MDIS Tashkent

MANAGEMENT, MARKETING AND FINANCE

INTERNATIONAL SCIENTIFIC JOURNAL



VOLUME 3, ISSUE 6

Management Development Institute of Singapore in Tashkent

International scientific journal Management, Marketing and Finance

VOLUME 3 ISSUE 6
JUNE 2026

“Menejment, marketing va moliya” xalqaro ilmiy jurnali 2026-yil 6-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 2026

ISSN 3030-3745
"Management, Marketing and Finance" xalqaro ilmiy jurnali 2026-yil 6-soni – 2026-yil iyun.

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.*
Raxmonov Nuriddin	*O'zbekiston Respublikasi Bank-moliya akademiyasi, Moliya va moliyaviy texnologiyalar fakulteti dekani, PhD*
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., professor

Joriy yilning 9-iyun kuni Toshkent shahridagi Hilton Tashkent City mehmonxonasida ATB “Mikrokreditbank” tomonidan tashkil etilgan “MKB Career Event 2026” tadbirida Toshkent shahridagi Singapur menejmentni rivojlantirish instituti vakillari va bitiruv bosqichi talabalari ishtirok etdilar.

Tadbirda institut rektori Ilhom Abdurashidovich tomonidan oliy ta’lim muassasalari va bank sektori o‘rtasidagi hamkorlikning ahamiyati, talabalar va bitiruvchilar uchun yaratilayotgan imkoniyatlar hamda yosh kadrlarni mehnat bozoriga tayyorlash va ularning bandligini ta’minlash yuzasidan fikr bildirildi. Talabalarga zamonaviy bilim va ko‘nikmalarni egallash, o‘z ustida muntazam ishlash hamda kasbiy rivojlanishga intilish bo‘yicha amaliy tavsiyalar berildi.

Tadbir davomida ishtirokchilar ATB “Mikrokreditbank” faoliyati, bankning rivojlanish strategiyasi, korporativ madaniyati va yosh mutaxassislar uchun yaratilayotgan imkoniyatlar haqida taqdimot bilan tanishtirildi. Interaktiv biznes-viktorinasida esa talabalar faol ishtirok etdilar.

Ochiq muloqot davomida talabalar bank mutaxassislariga o‘zlarini qiziqtirgan savollar bilan murojaat qilib, amaliy tavsiyalar va foydali ma’lumotlarga ega bo‘ldilar. Yoshlar uchun maxsus imkoniyatlar va istiqbolli loyihalar ham taqdim etildi.

Tadbir yakunida Institut hamda ATB “Mikrokreditbank” o‘rtasida o‘zaro hamkorlikni yanada mustahkamlash maqsadida memorandum imzolandi hamda hamkor tashkilotlarga minnatdorchilik sertifikatlari topshirildi.









Joriy yilning 8-9-iyun kunlari Olimpiya shaharchasi joylashgan sport majmuasida "Yangi O‘zbekiston Talabalar Olimpiadasi"ning suzish sport turi bo‘yicha Respublika bosqichi bo‘lib o‘tdi. Musobaqada respublikada faoliyat yuritayotgan 57 ta oliy ta'lim muassasasalari talabalari faol ishtirok etdi.

Musobaqada Toshkent shahridagi Singapur menejmentni rivojlantirish instituti talabalari ishtirok etib, munosib natijalar ko‘rsatdi.

Mazkuz musobaqada institutimiz talabalari ikki yo‘nalishda faxrli 3-o‘rinni qo‘lga kiritdi. 100 metrga chalqancha suzish yo‘nalishida talabamiz Nurfayziyev Muhammadamin g‘olib bo‘lib, institutimiznig sharafini himoya qildi.

Barcha oliy ta'lim muassasalari orasidan Toshkent shahridagi Singapur menejmentni rivojlantirish instituti eng ko‘p medal sohibiga aylandi hamda 20 000 000 so‘m pul mukofotiga sazovor bo‘ldi.









OPEN DIALOGUE HELD AT MDIS TASHKENT

An Open Dialogue meeting was held at MDIS Tashkent with the participation of Anvar Urmanov, Prosecutor of Tashkent City, Saidqahhor Kholkhujayev, Hokim of Chilanzar District, representatives of relevant government authorities, and representatives of seven commercial banks.

The meeting was organized as part of the ongoing youth engagement initiative, under which every Thursday is designated as “Youth Day” for meetings with young people.

The event gave students an opportunity to discuss key issues, ask questions, and share their ideas directly with government officials and representatives of the banking sector.









