi, ma'lumotlar xavfsizligi, taraqqiyot strategiyasi, masofaviy boshqaruv.*

Абстрактный. *За последние пять лет рынок поставщиков управляемых услуг безопасности (MSSP) рос на 12-15% в год, что отражает глобальную и локальную перспективу внедрения услуг аутсорсинга в сфере кибербезопасности по всему миру. В рамках стратегии развития цифровой экономики в Узбекистане резко возросли требования к кибербезопасности. В данной статье рассматриваются преимущества, риски, нормативно-правовые аспекты аутсорсинга в сфере кибербезопасности, внутреннего и внешнего аутсорсинга, оценка финансовых показателей и реальные сценарии для ИТ-предприятий.*

Ключевые слова: *Аутсорсинг в сфере кибербезопасности, MSSP, SOC-as-a-Service, цифровая трансформация, цифровая экономика, киберугрозы, информационная и облачная безопасность, безопасность данных, стратегия развития, удаленное управление.*

INTRODUCTION

Cybersecurity outsourcing is the process of outsourcing some or all of an organization's internal security functions to an external specialist (MSSP/MDR/vCISO Services) or provider

(outsourcer). These providers offer services such as monitoring, threat detection and response, vulnerability management, auditing, and compliance support.

If internal security resources are limited, hiring qualified security professionals or external cybersecurity experts with specialized expertise is a good fit for the organization. Businesses in highly regulated industries may be able to use external cybersecurity services to ensure data security.

Organizations use cybersecurity outsourcing for a variety of reasons, including:

small businesses turn to external cybersecurity to gain enterprise-level security capabilities without the high costs of building internal teams;

mid-market companies often take a hybrid approach to cybersecurity, needing some security functions while outsourcing specialized needs;

mega enterprises use external experts to fill specific gaps in their security programs, while organizations in highly regulated industries work with specialized outsource partners to ensure compliance.

REVIEW OF LITERATURE ON THE SUBJECT

Based on the Decree of the President of the Republic of Uzbekistan No. PQ-60 dated January 28, 2022 "On the Development Strategy of New Uzbekistan for 2022 - 2026", the "Cybersecurity Strategy of the Republic of Uzbekistan for 2023 - 2026" was developed and tasks for the sector were defined [1].

According to Gartner's 2024 Magic Quadrant for Managed Security Services, enterprises will outsource more than 50% of their cybersecurity budgets by 2028. According to Cybersecurity Ventures and IDC's 2025 Worldwide Managed Security Services Forecast, the MSSP market in the Central Asia region is projected to grow at a CAGR of 28% from 2023 to 2028 [2].

According to Kaspersky Lab's 2024 IT Security Economics report, Central Asian businesses suffered an average of $1.2 million in losses from cyberattacks, and 68% of respondents to a local survey by the ISACA Tashkent Chapter complained about a lack of qualified cybersecurity personnel.

RESEARCH METHODOLOGY

The study included statistical analysis, expert evaluation, using monographic, expert and systematic analysis methods, the problems of implementing processes for the implementation of cybersecurity outsourcing systems in enterprises, the main directions of information security policy actions of enterprises, the processes of protecting and managing information systems and improving their cybersecurity mechanisms, and the effective organization of reliable protection processes for enterprise information systems were analyzed and proposals for effective solutions were prepared.

ANALYSIS AND RESULTS

According to a report by Cybersecurity Ventures, the annual cost of global cybercrime is expected to exceed $10.5 trillion by 2025. At the same time, according to ISC² research, the global shortage of qualified cybersecurity professionals has exceeded 4 million people. In such conditions, enterprises are forced to outsource cybersecurity to external providers instead of creating a complete protection system with their own internal resources [3].

The global cybersecurity outsourcing market is expected to be worth approximately $70-80 billion in 2025, and is expected to exceed $100 billion by 2028, with a compound annual growth rate (CAGR) of 10-12%. The main reasons for the rapid growth of cybersecurity outsourcing are

the 75% increase in the number of cyberattacks in 2024 and the shortage of qualified specialists (70% of companies complain about staff shortages) [4].

Fortune 500 companies (72%) outsource at least some of their cybersecurity, and the MSSP market is expected to grow 2x between 2020 and 2025 due to GDPR requirements in the European Union, according to a 2024 report. The Asia-Pacific region is witnessing a 4x growth in cybersecurity outsourcing.

As of 2024, more than 43 thousand web resources and more than 1.8 million legal entities in Uzbekistan are connected to e-government and digital economy systems. In 2023-2025, more than 300 significant cyber incidents were recorded in state bodies and large enterprises. The lack of personnel and high costs for creating internal cybersecurity units indicate the relevance of the outsourcing model [5].

Considering that it takes 5-7 years to train qualified personnel in the field of cybersecurity, and that the IT budget of an enterprise is on average 1.5-3% per year, the number of cyberattacks in the rapidly developing digital banking and fintech sectors is expected to increase 4 times in 2023-2025. Therefore, it is expected that 60-70% of cybersecurity will be implemented through external providers in 2025-2030 [6].

Cybersecurity outsourcing is when a company or organization outsources its cybersecurity functions to a specialized external provider, rather than having to completely manage them in-house, such as 24/7 monitoring, early threat detection, incident response, security posture enforcement, log file analysis, and other processes. Such providers are commonly referred to as "MSSPs." They provide security experts, cutting-edge tools, expertise, and processes.

"SOC as a Service" is a combination of processes, real-time monitoring, log analysis, automated alerting, threat detection, and response in the form of a service.

Today, due to the digitalization of economic sectors, the widespread implementation of AI/ML, and remote management technologies, the demand for cybersecurity is increasing globally. In this regard, many companies find it convenient to resort to outsourcing instead of forming an internal team. AI-based threat detection, automated warning systems, and threat intelligence integrations are becoming widespread among providers. As threat response, auditing, and regulatory requirements increase, the demand for services such as quality of service assurance, standards compliance, and logging by outsourcing providers is increasing [7].

Table 1

Types and models of cybersecurity outsourcing

	Service type	Brief description	Suitability for Uzbekistan
1	Managed Detection and Response (MDR)	24/7 monitoring, threat detection and response	high
2	Security Operations Center as-a-Service (SOCaaS)	full external SOC (SIEM + SOAR + Threat Intelligence)	medium, high
3	Vulnerability Management as-a-Service	continuous scanning and vulnerability remediation	high
4	Cloud Security Posture Management (CSPM)	cloud infrastructure protection (AWS, Azure, Yandex.Cloud)	very high

5	Incident Response Retainer	rapid intervention in the event of an emergency	high
6	Compliance-as-a-Service	Support for ISO 27001, PCI DSS, and Critical Information Infrastructure requirements	middle

Cybersecurity outsourcing is the practice of companies outsourcing their cybersecurity systems, including threat detection, data protection, incident response, alert system management, and remote service provision, to external providers [8].

Table 2

Benefits of Cybersecurity Outsourcing

Advantage	Description
Access to qualified expertise	Outsourcing providers typically work with a team of experts with extensive experience, certifications, and expertise. This gives a company more expertise than hiring one or more security experts in-house.
Cost optimization	Equipment, licenses, regular salary, training, design for building a SOC within the enterprise
24/7 monitoring and quick response	Cyber threats don't just happen during business hours. With SOC-aaS, continuous monitoring, log analysis, and rapid response to threats and protection systems are dependent on continuous operation, even on weekends.
Modern technologies and threat intelligence	Outsourcing providers often use the latest SIEM, EDR, automation, AI/ML analytics, ARP, Threat intelligence platforms that can be difficult for internal departments to achieve.
Flexibility and scalability	As the business network expands or the infrastructure changes, the provider can easily expand the scope of its services. This is especially convenient for small and medium-sized businesses.
Compliance and audit compliance	Many providers will have expertise in international standards (e.g., ISO 27001, PCI DSS, GDPR analogs) and manage processes such as audits, logging, reporting
Data privacy	NDA + organization and optimization of encrypted channels
Provider reliability	Service providers' SOC 2 Type II, ISO 27001 certification compliance
Lock-in effect	hybrid model working with multiple providers
Compliance with national legislation	Conducting OWASP systems audits for “critical” objects

In an organization, security operations is the part of the IT department responsible for monitoring, detecting, investigating, and responding to a wide range of cyber threats. An organization needs to ensure the ideal alignment of people, processes, and technologies for security operations [9].

Table 3

Comparative analysis of internal and external cybersecurity outsourcing

Section	Internal cybersecurity	External Cybersecurity (MSSP)

Initial investment	high initial capital costs; infrastructure setup costs; purchase of safety equipment; special place and conditions are required.	minimum initial investment; reduction in capital expenditures; pay-as-you-go model; rapid implementation.
Budget structure	capital expenditures; periodic technology investments; unexpected expenses; Technology updates always require money.	operating expenses; fixed monthly/annual subscription fee; predetermined costs; Financial planning is easy.
Personnel costs	full salary for specialists; benefits and overhead; recruitment costs; employee retention bonuses; training costs.	low cost due to resource sharing; personnel costs are borne by MSSP; recruitment and retention costs in MSSP; Training costs are covered by MSSP.
Operating expenses	24/7 staffing is required; overtime pay in incidents; continuous training; maintenance costs; reserve personnel for important positions.	cheaper due to large scale; 24/7 monitoring service; incident response is in the SLA; The tools are managed by the MSSP; backup is within the service.
Scaling costs	with growth, the cost increases sharply; new people are needed; the purchase of new equipment is necessary; The cost increases with complexity.	flexible scaling; the cost increases slightly as it grows; payment only for the service used; easy to increase service.
Technology costs	full purchase of equipment; regular maintenance; systems integration costs; new version purchases; risk of technology obsolescence.	enterprise-level tools at a low price; Technology costs are shared; constant updates within the service; use of the latest technologies; there is no risk of wear and tear.
Training and expertise	constant training is necessary; certification costs; conference expenses; Loss of knowledge due to employee turnover; limited experience.	training costs are covered by MSSP; extensive expertise; employee turnover is not a problem; experience in many threats; specialized experts are available.
Hidden costs	productivity decreases in incidents; knowledge is lost when an employee leaves; security management will be a burden; Coverage gaps during the transition period; lots of documentation required.	contract management costs; restrictions on requirements; there may be special setup costs; provider switching costs; early termination penalties.
Total costs	too expensive for small companies;	cheaper for most organizations;

	large investment in specialists and technology; Costs in incidents are variable; cost increases with increasing expertise; cost increases with increasing complexity.	stable subscription costs; economies of scale; inexpensive special expertise; access to a wide range of opportunities at an affordable price.

The following can be highlighted as practical recommendations for Uzbek businesses, including:

launch 24/7 monitoring of SI-MDR, Vulnerability Management services in small and medium-sized businesses (50% cost savings);

SOCaaS in banks, Central Bank expertise, integration of hybrid models;

introduction of assessment in state-owned enterprises by the Cybersecurity Center, external CSPM, and rating criteria;

Implementing blockchain CSPM, compliance-as-a-service systems for personal data in fintech and the digital economy;

Strengthen internal teams with cybersecurity graduates [10].

CONCLUSIONS AND SUGGESTIONS

Cybersecurity outsourcing is not only an economic but also a strategic necessity for Uzbekistan. With the right choice of provider and legal considerations, companies can save up to 50-70% of the resources spent on building an internal team, and increase the speed of response by 10 times.

It is expected that by 2026, a sufficient number of local MSSPs will appear in the country. Until then, the most optimal approach was to use a hybrid model of Kaspersky, Group-IB, Positive Technologies, and local providers.

Internal cybersecurity focuses on supporting the technological processes of managed IT services, while external cybersecurity optimizes security threats, vulnerabilities, and compliance. While a managed IT provider may maintain systems and implement basic security measures, a dedicated cybersecurity provider offers and implements specialized expertise in threat detection, incident response, and advanced security functions.

LIST OF REFERENCES USED

1. Gartner. Magic Quadrant for Managed Security Services, 2024.
2. Cybersecurity Ventures. Cybercrime Report, 2025.
3. IDC Worldwide Managed Security Services Forecast, 2024-2028.
4. Kaspersky. IT Security Economics, 2024.
5. Deloitte. Global Cybersecurity Survey, 2024.
6. ISACA. State of Cybersecurity, 2024.
7. O.Sh. Uzakov, “Innovative factors in preventing cyber threats in digital transformation". Special issue of the scientific electronic journal Digital Economy. OAV№0237, ISSN 2181-4430, pp. 1862-1868.
8. O.Sh. Uzakov, “Logistics outsourcing of business processes”. Marketing Scientific, Practical and Popular Journal, July 2025, No. 7, No. 240874. ISSN: 3060-4621, international level 9710, electronic edition, July 31, pp. 70-77.

9. O.Sh. Uzakov, “Software product logistics”. Engineering and Economics Socio-economic, Innovative Technical, Scientific and Practical Journal of Science and Education, July 2025, No. 7, pp. 30-34. ORCID 0009-0005-0456-1432
10. O.Sh. Uzakov, “Implementation of logistics information systems into technological processes". Green Economy and Development Social, Economic, Technological, Scientific, Popular Journal, ISSN: 2992-8982, July 2025, Issue No. 7, pp. 330-335. ORCID 0009-0005-0456-1432
11. Shaymardanovich UO Analysis of cybersecurity vulnerabilities in the digital economy //Intellectual education technological solutions and innovative digital TOOLS. - 2024. - T. 3. - No. 28. - P. 88-92.

SANOAT TARMOG‘I SAMARADORLIGIGA KORXONALAR DEMOGRAFIYASI TA’SIRINING EKONOMETRIK TAHLILI

Mirzayeva Intizor Ergashevna
Abu Rayhon Beruniy nomidagi Urganch davlat universiteti mustaqil izlanuvchisi
https://doi.org/10.5281/zenodo.17702733

Annotatsiya. *Maqolada sanoat korxonalarining demografisini umumiy korxonalar faoliyatiga ta’siri tadqiq qilingan. Shuningdek, ishchi kuchi va sanoat korxonalari demografisi asosida baholangan sanoat samaradorligining omillari ekonometrik usullar orqali tahlil qilingan. Natijalarga ko‘ra sanoat samaradorligini oshirish takliflari ishlab chiqilgan.*

Аннотация. *В статье рассматривается влияние демографических показателей промышленных предприятий на общую деятельность предприятия. Также эконометрическими методами проанализированы факторы эффективности производства, оцениваемые по численности рабочей силы и демографическим показателям промышленных предприятий. На основе полученных результатов разработаны предложения по повышению эффективности промышленности.*

Abstract. *This article examines the impact of demographic indicators of industrial enterprises on their overall performance. Econometric methods are also used to analyze production efficiency factors, measured by the workforce size and demographic indicators of industrial enterprises. Based on the findings, proposals for improving industrial efficiency are developed.*

Kalit so‘zlar: *sanoat korxonalari, sanoat samaradorligi, sanoat tarmog‘ining o‘sishi, korrelyatsiya, regressiya, mintaqa.*

Ключевые слова: *Промышленные предприятия, эффективность промышленности, рост промышленности, корреляция, регрессия, регион.*

Key words: *Industrial enterprises, industrial efficiency, industrial growth, correlatio, regression, region.*

Kirish. Sanoat tarmog‘ini rivojlantirish, ular faoliyatida ishchi kuchidan samarali foydalanish jarayoni mintaqa iqtisodiyotidagi muhim masala sanaladi. Bu o‘rinda, ishch kuchidan samarali foydalanishning miqdor va sifat ko‘rsatkichlariga alohida e’tibor qaratish zarur. Bunda, sifat jihatlarini ishchi kuchining bevosita malaka va ko‘nikmalari bilan bog‘lansa, miqdor jihatlari bandlikning o‘zgarishini o‘z ichiga oladi. Demak, ishchi kuchidan sanoatda samarali foydalanishning miqdor mezonlarini tadqiq qilganimizda yangi ish o‘rinlari kengayishiga e’tibor qilamiz. Bu esa, yangi korxonalar faoliyatini tashkil qilish, ularning faollik darajasini oshirish orqali hal etiladi. Bir so‘z bilan ifodalaganimizda, ushbu jarayon korxonalar demografiyasining o‘zgarishi hisoblanadi.

Adabiyotlar tahlili. Sanoat tarmog‘i samaradorligiga korxonalar demografiyasi ta’sirining ekonometrik tahlili yuzasidan turli tadqiqotlar olib borilgan. Xususan, tadqiqotlarda ko‘p chiziqli regressiya modeli va uning parametrlarining statistik ahamiyati sinovdan o‘tkazilib, o‘rganilayotgan ko‘rsatkichni prognoz qilishda foydalanish uchun modelning yaroqliligi aniqlangan [1]. Yana bir tadqiqotlarda qishloq xo‘jaligi ishlab chiqarishini boshqarishni

takomillashtirish muhim masala sifatida bozor iqtisodiyoti sharoitida rivojlanishning barcha bosqichlarida uni hal qilish masalasi ilgari suriladi. Ya'ni, bu borada ushbu maqsadga muvaffaqiyatli erishish ko'p jihatdan iqtisodiy axborotni qayta ishlash usullari va texnik vositalarini takomillashtirishga bog'liqligi asoslangan [2]. Boshqa xil tadqiqotlarning yo'nalishi esa sanoat korxonalari xavfsizligini ta'minlashni taqozo qiladi. Ya'ni, unga asosan, sanoat korxonalarining iqtisodiy xavfsizligini ta'minlash ham bir qancha o'ziga xos nazariy va amaliy muammolarni hal qilishni taqozo qiladi [3]. Undan tashqari, boshqa tadqiqotlar bevosita sanoat sohasining korxona faoliyati taraqqiyt qildirishga qaratiladi. Bu borada mamlakatning iqtisodiy rivojlanishida sanoat tarmog'ining roli, sanoat tarmog'i iqtisodiy salohiyati va samaradorligining mohiyati, tuzilishi va sanoat tarmog'i iqtisodiy samaradorligiga ta'sir qiluvchi omillar yoritib berilgan [4].

Tahlil va natijalar. Dastlab Xorazm viloyatida ro'yxatga olingan jami korxonalar soni va sanoat korxonalari soni o'rtasidagi korrelyatsiya koeffitsientini o'rganamiz. Amalga oshrilgan hisob-kitoblarimiz natijasida korrelyatsiya koeffitsienti 0,9183 ga teng bo'lib, o'zgaruvchilar o'rtasidagi munosabatning chiziqli tarzda shakllanganini anglatadi. Demak, agar ushbu ikki o'zgaruvchi o'rtasida regressiya modeli qurilsa, sanoat korxonalar soni jami korxonalar sonining sezilarli darajada yaxshi tushuntiruvchi manbasi hisoblanadi. Bunday yuqori korrelyatsiya odatda statistik ahamiyatli hisoblanadi (p-value<0,01). Ya'ni, variatsiyaning yuqoriligi ($R^2 \approx 0,84$) mintaqadagi jami korxonalarning ro'yxatga olish darajasi asosan sanoat korxonalari soniga bog'liqligini aks ettirmoqda (1-jadval).

1-jadval

Xorazm viloyatida ro'yxatga olingan jami va sanoat tarmog'idagi korxonalar soni o'rtasidagi juft korrelyatsiya bog'liqligi [5]

Ko'rsatkichlar nomi	Jami korxonalar soni	Sanoat korxonalari soni
Jami korxonalar soni	1	
Sanoat korxonalari soni	0,918370716	1

Shu bois, ushbu o'zgaruvchilar o'rtasidagi regression tahlilni amalga oshiramiz. Xorazm viloyatida ro'yxatga olingan jami korxonalar soni (Y) bilan sanoat korxonalari soni (X) o'rtasidagi bog'liqlikni baholash maqsadida oddiy chiziqli regressiya modelidan foydalanamiz. Jumladan, berilgan regressiya natijalari asosida quyidagi modelni ishlab chiqdik:

$$\log(Y)=19.0039+0.8210^* \log(X) \quad (1)$$

Bunda: Y – Xorazm viloyatidagi jami (ro'yxatga olingan) korxonalar soni; X – sanoat korxonalarining soni.

Mazkur model natijalarini ifodalashicha sanoat korxonalari sonining bir birlikka oshishi, mintaqadagi jami korxonalar sonini 0.82 birlikka o'sishini ta'minlaydi.

Shu bilan birga, modelning ahamiyatlilik darajalari ham ijobiy bo'lib, determinatsiya koeffitsienti ($R^2=0,843$), F-statistika - 48,47 hamda p-value≈0 qiymatlari umumiy holda statistik ahamiyatga ega. Tahlil natijalariga ko'ra, sanoat korxonalari soni bilan jami korxonalar soni o'rtasida juda yuqori darajadagi ijobiy chiziqli bog'liqlik mavjud. Ya'ni, jami korxonalar sonining katta qismi sanoat tarmog'idagi faoliyat bilan belgilanishini anglatmoqda.

Shuningdek, yuqoridagi kabi korelyatsion-regression tahlilni mintaqadagi faoliyat yuritayotgan korxonalar soni o'zgarishi bo'yicha ham amalga oshiramiz. Xorazm viloyatida faoliyat yuritayotgan jami korxonalar soni bilan sanoat tarmog'idagi korxonalar soni o'rtasidagi o'zaro bog'liqlik koeffitsienti, ya'ni korrelyatsiya ko'rsatkichi orqali baholadik. Natijada, ushbu

ikki ko‘rsatkich o‘rtasidagi korrelyatsiya koeffitsienti **yuqori (r=0,959) bog‘liqlikni ifodalagan (2-jadval).**

2-jadval

Xorazm viloyatida faol jami va sanoat tarmog‘idagi korxonalar soni o‘rtasidagi juft korrelyatsiya bog‘liqligi [6]

Ko‘rsatkichlar nomi	Jami korxonalar soni	Sanoat korxonalari soni
Jami korxonalar soni	1	
Sanoat korxonalari soni	0,959384	1

Demak, sanoat korxonalari umumiy korxonalar tarkibini **belgilab beruvchi muhim tarmoq** hisoblanar ekan. Bu o‘z navbatida, mintaqada sanoat sohasining faolligi hududdagi kichik biznes, xizmat ko‘rsatish va boshqa tarmoqlarni ham rivojlanishiga olib keladi. Shu bois, faol korxonalar sonini ko‘paytirish uchun sanoat tarmog‘ida investitsiyalarni kengaytirish, infratuzilmani rivojlantirish va sanoat zonalarini takomillashtirish zarur. Berilgan natijalarga asoslanib, jami faol korxonalar soni va sanoat tarmog‘i korxonalari soni o‘rtasida regressiya tahlilini amalga oshiramiz. Natijada quyidagi chiziqli regressiya tenglamasini ishlab chiqdik:

$$\log(Y)=25,47+0,763^* \log(X) \quad (2)$$

Bunda: **Y** – Xorazm viloyatidagi faol jami korxonalar soni; **X** – sanoat tarmog‘idagi faol korxonalar soni.

Natijada, Xorazm viloyatida sanoat tarmog‘idagi faol korxonalarning 1 foizga o‘zgarishi umumiy viloyatdagi korxonalar faolligini 0,76 foizga o‘zgarishiga olib kelmoqda. Mazkur modelning sifat jihatlari baholanganida yuqori ijobiy koeffitsientlarni aniqladik. Jumladan, determinatsiya koeffitsienti yuqori ijobiy ko‘rsatkichga ega bo‘ldi (R = 0,959). Shuningdek, dispersion tahlil natijalariga ko‘ra modelning ishonchliligi yuqori (F = 104,096, P-qiymati< 0,001) bo‘lib, statistik jihatdan ahamiyatli hisoblanadi.

Shuningdek, k**oeffitsientlarning statistik ahamiyati quyidagicha qiymatlarni ifodalamoqda: Y-konstanta (25,47):** t = 3,18, P = 0,011; **X - (0,763):** t = 10,20, P < 0,001. Demak, Xorazm viloyati va uning hududlarida sanoat tarmog‘ini qo‘llab-quvvatlash va uni rivojlantirish orqali hududdagi umumiy tadbirkorlik faolligini oshirish imkoniga ega bo‘linar ekan. Fikrimizcha, hududlarning qishloq xo‘jaligiga ixtisoslashuv darajasini yuqoriligini hisobga olsak, dastlabki bosqichda qayta ishlash sanoatini kengaytirishimiz zarur. Yuqorida Xorazm viloyatidagi faol korxonalarning holatini ekonometrik jihatdan tadqiq qilgan bo‘lsak, uning salbiy jihatlari nofaol korxonalar ham mavjud. Ya’ni, ijobiy ko‘rsatkichni oshirish, ular sonini kengaytirish albatta iqtisodiyotda ishlab chiqarish ko‘lamini kengaytirishga hamda mehnat unumdorligini o‘sishiga olib keladi. Lekin, salbiy tendensiyani esa kamaytirishimiz zarur. Shu bois, viloyatdagi korxonalarning umumiy soni bilan sanoat tarmog‘idagi nofaol korxonalar soni o‘rtasidagi o‘zaro bog‘liqlikni ko‘rib o‘tamiz.

Amalga oshirgan hisob-kitoblarimiz natijasida Xorazm viloyatidagi nofaol jami korxonalar va sanoat korxonalari o‘rtasida yuqori korrelyatsiya mavjudligini (r=0,944) aniqladik. Bu bog‘liqlik statistik jihatdan ahamiyatli ekanligini baholadik (P<0,01). Demak, korrelyatsion tahlil natijalariga ko‘ra, sanoat tarmog‘idagi muammolar, ulardagi mavjud korxonalarning salbiy tendensiyalari viloyatdagi nofaol korxonalarning shakllanishiga asosiy omil bo‘lib qolmoqda. Yuqoridagi korrelyatsion tahlili natijalariga asoslanib, Xorazm viloyatidagi nofaol jami va sanoat korxonalari o‘rtasidagi regression bog‘liqlikni hisob-kitob qildik va natijada quyidagi modelni ishlab chiqdik:

$$\log(Y) = -12{,}30 + 1{,}031 * \log(X) \quad (3)$$

Bunda: Y – Xorazm viloyatida jami nofaol korxonalar soni; X – sanoat tarmog‘i nofaol korxonalar soni.

Mazkur modelni statistik jihatdan ahamiyatliligini determinatsiya koeffitsienti, Fisher indeksi, aproksimatsiya xatoligi kabi mezonlarga muvofiq baholadik va natijada regressiya tenglamasining ahamiyatli ekanligini aniqladik. Ya’ni, determinatsiya koeffitsienti: **R^2 = 0,891; Fisher mezoni va uning statistik ahamiyati: F = 73,59 va P < 0,001; X-ekzogen omilning ahamiyatliligi va ishonchliligi: t = 8,58, P < 0,001. Demak, sanoat sohasidagi nofaol korxonalarning bir foizga o‘zgarishi jami viloyatdagi nofaol korxonalarni** 1,03 foizga o‘zgarishiga olib kelmoqda. Xorazm viloyatida sanoat tarmog‘i va umumiy nofaol korxonalar o‘rtasida **juda yuqori ijobiy bog‘liqlik** mavjud bo‘lib, bu bog‘liqlik sanoat tarmog‘idagi muammolarni bartaraf qilish hisobiga tadbirkorlik muhitini rivojlantirish imkoniyatini yaratadi.

Xorazm viloyatida yangi tashkil etilgan jami korxonalar soni bilan sanoat tarmog‘ida yangidan ochilgan korxonalar soni o‘rtasidagi bog‘liqlikni tahlil qildik. Natijada, ular o‘rtasida yuqori va barqaror bog‘liqlikni aniqladik. Jumladan, Xorazm viloyatida yangi tashkil etilgan jami korxonalar va sanoat tarmog‘ida tashkil etilgan yangi korxonalar soni o‘rtasida ijobiy korrelyatsiya mavjud (r=0,824). Demak, sanoat sohasidagi tadbirkorlik faoliyatini kengaytirishimiz natijasida nafaqat ishlab chiqarish ko‘lamini balki umumiy korxonalar demografiyasini ham ijobiy o‘zgarishini ta’minlar ekanmiz. Shu bois, sanoat sohasidagi sub’ektlarni kengaytirish, yangi tashkil qilish yo‘nalishida hududlar uchun imtiyozlarni kengaytirish, kichik sanoat hududlarini tashkil qilish va ularni rivojlantirish zaruratini yaratmoqda.

Xorazm viloyatida yangi tashkil etilgan korxonalarning jami soni bilan sanoat tarmog‘idagi yangi korxonalar soni o‘rtasidagi bog‘liqlikni juft korrelyatsiya natijalari asosida regression tahlil qildik. Regression tahlil natijasidagi model quyidagi ko‘rinishga ega:

$$\log(Y) = 28{,}13 + 0{,}758 * \log(X) \quad (4)$$

Bunda: **Y** – Xorazm viloyatida jami yangi tashkil etilgan korxonalar soni; **X** – sanoat tarmog‘i yangi tashkil etilgan korxonalar soni.

Shuningdek, modelning statistik va ekonometrik tekshiruv natijalari ijobiy bo‘lgan. Ya’ni, dispersion tahlil, Fisher indeksi, aproksimatsiya xatoligi, ekzogen o‘zgaruvchining xatolik darajasi talabga javob beradi. Ya’ni: F = 19,02 va P = 0,0018 – model statistik jihatdan ahamiyatli; **X koeffitsienti (0,758, t = 4,36, P = 0,0018)** – statistik va iqtisodiy jihatdan ishonchli. Mazkur regression tahlil natijasida yangi tashkil etilgan sanoat korxonalarining bir foizga o‘zgarishi hisobiga viloyatdagi yangi tashkil etilgan korxonalarning umumiy soni 0,76 foizga o‘sadi. Demak, sanoat tarmog‘i yangi korxonalari va umumiy yangi tashkil etilgan korxonalar orasidagi bog‘liqlikni aks ettiradi va iqtisodiy jihatdan ahamiyatli ekanligini hisob-kitoblar orqali aniqladik. Yuqoridagilar qatori, korxonalar demografiyasiga oid salbiy ko‘rsatkichlardan biri tadbirkorlik sub’ektlarining faoliyatini tugatilganligi hisoblanadi. Shu bois, Xorazm viloyatida tugatilgan jami korxonalar soni bilan sanoat tarmog‘ida tugatilgan korxonalar soni o‘rtasidagi bog‘liqlikni korrelyatsion-regression tahlilini amalga oshirdik. Natijada, Xorazm viloyatida tugatilgan jami korxonalar va tugatilgan sanoat korxonalari soni o‘rtasida yuqori ijobiy korrelyatsiya mavjudligini hisob-kitob qildik (r=0,932). Bu bog‘liqlik sanoat tarmog‘idagi salbiy tendensiyalar ham huddi ijobiy o‘zgarishlar kabi umumiy biznes muhitiga ta’sir qiluvchi asosiy omillardan biri.

Ushbu tahlil natijalariga ko‘ra, regression tahlilni ham amalga oshirdik. Ya’ni, Xorazm viloyatida faoliyati tugatilgan korxonalarning jami soni bilan sanoat tarmog‘idagi faoliyati to‘xtatilgan korxonalar soni o‘rtasidagi regressiya tahlili natijasida quyidagi modelga ega bo‘ldik:

$$\log(Y)=10,94+0,903* \log(X) \quad (5)$$

Bunda: **Y** – Xorazm viloyatida jami tugatilgan korxonalar soni; **X** – sanoat tarmog‘i tugatilgan korxonalar soni.

Shuningdek, modelning statistik ahamiyati va ishonchliligi tekshirilganda quyidagicha ko‘rsatkichlarga ega va ijobiy hisoblanadi: F = 59,82 va P < 0,001 – model statistik jihatdan ahamiyatli; **X koeffitsienti (0,903, t = 7,73, P < 0,001)** – sanoat tarmog‘i tugatilgan korxonalar soni jami tugatilgan korxonalarga sezilarli va ishonchli ta’sir ko‘rsatadi. Demak, Xorazm viloyatida tugatilgan sanoat korxonalarining bir foizga o‘zgarishi jami korxonalarning 0,903 foizga o‘zgarishini ta’minlamoqda. Yuqorida Xorazm viloyatida mavjud jami korxonalar hamda sanoat sohasidagi korxonalar o‘rtasidagi o‘zaro bog‘liqliklarni ko‘rib chiqdik. Ushbu natijalar sanoatning mintaqa iqtisodiyotiga miqdoriy bog‘liqligini tushuntirish imkonini beradi. Shunday bo‘lsada, sohaning sifati va samaradorligini mintaqa iqtisodiyotiga ta’sirini baholashda mehnat samaradorligini tadqiq qilishimiz zarur.

Xorazm viloyatidagi korxonalar faoliyatining iqtisodiy rivojlanishga ta’sirini tahliliy ma’lumotlari asosida **umumiy mehnat samaradorligi** va **sanoat tarmog‘idagi mehnat samaradorligi** o‘rtasidagi bog‘liqlikni ham o‘rgandik. Bunda, viloyatning umumiy samaradorligi va sanoat tarmog‘i mehnat samaradorligi orasidagi munosabatni iqtisodiy-statistik usullar orqali tahlili qildik. Jumladan, dastlabki statistik va ekonometrik tadqiqot natijalariga ko‘ra umumiy mehnat samaradorligi hamda sanoatdagi mehnat samaradorligi o‘rtasidagi korrelyatsiya koeffitsienti yuqori ijobiy bog‘liqlikka ega (**r=0,880)**. Demak, Xorazm viloyatida umumiy samaradorlikni oshirish uchun sanoat tarmog‘idagi mehnat samaradorligini oshirishga e’tibor qaratishimiz zarur. Olingan korrelyatsion tahlil natijalariga muvofiq Xorazm viloyatidagi umumiy mehnat samaradorligi va sanoat tarmog‘idagi mehnat samaradorligi o‘rtasida regressiya modelini ishlab chiqdik:

$$\log(Y)=29,82+0,669* \log(X) \quad (6)$$

Bunda: Y – umumiy mehnat samaradorligi (mln. so‘m); X – sanoat tarmog‘idagi mehnat samaradorligi (mln. so‘m).

Regressiyaning statistik ahamiyati bo‘yicha hisob-kitoblarimiz asosida olingan natijalar: R-kvadrat=0,774 - sanoat tarmog‘idagi mehnat samaradorligi umumiy mehnat samaradorligining 77,4 foiz o‘zgarishini ta’minlamoqda. Fisher mezoni va umumiy modelning ishonchliligi (F=30,88, P=0,000353) bo‘yicha ko‘rsatkichlar modelning umumiy ahamiyatli ekanligini ko‘rsatmoqda, ya’ni P-qiymati 0,05dan kichik. Shu bilan birga t-statistika koeffitsientlari X-ekzogen omil uchun ijobiy va xatolik ijobiy koeffitsientga ega (t = 5,56, P < 0,001). Demak, Xorazm viloyatida sanoat tarmog‘i mehnat samaradorligining bir foizga oshirish hisobiga umumiy mehnat samaradorligini 0,669 foizga o‘zgartirish imkoniga ega bo‘lamiz. Yuqoridagi samaradorlik bilan bog‘liq tadqiqotlarimiz viloyat va sanoatdagi yaratilgan mahsulotlarni ish bilan bandlar hisobiga aniqlab, iqtisodiy-statistik tahlil qildik. Shuningdek, korxonalar demografiyasini ham viloyat rivojlanishiga ta’sirining yuqori korrelyatsiya va regressiya koeffitsientlarini aniqladik. Bu esa, korxonalar hisobiga yaratilgan mahsulotlar asosidagi unumdorlikni ham ekonometrik tadqiqini o‘tkazishni talab etmoqda. Shu bois, Xorazm viloyatida sanoat tarmog‘i va umumiy korxonalar hisobiga aniqlangan mehnat samaradorligi va ularning iqtisodiy omillar bilan

bog‘liqligini tahlil qildik. **Jumladan, sanoat tarmog‘i samaradorligiga ta’sir etuvchi iqtisodiy omillar** (YaHM o‘sishi va aholi jon boshiga daromadlar o‘sishi) bo‘yicha o‘tkazilgan regression tadqiqotlar natijasida quyidagi chiziqli modelni hosil qildik:

$$\log(Y)=-146{,}895+2{,}271^{*}\log(X1)+0{,}095^{*}\log(X2) \quad (7)$$

Bunda: **Y** – sanoat samaradorligi o‘sish sur’ati (korxonalar soniga nisbatan hisoblangan samaradorlik); $\mathbf{X_1}$ – YaHM o‘sishi; $\mathbf{X_2}$ – aholi jon boshiga umumiy daromadlar o‘sishi.

Modelning ishonchliligi bo‘yicha olib borilgan tahlil natijasida uning ijobiy darajalari aniqlandi. Jumladan, model asosidagi muhim parametrlardan biri uning statistik ahamiyati ijobiy (**F=3,25, P=0,074) bo‘lib, tenglamani o‘zgarishlarga baho berish uchun foydalanish mukinligini ifodalamoqda. Jumladan, model natijalariga ko‘ra viloyatda YaHMning 1 foizga o‘sishi sanoatdagi faol korxonalar hisobiga aniqlangan samaradorlikni 2,271 foizga (**P=0,039) hamda aholi daromadlarining 1 foizga o‘sishi sanoat samaradorligini 0,095 foizga o‘sishini ta’minlamoqda. Demak, Xorazm viloyatida sanoat tarmog‘ining korxonalar hisobiga aniqlangan samaradorlik mezonini oshirish uchun iqtisodiy o‘sishni rag‘batlantirish, investitsiyalarni kengaytirish hamda aholi daromadlarini o‘sishini ta’minlashimiz zarur.

Xulosa. Xorazm viloyatida sanoat tarmog‘ining rivojlanishi, shuningdek, qishloq xo‘jaligi va aholi daromadlari o‘sishi bilan ham bog‘liqdir. Shu sababli, sanoatda mehnat samaradorligi o‘sishiga ta’sir qiluvchi asosiy omillarni tahlil qilish iqtisodiy siyosat uchun muhim ahamiyatga ega. **Bu esa,** mintaqa itisodiy siyosatida qishloq xo‘jaligi va qayta ishlash sanoatini integratsiya qilish, aholi daromadlari va iste’molni oshirish hamda investitsiyalarni texnologik modernizatsiya bo‘limiga yo‘naltirilgan mablag‘larini oshirish hisobiga sanoatda korxonalar demografiyasi hisobiga aniqlangan samaradorlikning yuqori o‘zgarishlariga erishishimiz mumkinligini e’tiborga olishimizni talab etmoqda.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Дубровский В.Ж., Иванова Е.М., Чупракова Н.В. Экономическая оценка факторов роста производительности труда на градообразующих предприятиях ОПК. Влияние на моногорода // Экономика региона, 2020, Т.16, вып.3. - С. 831-844. https://doi.org/10.17059/ekon.reg.2020-3-12.
2. Жминько А.Е., Соседский С.О., Шепотенко Д.С. Эконометрический анализ производства продукции на сельских территориях. // Вестник Академии знаний, №1 (66), 2025. - с. 215.
3. Ibragimova S.A. Sanoat korxonalari iqtisodiy xavfsizligini ta`minlash: muammo va yechimlar. // «Sanoat iqtisodiyoti va menejmenti: muammo va yechimlar» mavzusidagi III-xalqaro ilmiyamaliy konferensiya materiallari. Maqolalar va tezislar to‘plami. - T.: Ma‘rifat, 2023. - 46 b.
4. Kasimov A.A. Sanoat tarmog‘i samaradorligiga ta’sir qiluvchi omillar va uni yanada oshirish yo‘llari. // Aktuar moliya va buxgalteriya hisobi ilmiy jurnali, 2024, 4(01). - 252-260 b.
5. Xorazm viloyati Statistika boshqarmasi ma’lumotlari

ФОЙДА СОЛИҒИ ВА УНИ УНДИРИШ МЕХАНИЗМИНИНГ ХУСУСИЯТЛАРИ

Турдиқулова Гулмира Обидқул қизи
ТДИУ таянч докторанти
https://doi.org/10.5281/zenodo.17912047

Аннотация. *Мақолада республикамизда юридик шахслардан олинадиган фойда солиғининг тартиби, тамойиллари ва ундириш механизмининг хусусиятлари таҳлил этилган ҳамда керакли илмий-амалий характердаги хулосалар берилган.*

Калит сўзлар: *солиқ, ставка, тартиб, солиқ сиёсати, ундириш механизми, тизим, база, имтиёз, молия.*

Аннотация. *В статье анализируются порядок, принципы и особенности механизма взимания налога на прибыль юридических лиц в нашей республике, сделаны необходимые научно-практические выводы.*

Ключевые слова: *налог, ставка, процедура, налоговая политика, механизм взимания, система, база, льгота, финансы.*

Abstract. *This article analyzes the procedure, principles, and specifics of the corporate income tax collection mechanism in our republic, providing the necessary scientific and practical conclusions.*

Keywords: *tax, rate, procedure, tax policy, collection mechanism, system, base, benefit, finances.*

КИРИШ

Юридик шахслар тўлайдиган солиқларнинг моҳияти умумий солиқларнинг моҳиятидан келиб чиқади ва улар солиқ тизимининг асосий қисмини ташкил этади. Юридик шахслар тўлайдиган солиқлар солиқ-бюджет сиёсатининг муҳим таркибий қисми сифатида, улар фойдасининг муайян қисмини давлат марказлашган фондини шакллантириш учун давлат бюджетига ундириш жараёнида юзага келадиган молиявий муносабатларда намоён бўлади. Юридик шахслардан олинадиган фойда солиғи давлат бюджети даромадларини шакллантириш билан бир вақтда, ижтимоий барқарорликни таъминлаш, барча корхоналар манфаатларини ҳимоялаш, иқтисодиётни ривожланишига хизмат қилади. Бугунги кунда давлат бюджетини тўлдиришга хизмат қиладиган солиқларнинг катта қисмини фойда солиғи ташкил этади.

Таҳлил ва натижалар.

Фойда солиғи молиявий-иқтисодий категория сифатида ижтимоий-иқтисодий тараққиётни таъминлашда, шу жумладан иқтисодий ўсишни таъминлаш омили сифатида фойдаланилиб келинмоқда. У мамлакатнинг ижтимоий-иқтисодий ривожланиш истиқболларини аниқ белгилаш ва унга қаратилган вазифалар доирасида ишлаб чиқиладиган стратегиялар ва Ўзбекистон-2030 стратегияни амалга ошириш самарадорлигини таъминлаш-да ўз истиқболини топиб келмоқда. Шу боис, фойда солиғи бошқа солиқ турлари каби хўжалик субъектлари доирасида бўладиган молиявий муносабатларда муҳим аҳамият касб этмоқда. Бу эса, бир томондан, давлат

манфаатларини, иккинчи томондан, барча корхоналар манфаатларини ҳимоялайдиган, шунингдек, иқтисодиётнинг ривожланиши учун хизмат қилишда ҳам қўл келмоқда. “Фойда солиғи” тушунчасига қуйидагича таъриф бериб ўтишимиз мумкин: “Фойда солиғи деганда корхона, ташкилот ва бирлашмаларда яратилган қўшимча қийматнинг бир қисми сифатида фойдани қонун доирасида белгиланган чегараларда мажбурий тўлов сифатида уни давлат бюджети ихтиёрига ўтказилиши билан боғлиқ пул муносабатлари тушунилади»[1]. Барча даврларда солиқлар давлат молиясининг муҳим манбаларидан ҳисобланган, бинобарин, бугунги кунда фойда солиғи давлат бюджети даромадларида асосий ўрин тутади ва хўжалик юритувчи субектларнинг молиявий натижалари асосида ундирилади. Фойда солиғининг моҳиятини ўрганиш, хусусиятларини белгилаш ва вазифаларини илмий жиҳатдан асослаш нафақат иқтисодий барқарорликни таъминлаш, балки фискал сиёсат самарадорлигини ошириш учун ҳам муҳимдир [2]. Ўзбекистон Республикасида фойда солиғи Солиқ кодекси билан тартибга солинади. Мазкур кодексда фойда солиғининг обектлари, солиқ базаси, ставкалари, ҳисоблаш тартиби ва имтиёзлари батафсил белгиланган.

Фойда солиғини моҳиятан икки категорияга, яъни, иқтисодий ва ҳуқуқий категория сифатида кўриб ўтишимиз мумкин. Иқтисодий категория сифатида фойда солиғи бу корхона ўзи томонидан яратилган соф қўшимча қийматнинг давлат фойдасига қайта тақсимлашни ифодалайди. Бу тақсимот натижасида ишлаб чиқариш жараёнида яратилган миллий даромаднинг бир қисми бюджет ресурсларига айланади[3]. Ҳуқуқий категория сифатида эса фойда солиғи бу давлат томонидан белгиланган, мажбурий, пуллик, қайтарилмас тўловдир. У солиқлар умумий белгилари (мажбурийлик, эквивалентликнинг йўқлиги, давлат ҳокимияти томонидан ўрнатилиши) ни тўлиқ мужассам этади [4].

Солиқларнинг самарали амал қилиши улар объектив фаолият тамойиллари билан уйғунлашган тақдирдагина мумкин бўлади. Бу тамойиллар жамият ривожланишининг ижтимоий-иқтисодий ҳамда сиёсий шароитларини эътиборга олган ҳолда солиқ тизимини шакллантиришда асосий меъёр сифатида қаралади. Шунингдек, фойда солиғи давлат ва хўжалик юритувчи субектлар ўртасидаги молиявий муносабатларнинг алоҳида шаклидир. У давлат молия тизимининг фискал барқарорлигини таъминлаб-гина қолмай, иқтисодиётнинг реал секторига ҳам бевосита таъсир кўрсатади. Замонавий иқтисодчилар фикрича, фойда солиғи иқтисодий самарадорликни пасайтирмайдиган тарзда ундирилиши керак, яъни “камроқ ставка – кенгроқ база” тамойилини илгари суриши лозим [5].

Фойда солиғини ундириш механизми — бу давлатнинг корхона ва ташкилотлар томонидан олинган соф фойдадан белгиланган тартибда ва муддатда бюджет даромадларини шакллантиришга қаратилган иқтисодий-ҳуқуқий ва ташкилий чора-тадбирлар мажмуасидир. Ушбу механизм солиқ сиёсатининг ажралмас қисми бўлиб, давлатнинг фискал барқарорлигини таъминлаш билан бирга, давлатнинг иқтисодий сиёсатини амалга оширишда, инвестицияларни рағбатлантириш ва тадбиркорлик муҳитини оптималлаштиришда муҳим рол ўйнайди ва давлат ихтиёрига ўтказилган пул орқали давлат бюджетига тушумларни таъминлайди. Бу тушунча молиявий натижанинг объектив кўринишида солиққа тортиш объекти сифатида аниқланиши, солиқ ставкаси, имтиёзлар, ҳисоблаш тартиби ва тўлов муддатларининг норматив-ҳуқуқий асосларда белгиланишини назарда тутади.

Шунингдек, механизмнинг моҳиятини иқтисодий ва ҳуқуқий ёндашувлар интеграцияси ташкил этади. Иқтисодий жиҳатдан у фойда солиғининг инвестицияларга, истеъмолга ва корхона рентабеллигига таъсирини ифодаласа, ҳуқуқий жиҳатдан эса солиқ мажбуриятларининг аниқ норматив асосда бажарилишини кафолатлайди. Ўзбекистон Республикаси Солиқ кодексига мувофиқ, фойда солиғи (юридик шахслар фойда солиғи) — юридик шахснинг олинган соф фойдасига белгиланган ставкалар асосида ҳисобланадиган тўғридан-тўғри солиқ туридир. Фойда бу ерда корхоналар молиявий фаолият натижасида шаклланган даромадлар ва харажатлар ўртасидаги ижобий фарқ сифатида аниқланади[4]. Уни тўлиқроқ қилиб қуйидаги схемада кўришимиз мумкин (1.1-расм):

1. Даромад ва харажатларни ҳисоблаш
(Соф фойда аниқланади)

↓

2. Чегирмаларни ҳисобга олиш
(Солиқ базаси шаклланади)

↓

3. Ставкани қўллаш (15%)
(Солиқ суммаси ҳисобланади)

↓

4. Декларация топшириш
(Солиқ органига топширилади)

↓

5. Тўловни амалга ошириш
(Бюджетга тушум)

↓

6. Назорат ва жавобгарлик
(Пеня/жарималар)

1.1-расм. Фойда солиғини ундириш механизми[20].

Фойда солиғи замонавий солиққа тортиш тизимида энг муҳим солиқ турларидан бири сифатида алоҳида ўрин эгаллайди. У давлатнинг фискал сиёсатини амалга оширишда асосий даромад манбаларидан бири бўлиб, нафақат республика бюджети, балки маҳаллий бюджетларнинг ҳам молиявий барқарорлигини таъминлашда ҳал қилувчи аҳамиятга эга. Шунингдек, фойда солиғи иқтисодий механизмларнинг муҳим таркибий қисми сифатида хўжалик юритувчи субектларнинг фаолиятини тартибга солиш ва уларни самарали ишлашга ундашда ҳам муҳим восита бўлиб хизмат қилади.

Солиқ самарадорлигининг мезони, аввало, унинг белгиланган вазифалар-ни қай даражада адо этиши билан белгиланади. Бунда солиқларнинг бюджет тушумларини кўпайтириш имконияти, шунингдек, иқтисодий жараёнларга, жумладан аҳоли турмуш фаровонлигига кўрсатадиган таъсири асосий баҳолаш мезони сифатида олинади. Фойда солиғи ўз моҳиятига кўра, корхоналар томонидан яратилган соф даромаднинг маълум қисмини давлат ихтиёрига ўтказишни назарда тутади. Шу орқали жамият миқёсида қўшимча маҳсулот ва молиявий ресурсларнинг қайта тақсимланиши амалга ошади. Бу жараён иқтисодиётда ресурслардан самарали фойдаланиш, ишлаб чиқариш

[20] Tadqiqot natijalari bo’yicha muallif tomonidan tayyorlangan

барқарорлигини таъминлаш ҳамда ижтимоий соҳаларни молиялаштириш имконини кенгайтиради.

Фойда солиғининг иқтисодий-ҳуқуқий моҳияти унинг бажарадиган функцияларида яққол намоён бўлади. Булардан асосан икки функция алоҳида ажралиб туради:

1. Фискал (молиявий) функция. Фойда солиғи давлат бюджети учун энг муҳим даромад манбаларидан биридир. Корхоналар фаолияти натижасида ҳосил бўладиган соф фойданинг маълум қисми давлат ихтиёрига ўтказилади ва у ижтимоий эҳтиёжларни молиялаштиришга йўналтирилади. Шу тариқа фойда солиғи давлат молия тизимининг барқарорлигини таъминлайди, бюджет харажатларини қоплашда молиявий асос бўлиб хизмат қилади. Масалан, Ўзбекистонда 2024 йилда юридик шахслардан олинадиган фойда солиғи давлат бюджети даромадларининг салмоқли қисмини, яъни 19,2% (52,6 трлн сўм) ни ташкил этди.

2. Иқтисодиётни тартибга солувчи функция. Фойда солиғи фақат фискал мақсадни кўзламайди, балки иқтисодий жараёнларга фаол таъсир кўрсатади. Солиқ ставкалари, имтиёзлар ва чегирмалар орқали давлат айрим тармоқларни ривожлантиришни рағбатлантириши ёки, аксинча, иқтисодий фаолиятни чеклаши мумкин. Масалан, электрон тижорат субектлари учун 10 фоизлик имтиёзли ставка белгиланиши ушбу соҳанинг тез суръатлар билан ривожланишига хизмат қилмоқда. Демак, фойда солиғи механизми инвести-циялар оқимини тартибга солувчи, инновацияларни рағбатлантирувчи ва иқтисодий мувозанатни таъминловчи кучли воситадир. Ҳар қандай солиқнинг вазифалари унинг иқтисодий моҳияти ва давлат молия тизимидаги ўрни билан белгиланади. Фойда солиғи ундириш механизми ҳам фақат фискал даромад манбаи бўлиб қолмай, балки иқтисодиётдаги мувозанатни сақлаш, инвестицияларни рағбатлантириш ва ижтимоий барқарорликни таъминлашга хизмат қилади [2]. Шу жиҳатдан у кўп қиррали вазифаларни бажаради.

Фойда солиғининг аҳамияти бозор иқтисодиётида давлатнинг иқтисодий жараёнларни тартибга солиш ва бошқариш функциялари билан бевосита боғлиқдир. Ушбу шароитда давлат ўз фаолиятини тўлақонли амалга ошириши учун молиявий ресурслар билан таъминланган бўлиши муҳим талаб ҳисобланади.

Фойда солиғи нафақат давлат бюджетининг асосий даромад манбаларидан бири, балки иқтисодиётда инвестицион фаолликни рағбатлантирувчи муҳим молиявий восита ҳисобланади. Солиқ ставкалари ва имтиёзлар тизими тўғридан-тўғри корхоналарнинг капитал қўйилмаларга, технологик янгиланишга, ишлаб чиқариш ҳажмини кенгайтиришга бўлган қизиқишини оширади ёки камайтиради. Давлат солиқ ставкани пасайтириш орқали фойданинг катта қисмини корхона ихтиёрида қолдиради ва уни ишлаб чиқаришни модернизация қилишга ёки янги лойиҳаларга йўналтириш имконини беради. Янги технологиялар, экспортга йўналтирилган ишлаб чиқариш, стратегик тармоқларга капитал киритган корхоналарни солиқдан озод этиш ёки камайтирилган ставкаларни қўллаш корхоналарни инвестиция-лар кўпайтиришга бўлган қизиқишини оширади. Фойда солиғининг инвестицияларни рағбатлантириш функцияси корхоналар капитал қўйилмаларини кўпайтиришга, инновацион фаолиятни кенгайтиришга ва миллий иқтисодиётнинг барқарор ривожланишига йўналтирилган муҳим молиявий-ҳуқуқий дастак ҳисобланади.

Солиқларнинг рағбатлантирувчи функцияси амалиётда энг мураккаб амалга ошириладиган вазифалардан биридир. Бунинг сабаби шундаки, у хўжалик юритувчи субектларнинг иқтисодий манфаатлари билан бевосита боғлиқдир. Мазкур функция солиқ механизмининг ўзига хос шакл ва элементлари орқали, хусусан, турли солиқ имтиёзлари, истиснолар ва преференциялар тизими орқали намоён бўлади. Бундай ёндашув натижасида солиққа тортиш объекти ўзгаради, солиқ базаси қисқаради, солиқ ставкалари пасайтирилади ва шу каби чоралар кўрилади. Натижада, аввало саноатнинг турли тармоқларида фаолият юритувчи корхоналар иқтисодий фаоллигини рағбатлантиришга имкон туғилади. Фойда солиғи – давлат молиявий сиёсатида ижтимоий адолатни таъминлаш воситаларидан биридир. Чунки корхоналар оладиган соф фойданинг бир қисми давлат бюджетига ўтказилади ва кейинчалик жамиятнинг барча қатламлари учун муҳим бўлган ижтимоий эҳтиёжларни молиялаштиришга йўналтирилади. Шу орқали даромадларнинг қайта тақсимланиши амалга ошади ва иқтисодий тенгсизлик юмшатилади. Йирик фойда кўрадиган корхоналардан олинадиган солиқ маблағлари таълим, соғлиқни сақлаш, инфратузилма каби умумий ижтимоий соҳаларга йўналтирилади. Бу эса аҳолининг турмуш даражасини мувозанатлаштиришга хизмат қилади. Марказий бюджет орқали солиқлардан тушган маблағлар иқтисодий жиҳатдан суст ривожланган ҳудудларга қайта тақсимланади. Айрим стратегик тармоқлар ёки ижтимоий аҳамиятга эга лойиҳаларга солиқ имтиёзлари берилиши орқали уларнинг барқарор ривожланиши қўллаб-қувватланади. Фойда солиғидан тушган даромад нафақалар, субсидиялар, ишсизликни камайтириш дастурлари орқали ижтимоий тенгликни мустаҳкамлайди. Фойда солиғининг ижтимоий тенгликни таъминлаш функцияси бу нафақат молиявий механизм, балки жамиятда ижтимоий адолатни қарор топтириш, фуқаролар ўртасидаги имкониятлар тенглигини кенгайтириш ва умумий фаровонликни таъминлашга қаратилган тизимли воситадир.

Хулоса. Хулоса қилиб шуни таъкидлаш лозимки, корхона фойдаси иқтисодий категория сифатида корхоналарни нафақат иқтисодий ўсишини таъминлашга, балки шу билан бирга бюджет даромадларини фойда солиғи билан таъминлашда муҳим манба бўлиб хизмат қилади. Шу боис фойдани аниқлаш ва тартибга солиш орқали уни солиққа тортиш чегарасини аниқлаш муҳим аҳамиятга эга. Шунингдек, фойда солиғини ижтимоий-иқтисодий тараққиётдаги ўрни ва аҳамияти хам бениҳоя каттадир. Фойда солиқ объекти сифатида унинг имтиёзлар орқали тартибга келтирилиши, солиқ тўлови-нинг ўзига боғлиқ қилиб қуйилганлиги, корхоналарни маҳсулот ишлаб чиқариш ҳажмини ўтган йилга нисбатан оширишга ва сифатли маҳсулот (товар) ишлаб чиқаришга ундайди.

АДАБИЁТЛАР РЎЙХАТИ

1. Зайналов Ж.Р., Алиева С.С., Ахроров З.О. ва бошқ. Солиқлар ва солиққа тортиш. Дарслик. – Т.: Иқтисод молия, 2021. – 63 б.
2. Musgrave, R. A., & Musgrave, P. B. (1989). *Public Finance in Theory and Practice* (5th edition). New York: McGraw–Hill. **356–380b.**
3. James, S., & Nobes, C. (2018). *The Economics of Taxation* (14th ed.). Birmingham: Fiscal Publications
4. Ўзбекистон Республикаси Солиқ кодекси. 2022 йил.

QORAQALPOG‘ISTON RESPUBLIKASI QURILISH MATERIALLARI BOZORINING INNOVATSION RIVOJLANISH DRAYVERLARI

Yuldasheva Mexrunisa Kasimjan qizi
Qoraqalpoq Davlat Universiteti 2-bosqich tayanch doktoranti
ORCID 0009-0009-0540-6521
https://doi.org/10.5281/zenodo.17912099

Annotatsiya. *Ushbu maqolada Qoraqalpog‘iston Respublikasida qurilish materiallari sanoatini innovatsion rivojlantirish omillari, mavjud muammolar va ularni bartaraf etish bo‘yicha takliflar o‘rganilgan. Tadqiqotda statistik tahlil, taqqoslash va struktur-analitik yondashuvlardan foydalanilgan. Natijalar sanoat korxonalarida innovatsion yondashuvlarning past darajada ekanligini, raqamlashtirish jarayonlarining sust borayotganini ko‘rsatadi.*
Kalit so‘zlar: *innovatsiya, qurilish materiallari sanoati, Qoraqalpog‘iston, raqamlashtirish, modernizatsiya, sanoat korxonalari.*

Kirish. Qurilish materiallari sanoati har qanday hududning iqtisodiy rivojlanishida strategik ahamiyatga ega bo‘lgan sohalardan biridir. Qoraqalpog‘iston Respublikasida so‘nggi yillarda sanoatning ushbu tarmog‘ini modernizatsiya qilish, zamonaviy texnologiyalarni joriy etish va investitsion jozibadorlikni oshirish bo‘yicha keng ko‘lamli islohotlar amalga oshirilmoqda. Xususan, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “Qurilish materiallari sanoatini transformatsiya qilish va tarmoqda ishlab chiqarish quvvatlarini kengaytirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi qarorida tarmoqni diversifikatsiya qilish, yangi ishlab chiqarish quvvatlarini ishga tushirish va mahalliy xom-ashyodan samarali foydalanish ustuvor vazifa sifatida belgilangan [1].

Shuningdek, “2022–2026-yillarga mo‘ljallangan Yangi O‘zbekiston taraqqiyot strategiyasi”da qurilish materiallari sanoatini modernizatsiya qilish, energiya tejamkor va ekologik toza texnologiyalarni joriy etish, sanoat korxonalarida raqamlashtirish darajasini oshirish bo‘yicha aniq vazifalar belgilangan [2]. Biroq shunga qaramay, tarmoqdagi mavjud ishlab chiqarish quvvatlarining eskirganligi, energiya samaradorligining pastligi, ilmiy-innovatsion yechimlardan foydalanishning yetarli emasligi hamda korxonalarning raqobatbardoshligi pastligi tarmoqni sifat jihatdan yangi bosqichga olib chiqishni talab etmoqda [3].

Shu munosabat bilan qurilish materiallari ishlab chiqaruvchi korxonalarda innovatsion strategiyalarni shakllantirish, yangi texnologiyalarni joriy etish, raqamli boshqaruv tizimlarini tatbiq etish hamda ishlab chiqarishni modernizatsiya qilish masalasi bugungi kunda dolzarb ahamiyat kasb etadi.

Metodologiya. Tadqiqot davomida qurilish materiallari sanoatining innovatsion rivojlanish darajasini kompleks baholashga imkon beradigan bir nechta ilmiy-uslubiy yondashuvlardan foydalanildi. Metodlar o‘zaro uyg‘unlashtirilgan holda qo‘llanilib, har biri tadqiqot natijalarining ishonchliligini oshirishga xizmat qildi. Statistik tahlil. Ushbu usul orqali Qoraqalpog‘iston Respublikasida qurilish materiallari sanoatiga oid oxirgi 5 yil (2019–2023) davomida shakllangan asosiy ko‘rsatkichlar — ishlab chiqarish hajmi, investitsiyalar ulushi, eksport salohiyati, texnologik yangilanishlar tezligi kabi parametrlar o‘rganildi. Statistik ma’lumotlar

Qoraqalpog‘iston Respublikasi Statistika boshqarmasi va Sanoatni rivojlantirish agentligi hisobotlaridan olindi. Ushbu tahlil sanoatning mavjud holatini aniq tasvirlashga yordam berdi. Taqqoslash usuli.Hududlar kesimida innovatsion rivojlanish ko‘rsatkichlari — yangi texnologiyalar joriy etilishi, raqamlashtirish darajasi, energiya tejamkor uskunalardan foydalanish ulushi — Qoraqalpog‘iston, Toshkent viloyati, Navoiy va Farg‘ona viloyatlari misolida solishtirildi [3]. Bu esa hududlar o‘rtasidagi farqlarni aniqlash, Qoraqalpog‘istonning kuchli va zaif jihatlarini aniqlab olish imkonini berdi. SWOT tahlil.Qurilish materiallari ishlab chiqaruvchi korxonalarda mavjud ichki kuchli va zaif tomonlar, tashqi imkoniyatlar hamda xavf-xatarlar tizimli ravishda tahlil qilindi. SWOT yondashuvi innovatsion strategiyalarni shakllantirishda muhim omillarni aniqlash, xususan raqobatbardoshlik, resurs salohiyati, texnologik holat va bozor imkoniyatlarini baholashga xizmat qildi.

Natijalar. Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatdiki, Qoraqalpog‘iston Respublikasida qurilish materiallari sanoatining innovatsion rivojlanishiga ta’sir etuvchi bir qator muhim drayverlar mavjud. Avvalo, sanoat korxonalarida texnologik modernizatsiya jarayonlarining dolzarbligi alohida ta’kidlanishi lozim. O‘rganilgan korxonalarning qariyb 68 foizida ishlab chiqarish liniyalari 10 yildan ortiq vaqt davomida yangilanmagan bo‘lib, bu holat mahsulot tannarxining oshishiga, ishlab chiqarish xarajatlarining ko‘payishiga va eng muhimi, korxonalarning bozor raqobatbardoshligini pasayishiga olib kelmoqda [4]. Shu bilan birga, tarmoqda raqamlashtirish jarayonlarining sust rivojlanayotgani ham sezilarli darajada ta’sir ko‘rsatmoqda. Sanoat korxonalarining atigi 22 foizida raqamli monitoring va boshqaruv tizimlarining mavjudligi ishlab chiqarish jarayonlarini optimallashtirish, resurslardan samarali foydalanish va sifat nazoratini takomillashtirish imkoniyatlarini cheklab qo‘ymoqda [1].Qoraqalpog‘iston hududida qurilish materiallariga oid xom ashyo resurslarining yuqori salohiyatga ega ekanini ko‘rsatdi. Xususan, sement, gips, qurilish ohaklari va boshqa mineral materiallarning katta miqdordagi tabiiy zaxirasi hudud sanoatining rivojlanishida muhim strategik ustunlikni shakllantiradi [3]. Biroq mavjud imkoniyatlarga qaramay, innovatsion infratuzilmaning yetarli darajada rivojlanmaganligi sanoatning innovatsion yuksalishiga jiddiy to‘siq bo‘lmoqda. Hududda zamonaviy ilmiy-tadqiqot laboratoriyalari, texnologik markazlar va innovatsion klasterlarning yetishmasligi korxonalar uchun yangi texnologiyalarni joriy etish jarayonini sekinlashtirmoqda, buning natijasida esa innovatsion rivojlanishning tizimli mexanizmi shakllanmayapti. Umuman olganda, tadqiqot jarayonida aniqlangan ushbu omillar qurilish materiallari sanoati uchun mavjud innovatsion salohiyatning kuchli tomonlarini va u bilan birga mavjud cheklovlarni yaqqol namoyon etadi. Mavjud muammolarni strategik yondashuv asosida bartaraf etish esa hudud sanoatining barqaror va samarali rivojlanishini ta’minlashda asosiy omil bo‘lib xizmat qiladi.

Muhokama. Olingan natijalar shuni ko‘rsatadiki, qurilish materiallari sanoatida innovatsion rivojlanishning asosiy to‘siqlari eskirgan texnik baza, moliyaviy resurslarning cheklanganligi va raqamlashtirish jarayonlarining pastligi hisoblanadi [4]. Ushbu omillar korxonalarning mahsulot sifatini oshirish, ishlab chiqarish samaradorligini optimallashtirish va raqobatbardoshligini ta’minlash imkoniyatini cheklaydi. Shu bilan birga, Xorijiy tajribadan ma’lumki, Yevropa Ittifoqi mamlakatlarida qurilish materiallari ishlab chiqarishda energiya tejamkor texnologiyalarni joriy etish orqali mahsulot tannarxi 20–25 foizgacha kamaygan [5]. Bu esa raqamli boshqaruv, avtomatlashtirilgan liniyalar va innovatsion texnologiyalarni tatbiq etish orqali ishlab chiqarish samaradorligini sezilarli darajada oshirish mumkinligini ko‘rsatadi.Shu bois, Qoraqalpog‘iston sanoatida quyidagi yo‘nalishlarni strategik jihatdan kuchaytirish zarur:

Birinchidan, raqamli ishlab chiqarish boshqaruv tizimlarini joriy etish orqali korxonalar resurslardan samarali foydalanish, ishlab chiqarish jarayonini real vaqt rejimida monitoring qilish va sifat nazoratini yaxshilash imkoniyatiga ega bo‘ladi. Bu raqamli transformatsiya ishlab chiqarish samaradorligini oshirib, tannarxni kamaytirishga va mahsulot sifatini barqarorlashtirishga xizmat qiladi. Ikkinchidan, innovatsion klasterlar va texnoparklar tashkil etish orqali sanoat korxonalari, ilmiy-tadqiqot institutlari va logistika tizimlari o‘rtasida integratsiya yuzaga keladi. Natijada yangi texnologiyalarni joriy etish tezlashadi, innovatsion salohiyat oshadi va hududiy sanoatning raqobatbardoshligi kuchayadi. Uchinchidan, mahalliy korxonalarni subsidiyalar va imtiyozlar bilan qo‘llab-quvvatlash tadbirkorlikni rag‘batlantiradi, investitsion jozibadorlikni oshiradi va texnologik modernizatsiya jarayonini tezlashtiradi. Bu chora-tadbirlar moliyaviy cheklovlarni yengib, innovatsion loyihalarni amaliyotga tatbiq etish imkonini yaratadi. To‘rtinchidan, ilmiy tadqiqot institutlari bilan hamkorlikni kuchaytirish orqali korxonalar yangi texnologiyalar, energiya tejamkor ishlab chiqarish usullari va ekologik standartlarga mos innovatsion echimlarni ishlab chiqishi mumkin bo‘ladi. Shu bilan birga, ilmiy hamkorlik xodimlarning malakasini oshirish, ilmiy izlanishlarni sanoat jarayonlariga integratsiyalash va innovatsion salohiyatni kengaytirishga xizmat qiladi. Umuman olganda, ushbu strategik yo‘nalishlar birgalikda Qoraqalpog‘iston Respublikasi qurilish materiallari sanoatining innovatsion rivojlanish mexanizmini shakllantiradi va tarmoqning barqaror, raqobatbardosh hamda ekologik barqaror o‘sishini ta’minlaydi.

Xulosa. Qoraqalpog‘iston Respublikasi qurilish materiallari sanoatini innovatsion rivojlantirish hudud iqtisodiy o‘sishini jadallashtirishda muhim strategik omil hisoblanadi. Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatadiki, hududda innovatsion drayverlar mavjud bo‘lsa-da, ularni amaliyotga tatbiq etish jarayoni sekin kechmoqda va ko‘plab korxonalarda texnologik yangilanishning yetarli darajada amalga oshirilmaganligi kuzatiladi. Shu bilan birga, resurslardan samarali foydalanish, raqamlashtirish va modernizatsiya jarayonlarining sustligi tarmoqning raqobatbardoshligini cheklamoqda. Ushbu maqolada taklif etilgan strategik chora-tadbirlar — raqamli boshqaruv tizimlarini joriy etish, innovatsion klasterlar va texnoparklar tashkil etish, mahalliy korxonalarni subsidiyalar va imtiyozlar bilan qo‘llab-quvvatlash hamda ilmiy-tadqiqot institutlari bilan samarali hamkorlikni yo‘lga qo‘yish — sanoat korxonalarining texnologik yangilanishini tezlashtirishga xizmat qiladi. Natijada mahsulot sifati va ishlab chiqarish samaradorligi oshadi, raqobatbardosh mahsulotlar yaratish imkoniyati kengayadi va hudud eksport salohiyati sezilarli darajada mustahkamlanadi. Shu bilan birga, bu chora-tadbirlar hudud iqtisodiyotining barqaror o‘sishi, ish o‘rinlari yaratish va ekologik barqaror ishlab chiqarish jarayonlarini rivojlantirishga hissa qo‘shadi.

ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti qarorlari: “Sanoat tarmoqlarini modernizatsiya qilish to‘g‘risida”. – Toshkent, 2021.
2. Karimov B., Abdullayev M. Innovatsion boshqaruv asoslari. – Toshkent: Iqtisodiyot, 2020.
3. Qoraqalpog‘iston Respublikasi Statistika boshqarmasi hisobotlari, 2019–2023 yillar.
4. Sanoatni rivojlantirish agentligi: Qurilish materiallari bozorini tahlil qilish ma’lumotlari, 2023.
5. European Construction Technology Platform. Annual Report, 2022

СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ БАНКОВ УЗБЕКИСТАНА

Бахтиярова Н.Б.
Магистрант 2 курса направления «Экономика»
Университет науки и технологий, Ташкент, Узбекистан
https://doi.org/10.5281/zenodo.17778070

Аннотация. *В статье рассматривается современное состояние инвестиционной активности банков Республики Узбекистан в условиях продолжающихся экономических реформ и трансформации финансовой системы. На основе статистических данных Центрального банка, международных организаций и аналитических обзоров анализируются ключевые тенденции развития банковского сектора в 2020–2024 гг., включая динамику активов, кредитного портфеля и депозитной базы. Особое внимание уделено инвестиционной политике ведущих коммерческих банков — Asaka Bank, Ipoteka Bank, Национального банка ВЭД и других, их стратегическим приоритетам и реализуемым проектам. Выявлены основные проблемы и ограничения, препятствующие расширению инвестиционной деятельности, такие как недостаточная диверсификация инструментов финансирования, регуляторные барьеры, макроэкономические риски и слабая развитость фондового рынка. В заключение представлены рекомендации по повышению эффективности инвестиционной активности банков и её роли в устойчивом экономическом росте страны.*

Введение

Банковский сектор Республики Узбекистан в последние годы играет ключевую роль в формировании инвестиционной активности страны. В условиях продолжающихся экономических реформ, либерализации валютного рынка и расширения финансовых инструментов банки превращаются из традиционных кредитных учреждений в многофункциональных участников инвестиционного процесса. Особое значение имеет трансформация банковской системы в 2020–2024 гг., когда были реализованы масштабные институциональные и структурные изменения, направленные на повышение эффективности кредитно-инвестиционной деятельности, поддержку реального сектора и привлечение иностранных инвестиций.

Цель данной статьи — анализ современного состояния инвестиционной активности банков Узбекистана на основе статистических данных, структурных показателей и кейсов конкретных финансовых институтов. Материал опирается на данные Центрального банка, международных организаций и аналитических обзоров.

1. Роль банковского сектора в инвестиционном процессе

1.1. Структура и динамика развития банков

Банковская система Узбекистана организована по двухуровневой модели, где Центральный банк выполняет функции регулятора, а коммерческие банки — основные задачи по кредитованию, привлечению депозитов и инвестированию. В начале 2024 года в стране функционировало 33 банка, из которых 12 — государственные, остальные —

частные или с иностранным капиталом. Совокупные активы достигли 640 трлн сумов, увеличившись на 42 % по сравнению с 2020 годом.

Эти показатели отражают не только количественный, но и качественный рост банков, связанный с цифровизацией услуг, реформированием корпоративного управления и внедрением стандарта Базель III.

1.2. Банки как участники инвестиционной политики

Банковская система выполняет двойную функцию:

- **финансовый посредник**, аккумулирующий временно свободные денежные средства и направляющий их в инвестиции;
- **прямой инвестор**, осуществляющий вложения в государственные и корпоративные ценные бумаги, инфраструктуру и венчурные проекты.

Увеличение доли долгосрочных кредитов (до 56 % в 2024 г.) способствует росту инвестиционной активности, особенно в промышленности, энергетике, строительстве, транспорте и сельском хозяйстве.

2. Основные тенденции динамики активов, кредитов и депозитов (2020–2024 гг.)

2.1. Рост активов банков

Активы банков выросли с 450 трлн сумов в 2020 году до 640 трлн сумов в 2024 году (+42 %). Наибольшую часть активов формирует кредитный портфель — 76 % структуры активов. Это свидетельствует о кредитно-ориентированной модели развития банковской системы.

Глава 2

Другие статьи активов:

- инвестиции в ценные бумаги — 7 %;
- средства в ЦБ и на корреспондентских счетах — 5 %;
- основные средства — 4 %;
- прочие активы — 8 %.

Доля ликвидных активов постепенно уменьшается, что указывает на перераспределение ресурсов в пользу более доходных направлений.

2.2. Динамика кредитного портфеля

Кредитный портфель увеличился с 340 до 490 трлн сумов (+44 %). Основные направления кредитования:

- промышленность — 31 %,
- строительство и инфраструктура — 18 %,
- сельское хозяйство — 15 %,
- торговля и услуги — 22 %.

Уровень просроченной задолженности снизился с 6,3 % до 4,1 %, что отражает повышение качества риск-менеджмента и цифровизацию оценки платёжеспособности.

2.3. Депозитная база и тенденции дедолларизации

Рост депозитов составил 71 %, и их общий объём достиг 175 трлн сумов в 2024 г. Особенно значительным оказался рост депозитов населения — почти вдвое (с 60 до 118 трлн сумов). Важной тенденцией является **дедолларизация депозитов**: доля валютных средств снизилась с 52 % до 39 %. Это связано со стабилизацией инфляции, укреплением сума и повышением привлекательности вкладов в национальной валюте.

3. Инвестиционная политика коммерческих банков: кейсы

3.1. Asaka Bank

Asaka Bank — один из ключевых государственных банков, активно инвестирующий в автомобильную промышленность, энергетику, инфраструктуру и агропромышленный сектор.

Структура его инвестиционного портфеля (2020–2024 гг.):

- автопром — 27 %,
- энергетика — 19 %,
- АПК — 17 %,
- МСБ — 14 %,
- цифровизация — 9 %.

Крупные проекты:

- модернизация UzAuto Motors,
- развитие Навоийской ТЭЦ,
- совместные программы с KfW и внедрение ESG-инвестирования.

3.2. Ipoteka Bank

Ipoteka Bank специализируется на финансировании жилищного строительства и городских проектов. Его инвестиционный портфель вырос с 8,3 до 18,1 трлн сумов (+118 %).

Эволюция приоритетов:

- 2020 — жильё,
- 2021 — ипотека и соцобъекты,
- 2022 — коммерческая недвижимость,
- 2023 — ЖКХ и инфраструктура,
- 2024 — урбанистические проекты («умные города»).

3.3. NBU, Aloqabank и Xalq Bank

- **Национальный банк ВЭД** ориентирован на экспорт и привлечение внешних инвестиций (солнечные электростанции, аэропорты).
- **Aloqabank** вкладывает в IT-сектор и цифровизацию.
- **Xalq Bank** реализует социально-инвестиционные программы, включая микрокредитование и региональные проекты.

4. Проблемы и ограничения инвестиционной активности банков

Несмотря на положительную динамику, банковский сектор сталкивается с рядом системных ограничений.

4.1. Низкая диверсификация инвестиционных инструментов

В структуре портфеля банков доминируют традиционные кредиты (68 %), в то время как прямые инвестиции и венчурное финансирование составляют лишь 6 %. Это снижает инновационность инвестиционной политики.

4.2. Регуляторные барьеры

Сложные процедуры согласования, недостаточное развитие инструментов хеджирования, жесткие требования к обеспечению и резервированию препятствуют активизации долгосрочного финансирования.

4.3. Макроэкономические риски

Курсовая волатильность, инфляционное давление и глобальная неопределённость заставляют банки формировать дополнительные резервы, снижая их инвестиционные возможности.

4.4. Недостаточное развитие фондового рынка

Объём корпоративных облигаций и публичных компаний остаётся низким, что ограничивает доступ банков к рыночному капиталу.

4.5. Проблемы оценки рисков и квалификации кадров

Во многих банках:

- отсутствуют комплексные модели риск-прогнозирования,
- оценка проектов проводится вручную,
- недостаточно экспертов по проектному финансированию.

Заключение. В 2020–2024 гг. банковский сектор Узбекистана продемонстрировал устойчивую положительную динамику и стал ключевым источником инвестиционного капитала для экономики. Реформы в области либерализации валютного рынка, цифровизации, повышения прозрачности и внедрения международных стандартов позволили качественно улучшить кредитно-инвестиционную деятельность банков.

Однако для дальнейшего усиления инвестиционного потенциала необходимы:

1. развитие рынка капитала и долгосрочных инструментов фондирования;
2. упрощение регуляторных процедур;
3. поддержка МСП через гарантийные механизмы;
4. внедрение цифровых платформ риск-аналитики;
5. стимулирование ESG-инвестиций и зелёных проектов.

Таким образом, банковская система Узбекистана уже стала ключевым драйвером инвестиционного роста и имеет высокий потенциал для дальнейшего укрепления роли в модернизации и инновационном развитии экономики страны.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННЫХ ИСТОЧНИКОВ

1. Центральный банк Республики Узбекистан. *Годовой отчёт за 2024 год*. — Ташкент, 2024.
2. Министерство экономики и финансов Республики Узбекистан. *Статистический бюллетень по инвестициям*. — Ташкент, 2024.
3. Центральный банк Республики Узбекистан. *Статистический бюллетень за 2024 год*. — Ташкент, 2024.
4. Рахмонов Б. *Банковская система Узбекистана: состояние и перспективы*. — Ташкент: Фан, 2023.
5. EBRD (European Bank for Reconstruction and Development). *Uzbekistan Country Strategy (2024–2029)*. — London: EBRD Publishing, 2024.
6. OECD. *Investment Policy Review: Uzbekistan 2023*. — Paris: OECD Publishing, 2023.
7. IFC, World Bank Group. *Uzbekistan Financial Sector Review*. — Washington, 2023.
8. Хакбердиев Т. *Теория инвестиций и проектного управления*. — Самарканд: СамИУ, 2021.
9. Nowak P. *Investment Risk Management in Eastern Europe*. — Warsaw: Springer, 2021.
10. Asaka Bank. *Annual Report 2024*. — Ташкент, 2024.
11. Ipoteka Bank. *Financial Overview 2024*. — Ташкент, 2024.

ФИНАНСОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ КАК ОСНОВА УСПЕШНОЙ ЭКОНОМИКИ

[1]Ибрагимова Чарос Гайрат кизы, [2]Вадим Исломутдинов
[1]Студентка 2 курса Ургенчского государственного университета имени Абу Райхона Беруни
[2]профессор кафедры экономики Ургенчского государственного университета имени Абу Райхон Беруни
https://doi.org/10.5281/zenodo.17725225

Аннотация. *Проанализировать, каким образом финансовая грамотность влияет на экономическое развитие, и какие меры могут быть эффективны в её повышении. Особое внимание уделяется примерам из узбекистана, как страны, активно развивающей программы финансовой грамотности в последнее время.*

Методология статьи*: обзор теоретических подходов, эмпирических исследований, а также анализ текущей практики и статистики, особенно в Узбекистане.*

Ключевые слова: *финансовая грамотность, компоненты функция финансовой грамотности, человеческий капитал, экономическое развитие*

Финансовая грамотность (financial literacy) — это совокупность знаний, навыков и установок, которые позволяют человеку принимать обоснованные решения в отношении личных и семейных финансов, использовать финансовые инструменты, понимать риски, управлять доходами, расходами, долгами и сбережениями. Недостаток финансовой грамотности приводит к неэффективному использованию ресурсов, высоким уровням задолженности, неумению планировать будущее, что в совокупности тормозит развитие экономики. В свете глобализации, цифровизации финансовых услуг и растущей сложности финансовых инструментов важность финансовой грамотности возрастает как для отдельных лиц, так и для государства.

Составные части. Финансовая грамотность включает в себя знание финансовых понятий (например, процент, инфляция, кредит, диверсификация), умения (составление бюджета, управление долгом, принятие решений об инвестициях) и установки / поведенческие аспекты (доверию к финансовым институтам, склонность к планированию, ответственности).

Функции финансовой грамотности:

- Рационализация потребления — позволяет людям чётко различать желания и нужды, планировать расходы.
- Сбережения и инвестиции — грамотные люди более склонны к откладыванию средств, выбирать оптимальные формы сбережений.
- Умение пользоваться финансовыми продуктами — кредиты, депозиты, страхование, цифровые платежи.
- Управление рисками — понимание рисков и стоимости финансовых решений, защита от мошенничества, оценка альтернатив.

Теория человеческого капитала и финансовая грамотность. Финансовая грамотность может рассматриваться как часть человеческого капитала. Согласно теории человеческого капитала (Becker, Schultz и др.), инвестиции в образование (в том числе и финансовое образование) повышают производительность и благосостояние. Также теории экономического роста (Solow, эндогенный рост и др.) предполагают, что устойчивый рост требует не только материальных капитальных вложений, но и качественных улучшений: знания, навыков, институтов. Финансовая грамотность способствует улучшению институтов принятия решений на уровне домашнего хозяйства и предприятий, что в совокупности повышает экономическую эффективность системы.

Глобальные исследования эффекта финансовой грамотности. Исследование “Does Financial Education Impact Financial Literacy and Financial Behavior, and If So, When?” (Kaiser, Menkhoff 2017) показало, что финансовое обучение статистически значимо повышает финансовую грамотность и — в меньшей степени — финансовое поведение. Работа “Quantifying the Causal Effect of Financial Literacy Courses on Financial Health” (2024) выявила, что прохождение курсов финансовой грамотности положительно коррелирует с улучшением финансового здоровья (способностью управлять долгами, уверенно оценивать ситуацию, планировать расходы). Исследование в Китае (Pan, Feng) показало, что уровень финансовой грамотности влияет на участие домохозяйств в инвестициях в здоровье и профилактику (health investment).

Влияние финансовой грамотности на экономику на макроэкономическом уровне. Во-первых, повышает сбережение, большая часть население хотят откладывать деньги для семейного бюджета или для более ещё каких-либо значимых целей и для этого идеально подойдёт инвестирование на банковские секторы фондовые рынки или же государственных облигации. Рост инвестиции способствует на экономическом росту развитию инфраструктуры и технологическому прогрессу. Во-вторых, снижает задолженности и финансовых рисков. Большинство людей с низкой финансовой грамотностью совершает невыгодные сделки как брать дорогостоящие займы просрочить платежи попадают в беду через высокие проценты. Эти факторы может привести к кризису домашнего хозяйства, снижению покупательского способности, а также же увеличение долгой нагрузки. И эти все примеры может нарушить банковскую стабильность и макроэкономическую устойчивость в-третьих, укрепляет финансовую систему и доверие регулирующим органом. К эффективному функционирование финансовых рынков и росту активности инвестициях и кредитования может способствовать понимание финансовых действий и финансовых продуктов

Мошенничество, совершенное в Узбекистане. За последние годы значительно увеличилось количество киберпреступлений, связанных с вредоносной сетевой деятельностью. Например, в 2024 году было зафиксировано более 12 млн попыток совершения кибератак, в то время как в 2023 году этот показатель составил 11 млн, рассказали Kun.uz в Центре кибербезопасности. Кроме того, количество заявлений о мошенничестве, поступивших в 2024 году, возросло на 34% по сравнению с 2023 годом. Около 35% всех обращений приходится на мошенничество с платежными картами. Указывается, что одной из основных причин роста мошенничества является увеличение числа пользователей банковских карт. В начале года их количество составляло менее 40 млн, а к настоящему времени оно возросло более чем до 55 млн. Выявить преступников и вернуть

материальные средства, похищенные в результате кибермошенничества, крайне сложно. Процесс идентификации преступников усложняется тем, что мошенничество может быть совершено кем угодно и из любой точки мира.

Эмпирические исследование и реальный опыт. В последние годы в Узбекистане наблюдается активное развитие инициатив, направленных на повышение финансовой грамотности население. По данным Центрального банка Узбекистан уровень финансовой грамотности постепенно растет, однако остается ниже, чем ряд соседних стран. С 2019 года совместно с Министерством народного образования и международными партнерами (Всемирный банк и UNICEF) реализует программы по внедрение в школьные и вузовские программы. Кроме того, проводится компании по обучению предпринимателей женщин и молодёжи управлению личными финансами и основами инвестирование. Например, в рамках проекта **Финансовая грамотность для всех** были проведены семинары в регионах, где более 50 тыс. человек пришли на обучение. В пилотных школах Ташкента и Самарканда введены факультативные курсы по финансовому обучению. А также Банковские учреждение такое как Kapital bank и TBC bank запустили свои онлайн платформы с обучающими материалами.

Барьеры и вызовы. Несмотря на положительные изменения, существует ряд проблем, замедляющих процесс повышения финансовой грамотности: Недостаточная информированность сельского населения и пожилых людей. Низкий уровень цифровой грамотности, что затрудняет использование онлайн-банкинга и мобильных финансовых сервисов. Ограниченный доступ к финансовым услугам в отдалённых районах. Недостаток квалифицированных специалистов и преподавателей, способных обучать финансовой грамотности Социально-культурные установки, при которых обсуждение личных финансов или инвестиций считается нежелательным. Эти барьеры требуют комплексного подхода, включающего образование, инфраструктуру и изменение общественных установок.

Возможные направления для развития. Для дальнейшего продвижения финансовой грамотности в Узбекистане целесообразно: интегрировать финансовое образование в школьные и университетские программы на постоянной основе. Расширить охват цифровых платформ, создавая доступные мобильные приложения и онлайн-курсы на узбекском и русском языках. Развивать партнёрства между банками, ННО и государственными структурами. Проводить массовые информационные кампании через телевидение, социальные сети и мессенджеры. Создать систему сертификации преподавателей по финансовой грамотности. Ориентироваться на уязвимые группы — женщин, молодёжь и сельских жителей. Таким образом, повышение финансовой грамотности в Узбекистане требует устойчивого межсекторного взаимодействия и долгосрочной образовательной стратегии.

Практика и статистика в Узбекистане. Проект Finlit.uz Центрального банка Узбекистана действует с 2020 года: образовательный сайт и соцсети, программы для школ и вузов, обучение учителей, охват сельских регионов и мигрантов. Был проведён опрос по финансовому включению и грамотности при поддержке Азиатского Банка Развития (ADB) по методологиям WB Findex, OECD и др. — охват 1200 респондентов в разных регионах Узбекистана, качественные группы по отдельным регионам. Согласно Global Findex 2025 по Узбекистану: около 60 % взрослых имеют банковский счёт, но только около 10 % делают сбережения в банках; только 12 % берут формальные займы; цифровые платежи растут.

Заключение. Финансовая грамотность — ключевой элемент устойчивого и успешного развития экономики. Она влияет не только на благосостояние отдельных домохозяйств, но и на макроэкономическую стабильность, рост инвестиций, снижение рисков, усиление финансовой системы. В условиях быстро меняющегося мира, растущей роли цифровых финансов, нестандартных источников дохода и экономических шоков знание и умение управлять финансами становятся всё более критичными. Узбекистан уже сделал существенные шаги в этом направлении: программы типа Finlit.uz, образовательные проекты, исследования, информационные кампании. Однако ещё существуют значительные вызовы: низкое сбережение в формальных институтах, разрыв в охвате между регионами, качество и доступность финансового образования, поведенческие барьеры. Для дальнейшего прогресса необходим всесторонний подход: сочетание образовательных инициатив, политики, цифровых решений, исследований и вовлечения частного сектора. Среди приоритетов — введение обязательных учебных элементов на базовых уровнях образования, развитие институтов, подготовка преподавателей, прозрачность финансовых продуктов. Если эти меры будут реализованы, финансовая грамотность может стать фундаментом, на котором построится более успешная, устойчиво развивающаяся экономика, устойчивое развитие и повышение качества жизни граждан.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Кайзер Т и Менкофф, Л. (2017). Влияет ли финансовое образование на финансовую грамотность и финансовое поведение — и если да, то когда? *The World Bank Economic Review*, 611–630.
2. Фрис Д Гангал А и Шавиро Ч. (2024). Количественная оценка причинного эффекта курсов финансовой грамотности на финансовое благополучие.
3. Пан. Ю и Фэн. Ю (2023). Влияние финансовой грамотности на инвестиции домохозяйств в здоровье: эмпирические данные из Китая. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 20(3):2229. https://doi.org/10.3390/ijerph20032229
4. Хелвианто. А. В и Мадьянти. А. Н**.** (2024). Влияние финансовой грамотности, толерантности к риску и инвестиционного планирования на накопление капитала среди среднего класса Индонезии. *West Science Interdisciplinary Studies.*
5. Finlit.uz – информационно-образовательный проект Центрального банка Республики Узбекистан по финансовой грамотности отмечает 5-летие. Центральный банк Республики Узбекистан, 2025. https://cbu.uz/en/press_center/news/2690688/
6. Азиатский банк развития (ADB) оказал поддержку Центральному банку Узбекистана в проведении общенационального исследования по финансовой инклюзии и грамотности. Центральный банк Республики Узбекистан, 2025. https://cbu.uz/en/press_center/news/2575572/
7. Финансовая инклюзия Узбекистана: краткий обзор (Global Findex 2025). Глобальный форум по денежным переводам, инвестициям и развитию (GFRID). https://gfrid.org/publications/uzbekistans-financial-inclusion-at-a-glance-globalfindex-2025/

HUDUDLARDA QISHLOQ XO‘JALIGINI INNOVATSION BOSHQARISHNING TASHKILIY-IQTISODIY MEXANIZMI: ILG‘OR XORIJIY TAJRIBALAR TAHLILI (QORAQALPOG‘ISTON RESPUBLIKASI MISOLIDA)

Salieva Aziza Dauletbay qizi
Qoraqolpoq davlat universiteti
https://doi.org/10.5281/zenodo.17911880

Annotatsiya. *Ushbu maqolada Qoraqalpog‘iston Respublikasida qishloq xo‘jaligini innovatsion boshqarishni takomillashtirish bo‘yicha tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlar tahlil qilinadi. Hududning iqlimiy xususiyatlari, suv resurslari tanqisligi, meliorativ holati, agrar infratuzilmasi va ekinlar tarkibidagi o‘ziga xosliklar inobatga olingan holda, Niderlandiya, Isroil, AQSH va Janubiy Koreya kabi davlatlarning ilg‘or tajribalari bilan solishtiriladi.*

Kalit so‘zlar. *innovatsion boshqaruv, qishloq xo‘jaligi, klaster, smart farming, raqamlashtirish, tashkiliy-iqtisodiy mexanizm, xorijiy tajriba.*

Аннотация. *В данной статье анализируются организационно-экономические механизмы совершенствования инновационного управления сельским хозяйством в Республике Каракалпакстан. С учетом климатических особенностей региона, дефицита водных ресурсов, мелиоративного состояния, особенностей аграрной инфраструктуры и состава посевов проводится сравнение с передовым опытом таких стран, как Нидерланды, Израиль, США и Южная Корея.*

Ключевые слова. *инновационное управление, сельское хозяйство, кластер, smart farming, цифровизация, организационно-экономический механизм, зарубежный опыт.*

Abstract. *This article analyzes the organizational and economic mechanisms for improving innovative management of agriculture in the Republic of Karakalpakstan. Taking into account the climatic features of the region, the shortage of water resources, the melioration status, the peculiarities of the agrarian infrastructure and crop composition, it is compared with the best practices of such countries as the Netherlands, Israel, the USA, and South Korea.*

Keywords. *innovative management, agriculture, cluster, smart farming, digitalization, organizational and economic mechanism, foreign experience.*

KIRISH

So‘nggi besh yillik islohotlar natijasida respublikada ta’lim sifati va qamrovini oshirish hamda rivojlantirish, kadrlar tayyorlash tizimining iqtisodiyot ehtiyojlariga moslashuvchanligini ta’minlash, ilmiy-innovatsion faoliyatni har tomonlama qo‘llab-quvvatlash va rivojlantirish, mamlakatning innovatsion salohiyatini shakllantirish va yanada takomillashtirish uchun qulay shart-sharoitlar yaratish bo‘yicha samarali mexanizmlarni ishlab chiqishga qaratilgan normativ-huquqiy asoslar ishlab chiqildi va tubdan yangilandi.

Xususan, O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining farmonlari bilan O‘zbekiston Respublikasini 2019 — 2021-yillarda innovatsion rivojlantirish strategiyasi, O‘zbekiston Respublikasi oliy ta’lim tizimini 2030-yilgacha rivojlantirish konsepsiyasi, Ilm-fanni 2030-

yilgacha rivojlantirish konsepsiyasi, “Raqamli O‘zbekiston — 2030” strategiyasi, O‘zbekiston Respublikasi Xalq ta’limi tizimini 2030-yilgacha rivojlantirish konsepsiyasi, O‘zbekiston Respublikasi qishloq xo‘jaligini rivojlantirishning 2020 — 2030-yillarga mo‘ljallangan strategiyasi, 2022 — 2026-yillarga mo‘ljallangan Yangi O‘zbekistonning taraqqiyot strategiyasi tasdiqlandi. Shuningdek, “Ilm-fan va ilmiy faoliyat to‘g‘risida”, “Innovatsion faoliyat to‘g‘risida”, “Ta’lim to‘g‘risida”gi qonunlari qabul qilindi[1].

Qoraqalpog‘iston Respublikasi O‘zbekistonning ekologik, iqlimiy va agrar jihatdan eng murakkab hududlaridan biridir. Hududda suv resurslarining 80 % dan ortig‘i Amudaryoga bog‘liq bo‘lib, Aralbo‘yi hududi ekologik inqiroz zonasida joylashgani sababli qishloq xo‘jaligi barqarorligini ta’minlash murakkab vazifa hisoblanadi. Jahonda innovatsion boshqarishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmini takomillashtirishga qaratilgan qator ilmiy tadqiqot ishlari amalga oshirilgan, jumladan, Buyuk Britaniyada mintaqalardagi innovatsion markazlarni davlat tomonidan boshqarish, Germaniyada innovatsion klasterlar tashkil etish, Janubiy Koreyada innovatsion infratuzilmalarni takomillashtirish, Shveysariyada innovatsiyalarni rivojlantirish uchun kichik va o‘rta biznesni qo‘llab-quvvatlash shular jumlasidan[2]

So‘nggi yillarda Respublika qishloq xo‘jaligida:

- suv tejovchi texnologiyalar maydoni kengaymoqda,
- paxta–g‘alla klasterlari soni oshmoqda,
- issiqxona xo‘jaliklari shakllanmoqda,
- chorvachilik komplekslari modernizatsiya qilinmoqda,
- raqamli agroxaritalar yaratish ishlari boshlangan.

Ammo mavjud salohiyatni to‘liq ishga solish uchun innovatsion boshqaruvning **ilmiy asoslangan tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlari** talab etiladi. Xorijiy davlatlarning ilg‘or tajribasi – Qoraqalpog‘iston uchun muhim yo‘nalish va adaptiv model vazifasini bajaradi.

MAVZUGA OID ADABIYOTLAR TAHLILI

Qishloq xo‘jaligida innovatsion boshqaruv va hududiy agrar rivojlanish bo‘yicha ilmiy tadqiqotlar innovatsion boshqaruv nazariyasi jihatdan quyidagicha xorij olimlarining nazariyalarini ko‘rishimiz mumkin:

Schumpeter (1934) innovatsiyalarni iqtisodiy o‘sishning asosiy drayveri sifatida baholagan [3]. Porter (1990) klasterlar tizimi orqali raqobatbardoshlikni oshirishni taklif etgan[4]. OECD (2015) qishloq xo‘jaligida innovatsion boshqaruvni davlat siyosati bilan integratsiya qilish zarurligini ta’kidlaydi[5].

Bugungi kunda nafaqat qishloq xo‘jaligida balkim barcha sohalarda raqamlashtirish jarayonlari jadal rivojlanmoqda. Raqamlashtirish va smart farming quyidagicha nazariy jihatdan o‘rganilmoqda:

Isroilning tomchilatib sug‘orish texnologiyasi va aqlli suv boshqaruvi bo‘yicha Netafim kompaniyasi tadqiqotlari dunyo bo‘yicha innovatsion model sifatida tan olingan. Niderlandiya ilmiy markazlari (WUR – Wageningen University & Research) “precision farming” bo‘yicha dunyoda yetakchi hisoblanadi. AQSH va Janubiy Koreya agrotexnologiya institutlari Big Data, AI, dron monitoring tizimlarini joriy qilish samaradorligini tasdiqlaydi[6].

Qoraqalpog‘iston Respublikasida klasterlar va kooperativ boshqaruvning xorij tajriybalari nazariyasi quyidagicha:

Yevropa Ittifoqi tajribasi kooperativ tizimning kichik fermerlar uchun eng optimal boshqaruv shakli ekanini ko‘rsatadi.

AQSHda Land-Grant universitetlar orqali ilm-fan bilan ishlab chiqarish o‘rtasidagi integratsiya yuqori samaradorlik beradi.

O‘zbekiston va Qoraqalpog‘iston bo‘yicha tadqiqotlar

O‘zbekiston olimlari (A.Vaxobov, B.Islomov, Sh.G‘ulomov) agrar sohada raqamlashtirish va innovatsion klasterlashning zarurligini ta’kidlashadi. Shuningdek, H.I.Nurimbetov va boshqa olimlarning tadqiqotlarida innovatsiya faoliyati tuzilmasini boshqarishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlari samaradorligi va innovatsion salohiyatni oshirish muammolari o‘rganilgan[7].

TADQIQOTLAR METODOLOGIYASI

Ushbu maqolada quyidagi metodlar qo‘llanildi:

1. **Analitik metod:**
   - Qoraqalpog‘iston Respublikasi qishloq xo‘jaligi statistikasi (O‘zbekiston Respublikasi Statistika agentligi, Qishloq xo‘jaligi vazirligi) tahlil qilindi.
   - Rasmiy ma’lumotlar asosida yer maydoni, hosildorlik, meliorativ holat, sug‘oriladigan yer va klasterlarning faoliyati o‘rganildi.
2. **Taqqoslash (komparativ) metod:**
   - Niderlandiya, Isroil, AQSH va Janubiy Koreya tajribasi Qoraqalpog‘iston sharoitiga moslashtirildi.
   - Xorijiy innovatsion boshqaruv mexanizmlari va hududiy agrar boshqaruv amaliyotlari tahlil qilindi.
3. **Raqamli modellash va GIS-metodlar:**
   - GIS va dron ma’lumotlari yordamida yerlarning meliorativ holati va sug‘oriladigan maydonlar xaritalashtirildi.
   - Tomchilatib sug‘orish maydonlari va hosildorlik prognozlari raqamli tahlil asosida aniqlandi.
4. **Iqtisodiy tahlil metodlari:**
   - Investitsiya samaradorligi, subsidiya va kredit mexanizmlari o‘rganildi.
   - Klaster va kooperativlarni tashkil etish natijalari iqtisodiy indikatsiyalar bilan baholandi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Qoraqalpog‘iston qishloq xo‘jaligi tizimining hozirgi holatiga nazar soladigan bo‘lsak, bugungi kunda sug‘oriladigan yerlarning katta qismi o‘rtacha va kuchli sho‘rlanganligini ko‘rishimiz mumkin. Suv tanqisligi, drenaj suvlarining ko‘payishi, meliorativ tarmoqlarning eskirishi hamon asosiy muammolardan bo‘lib qolmoqda. Paxta-g‘alla klasterlari soni 14 taga yetgan, ammo ularning aksariyati modernizatsiya bosqichida. Hududda innovatsion texnologiyalar joriy etilish foizi respublika o‘rtacha ko‘rsatkichidan past bo‘lib, bu investitsiya, infrastruktura va kadrlar yetishmovchiligi bilan bog‘liq.

Qoraqalpog‘iston Respublikasida qishloq xo‘jaligini innovatsion boshqarish xorijiy ilg‘or tajribalarni mahalliy sharoitga moslashtirish orqali samarali rivojlantirilishi mumkin. Niderlandiya, Isroil, AQSH va Janubiy Koreya tajribalari asosida ishlab chiqilgan tashkiliy-iqtisodiy model hududda barqaror agroiqtisodiy tizimni shakllantirishga xizmat qiladi.

Ushbu bo‘limda Qoraqalpog‘iston qishloq xo‘jaligida innovatsion boshqaruv mexanizmlari samaradorligi, xorijiy tajribalar bilan solishtirilishi va natijalar muhokamasi keltiriladi.

1. Innovatsion texnologiyalar samaradorligi

Tomchilatib sug‘orish: 2023–2024 yillarda joriy etilgan maydonlar 25–30 % ga yetdi. Ekspertlar fikricha, bu suv sarfini 30 % ga kamaytirishga imkon beradi. Raqamli monitoring: Dron va GIS ma’lumotlari asosida yerlarning meliorativ holati aniqlandi, sho‘rlanish xavfi yuqori bo‘lgan maydonlar aniqlanib, ularni rejalashtirilgan sug‘orish tizimiga qo‘shish imkoniyati oshdi. Issiqxona texnologiyalari: Niderlandiyadagi tajriba Qoraqalpog‘istonda sovuq mavsumlarda hosildorlikni 15–20 % oshirish imkonini beradi.

2. Klaster va kooperativ tizimlarning natijalari

14 ta paxta-g‘alla klasterlari modernizatsiya qilinmoqda; ularning faoliyati natijasida hosildorlik 10–15 % ga oshishi kutilmoqda. Kooperativlar orqali kichik fermerlar resurslarni arzon narxda olish imkoniyatiga ega bo‘ldi. AQSH va Yevropa tajribasiga moslashtirilgan ilmiy konsalting xizmatlari klasterlarning iqtisodiy samaradorligini oshiradi.

3. Suv boshqaruvi va ekologik samaradorlik

Aqlli suv boshqaruv tizimlari (Isroil tajribasi) Amudaryodan suv taqsimotini optimallashtirishga yordam berdi. Suv sarfi va sho‘rlanishni kamaytirish orqali yer unumdorligi barqaror oshadi. Suvni tejovchi texnologiyalarni kengaytirish natijasida ekologik barqarorlikni ta’minlash mumkin.

4. Raqamlashtirish va smart farming natijalari

AgroXarita platformasi va dron monitoringi hududning barcha sug‘oriladigan maydonlarini kuzatishga imkon beradi. AI va IoT orqali ekin hosildorligini prognozlash imkoniyati paydo bo‘ldi.

Fermerlarning raqamli trening va platformalarga integratsiyasi natijasida innovatsion texnologiyalarni qabul qilish tezlashdi.

XULOSA VA TAVSIYALAR

Innovatsion boshqaruvning har bir mexanizmi Qoraqalpog‘iston sharoitiga moslashtirilgan holda samarali ishlashini ko‘rsatmoqda. Natijalar xorijiy tajribalar bilan solishtirilganda, hududiy adaptatsiya va raqamlashtirish muhim rol o‘ynaydi. Tahlil shuni ko‘rsatadiki, integratsion model joriy etilganda suv sarfi 25–40 %, hosildorlik 15–25 % ga oshishi mumkin, agroklasterlarda qo‘shilgan qiymat zanjiri 1,5 baravar ko‘tariladi..

Takliflar:

Yuqoridagi ilmiy tadqiqotlar natijalariga ko‘ra quyidagi takliflar ishlab chiqildi:

Tashkiliy jihatdan qishloq xo‘jaligida agroklaster kengashini yanada takomillashtirish, bu orqali integratsiya shartnomalari tuzishga erishish.

Iqtisodiy jihatdan takliflar:

Davlat tomonidan qishloq xojaligi uchun maxsus subsidiyalar, kreditlar, soliq imtiyozlari ishlab chiqish.

Raqamli texnologiyalar:

AgroXarita, dron monitoring, suv taqsimoti ilovasi kabi zamonaviy ilovalarni amaliyotga tatbiq qilish.

Qishloq xo‘jaligi infratuzilmasini tubdan takomillashtirish: Qishloq xo‘jaligi uchun maxsus innovatsiya markazi tashkil etish, oziq - ovqat xavfsizligini ta’minlash maqsadida sho‘rlanishga chidamli navlar yaratish, aqlli issiqxonalar barpo etish.Qoraqalpog‘iston sharoitida innovatsion boshqaruv mexanizmlari xorijiy tajribalarni moslashtirish orqali samarali rivojlantiriladi. Tadqiqot natijalari hududda barqaror agroiqtisodiy tizimni shakllantirish, ekologik va iqtisodiy barqarorlikni ta’minlash imkonini beradi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг 2022 йил 6 июлдаги “2022-2026 йилларда Ўзбекистон Республикасининг инновацион ривожланиш стратегиясини тасдиқлаш тўғрисида”ги ПҚ-ПФ-165-сон Фармони // https://lex.uz/docs/6102462.
2. Калмуратов Б. С. Калмуратов Бахтияр Сейтмуратович Приоритеты кластерного подхода в инновационной развитой строительной промышленности // Бюллетень науки и практики. 2020. №4. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/prioritety-klasternogo-podhoda-v-innovatsionnoy-razvitoy-stroitelnoy-promyshlennosti.
3. Schumpeter J. *The Theory of Economic Development.* Harvard University Press, 1934.
4. Porter M. *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance.* Free Press, 1990.
5. OECD. *Innovation, Agricultural Productivity and Sustainability.* OECD Publishing, 2015
6. Netafim Ltd. *Smart Irrigation Systems Research Papers,* 2019–2024
7. Kalmuratov B.S,Salieva A.D.*The role of the organizational-economic mechanism in the development of innovation processes in agriculture//* Science and Education in Karakalpakstan ISSN 2181-9203 №1/1 (38) 2024 85-89 p
8. O‘zbekiston Respublikasi Qishloq xo‘jaligi vazirligi. *Hisobotlar,* 2022–2024.

Contents – Mundarija – Содержание

Musayeva Shoira Azimovna
IMPROVING CUSTOMER SATISFACTION WITH FURNITURE MARKET SERVICES IN UZBEKISTAN 9

Xalilov Sirojiddin Sherali o‘g‘li
TURIZMNI O‘RTA ISTIQBOLDA SAMARALI RIVOJLANTIRISHNING MUQOBIL STRATEGIYASI 13

Латипов Аброр Умарович
ДАВЛАТ ХИЗМАТЧИЛАРИ РОТАЦИЯСИ: ХОРИЖИЙ ТАЖРИБА ВА ЎЗБЕКИСТОН АМАЛИЁТИ 17

Тухтабаев Абдурашид Турсунович
ГИБКИЕ (AGILE) И АДАПТИВНЫЕ МЕТОДОЛОГИИ УПРАВЛЕНИЯ: ЭВОЛЮЦИЯ ОРГАНИЗАЦИОННЫХ СТРУКТУР В XXI ВЕКЕ 23

Ermatov Musojalil Komilovich
RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA KAPITAL BOZORINI RIVOJLANTIRISHNING SINERGETIKA USULI 27

Raximova Dilrabo Oktyabrovna, Choriyeva Umida Abdig‘ofur qizi
IQTISODIYOTNI MODERNIZATSIYALASHDA SUN’IY INTELLEKTNING O‘RNI VA AHAMIYATI 34

Saburov Javohir Kaxramon o‘g‘li, Saburov Javohir Kaxramon o‘g‘li
SANOAT KORXONALARIDA IQTISODIY SAMARADORLIKNI BAHOLASHNING EKONOMETRIK MODELLARI 37

Ikramova Takhmina Latifovna
THE ROLE OF THE DEVELOPMENT OF THE TEXTILE AND GARMENT INDUSTRY IN UZBEKISTAN IN INCREASING NATIONAL COMPETITIVENESS 46

Mamajonov Fayzullo Zafarjon o‘g‘li
KICHIK KORXONALARDA XODIMLARNI BOSHQARISH TIZIMIDA TEXNOLOGIYALARNI JORIY QILISH VA RAQAMLI TRANSFORMATSIYA: TENDENSIYALAR, MUAMMOLAR VA IMKONIYATLAR 53

Садикова Шоҳида Обидқул қизи
ЎЗБЕКИСТОН ПИЁЗЧИЛИГИДА РИВОЖЛАНИШ ВА САМАРАДОРЛИК ТЕНДЕНЦИЯЛАРИ 57

Турманкулов Норпўлат Саъдуллаевич
ХОРИЖИЙ ТАЖРИБАЛАР АСОСИДА НОДАВЛАТ ОЛИЙ ТАЪЛИМ МУАССАСАЛАРИ ИЧКИ АУДИТИНИ ТАКОМИЛЛАШТИРИШ 62

Sherova Nargiza Satimbayevna
AGROBIZNESDA INNOVATSION MOLIYALASHTIRISH USULLARIDAN SAMARALI FOYDALANISH YO‘NALISHLARI 66

Bardiyev Sardorbek Umidbek o‘g‘li
ELEKTRON TIJORAT VA GLOBALIZATSIYA RAQAMLI IQTISODIYOTNING AJRALMAS MEXANIZMLARI 70

Усманов Илхом Ачилович
АНАЛИЗ ФАКТОРОВ, ВЛИЯЮЩИХ НА ДЕЯТЕЛЬНОСТЬ ФИРМЕННОЙ СБЫТОВОЙ СЕТИ ПРЕДПРИЯТИЯ 75

Uzakov Ortik Shaymardanovich, Ahmadjonov Abbosbek Tohirjon o‘g‘li, Abdurashidov Davron Jamshid o‘g‘li, Dilkhonova Hulkar Nodirjon qizi
ANALYSIS OF BUSINESS MANAGEMENT FUNCTIONS IN IT OUTSOURCING 81

Masharipova Fazilat Axmedovna
ANALYSIS OF FOOD SECURITY PROVISION AND THE FACTORS AFFECTING IT IN THE KHOREZM REGION 88

Усмонова Дилфуза Илхомовна, Сагдиев Алексей Санжарович
ВЛИЯНИЕ ЛОКАЛЬНЫХ МАРКЕТПЛЕЙСОВ НА ИЗМЕНЕНИЕ ПОТРЕБИТЕЛЬСКИХ ПРИВЫЧЕК В МАРКЕТИНГЕ ПРИ УСЛОВИИ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ 96

To‘xtasinov Mumtozali To‘lqinaliyevich, Musojonov Xumoyun Muhammadayubxon o‘g‘li
KOMPYUTER KO‘RISH SOHASIDA OBYEKTLARNI ANIQLASH: YOLO YONDASHUVI VA SAMARADORLIK 102

Maxmudov Tohirjon Olimjonovich
THE IMPORTANCE OF DIGITAL MARKETING STRATEGIES IN THE DEVELOPMENT OF E-COMMERCE IN UZBEKISTAN 108

Tuychiyeva Madina Gafarovna
THE IMPACT OF ESG FACTORS ON A BANK'S RISK MANAGEMENT SYSTEM..... 114

Tilovmurodov Dostonbek Furqat ugli
CONCEPTUAL FOUNDATIONS OF ADVENTURE TOURISM INVOLVING ACTIVE ENGAGEMENT WITH NATURAL ENVIRONMENTS 125

Gulyamova Nodira
XIZMATLAR BOZORI VA UNI IQTISODIYOTDA TUTGAN O‘RNI 130

Uzakov Ortik Shaymardanovich
PROSPECTS FOR IMPLEMENTING CYBERSECURITY OUTSOURCING 134

Mirzayeva Intizor Ergashevna
SANOAT TARMOG‘I SAMARADORLIGIGA KORXONALAR DEMOGRAFIYASI TA’SIRINING EKONOMETRIK TAHLILI 141

Турдиқулова Гулмира Обидқул қизи
ФОЙДА СОЛИҒИ ВА УНИ УНДИРИШ МЕХАНИЗМИНИНГ ХУСУСИЯТЛАРИ ... 147

Yuldasheva Mexrunisa Kasimjan qizi
QORAQALPOG‘ISTON RESPUBLIKASI QURILISH MATERIALLARI BOZORINING INNOVATSION RIVOJLANISH DRAYVERLARI 152

Бахтиярова Н.Б.
СОВРЕМЕННОЕ СОСТОЯНИЕ ИНВЕСТИЦИОННОЙ АКТИВНОСТИ БАНКОВ УЗБЕКИСТАНА 155

Ибрагимова Чарос Гайрат кизы, Вадим Исломутдинов
ФИНАНСОВАЯ ГРАМОТНОСТЬ КАК ОСНОВА УСПЕШНОЙ ЭКОНОМИКИ 159

Salieva Aziza Dauletbay qizi
HUDUDLARDA QISHLOQ XO‘JALIGINI INNOVATSION BOSHQARISHNING TASHKILIY-IQTISODIY MEXANIZMI: ILG‘OR XORIJIY TAJRIBALAR TAHLILI (QORAQALPOG‘ISTON RESPUBLIKASI MISOLIDA) 163

International scientific journal Management, Marketing and Finance

VOLUME 2 ISSUE 9
SEPTEMBER 2025

“Menejment, marketing va moliya” xalqaro ilmiy jurnali
2025-yil 9-soni

Published: 30.09.2025. Font: “Times New Roman”.

Ilmiy maqolalarga qo‘yiladigan texnik talablar:

“Management, Marketing and Finance” xalqaro ilmiy jurnali oliy ta’1im muassasalarining professor-o‘qituvchilari va ilmiy izlanuvchilari tomonidan olib borilayotgan ilmiy-tadqiqot ishlari natijalarini ilmiy maqola tarzida chop etadi. Shuningdek jurnalga ishlab chiqarish tashkilotlari va korxonalarida faoliyat ko‘rsatib, ilmiy-tadqiqot ishlarini olib borayotgan hodimlarning ham ilmiy maqolalari kiritiladi.

“Management, Marketing and Finance” xalqaro ilmiy jurnali quyidagi yo‘nalishlar bo‘yicha maqolalar qabul qiladi:

05.00.00 - TEXNIKA fanlari;

08.00.00 - IQTISODIYOT fanlari;

12.00.00 - YURIDIK(Huquq) fanlari.

Jurnalning rasmiy tillari: o‘zbek, ingliz, rus.

- maqolalar ilmiy jurnal yo‘nalishlariga oid dolzarb mavzularda, ilmiy tahlil va tugallangan fikrlar asosida amaliy tavsiyalar bilan taqdim etilishi lozim.

- maqolalar hajmi – 5 betdan ortiq bo‘lmasligi lozim.

- matn formati: MS Word, Times New Roman shrifti, 12 kegl kattalikda bo‘lishi kerak. Satrlar oralig‘i 1,5 interval. Chegara o‘lchovlari: barcha tomondan – 2 sm. Matn boshlanishida 1 sm satr boshi tashlanadi.

- rasm va jadvallar nomlanishi arab raqamlari bilan belgilanishi (1-rasm, 1-jadval va h.k.), maqola matnida ularga havola etish lozim; jadvallar ichidagi yozuvlar 12 kegl bo‘lishi kerak. Foydalanilgan adabiyotlarga matnda havola beriladi.

- maqola nomi va muallif (hammualliflar)ning familiyasi, ismi-sharifi katta harflar bilan 12 keglda (ilmiy darajasi, ilmiy unvoni, ish joyi, lavozimi, telefon raqami, e-mail kichik harflar bilan) o‘rta qismiga joylashtiriladi.

“Management, Marketing and Finance” xalqaro ilmiy jurnalida har bir maqolaga DOI raqam olinib, Polshaning Indeks Copernikus(OAK12), Yevropaning Zenodo va Open Aire, Rossiyaning Cyberlinenka, Angliyaning Europub xalqaro ilmiy bazalariga va www.jmmf.uz saytiga joylanadi, Google akademiya xalqaro ilmiy qidiruv tizimida indekslanadi.

Har bir muallif bir vaqtning o‘zida yakka va hammualliflikda maqola bilan qatnashishi mumkin.

Maqola elektron shaklda +998 95 863 63 40 (https://t.me/Science_MMM_journal) telegram profili orqali qabul qilinadi.

Shuningdek maqolalar journalmmf@gmail.com elektron manzillariga yuborilishi mumkin.

Maqolalar har oyning 25-kuniga qadar qabul qilinadi.

Jurnalning nashr etilish sanasi: har oyning so‘nggi sanasi.

Jurnalning rasmiy sayti: https://jmmf.uz

Ma’lumot uchun telefonlar: +998 95 863 63 40; +998 90 992 00 95 (MDIST).