THE IMPACT OF DIGITAL MARKETING ON TOURIST DESTINATION COMPETITIVENESS

Adilova Zulfiya Djavdatovna
TSUE, Professor of "Marketing" Department
https://doi.org/10.5281/zenodo.20780946

Abstract. *The rapid advancement of digital technologies has significantly transformed the tourism industry and reshaped the competitive landscape of tourist destinations worldwide. This study examines the impact of digital marketing on tourist destination competitiveness and explores how digital tools contribute to destination visibility, tourist engagement, brand image, and overall tourism performance. The research is based on a comprehensive review of international and national literature, as well as a conceptual analysis of major digital marketing instruments, including social media marketing, search engine optimization, online reputation management, influencer marketing, content marketing, and smart tourism technologies. The findings indicate that digital marketing has become a strategic factor influencing destination competitiveness by improving online visibility, strengthening destination branding, enhancing tourist satisfaction, and increasing tourist arrivals. Furthermore, emerging technologies such as artificial intelligence, big data analytics, virtual reality, and mobile applications provide new opportunities for tourism organizations to create personalized and interactive tourist experiences.*

Keywords: *digital marketing, destination competitiveness, tourism marketing, social media marketing, destination branding, tourist satisfaction, smart tourism, digital transformation.*

Introduction

Tourism has emerged as one of the most dynamic sectors of the global economy, contributing significantly to economic growth, employment generation, foreign exchange earnings, and regional development. In an increasingly competitive global tourism market, destinations are continuously seeking innovative approaches to attract visitors, enhance tourist experiences, and strengthen their competitive positions. The rapid advancement of information and communication technologies (ICTs), the widespread use of the Internet, and the growing influence of social media platforms have transformed the way tourism destinations are promoted and managed. As a result, digital marketing has become a strategic tool for enhancing the competitiveness of tourist destinations and improving their visibility in the global marketplace.

The concept of destination competitiveness refers to the ability of a tourism destination to attract and satisfy visitors while maintaining sustainable economic, social, and environmental benefits for local communities. In today's digital era, competitiveness is no longer determined solely by natural attractions, cultural heritage, infrastructure, or service quality. Increasingly, a destination's success depends on its ability to effectively communicate with potential tourists through digital channels, create a strong online presence, and provide personalized experiences that meet the evolving expectations of travelers. Consequently, digital marketing has become an essential component of destination management and tourism development strategies worldwide.

Digital marketing encompasses a wide range of online promotional activities, including social media marketing, search engine optimization (SEO), search engine marketing (SEM),

content marketing, email marketing, influencer marketing, mobile marketing, and online reputation management. These tools enable tourism organizations and destination management agencies to engage directly with potential visitors, disseminate information efficiently, and build long-term relationships with tourists. Unlike traditional marketing approaches, digital marketing allows destinations to reach global audiences in real time, measure campaign performance accurately, and adapt promotional strategies according to consumer behavior and market trends.

The growing significance of digital marketing in tourism is closely linked to changes in tourist behavior. Modern travelers increasingly rely on digital sources when planning their trips. Before making travel decisions, tourists frequently search for information through search engines, social media platforms, travel blogs, online reviews, and destination websites. Online travel agencies, mobile applications, and user-generated content have become influential sources of information that shape tourists' perceptions and destination choices. Consequently, destinations that effectively utilize digital marketing strategies are more likely to attract tourists and gain a competitive advantage over destinations with limited digital presence.

Social media platforms have become particularly influential in the tourism industry. Platforms such as Instagram, Facebook, TikTok, YouTube, and X (formerly Twitter) provide destinations with opportunities to showcase attractions, promote tourism products, and engage with potential visitors through visually appealing content. User-generated content, including photographs, videos, reviews, and travel experiences shared by tourists, has become an important factor influencing destination image and credibility. Research indicates that travelers tend to trust recommendations and experiences shared by other tourists more than traditional advertising messages. Therefore, social media marketing has evolved into one of the most effective tools for destination branding and tourism promotion.

Another important aspect of digital marketing is its ability to support destination branding and image formation. A strong destination brand helps distinguish a tourism destination from competitors and creates a unique identity in the minds of potential visitors. Through digital channels, destinations can communicate their cultural heritage, natural attractions, hospitality, and unique tourism experiences to international audiences. Effective destination branding not only increases awareness but also enhances tourist loyalty, repeat visitation, and positive word-of-mouth communication.

The emergence of advanced technologies such as artificial intelligence (AI), big data analytics, virtual reality (VR), augmented reality (AR), and smart tourism systems has further expanded the possibilities of digital marketing in tourism. These technologies enable tourism organizations to analyze tourist preferences, personalize marketing messages, predict travel trends, and provide immersive experiences before tourists even arrive at a destination. For example, virtual tours and interactive destination content allow potential visitors to explore attractions remotely, thereby increasing their interest and likelihood of visiting the destination. Such innovations contribute significantly to improving destination competitiveness in a highly digitalized tourism environment.

In recent years, the Republic of Uzbekistan has identified tourism as one of the strategic sectors of national economic development. The country possesses substantial tourism potential due to its rich cultural heritage, historical monuments, unique architectural sites, and diverse natural resources. Cities such as Samarkand, Bukhara, Khiva, and Shakhrisabz are recognized

internationally as important cultural tourism destinations. To strengthen its position in the global tourism market, Uzbekistan has implemented various reforms aimed at improving tourism infrastructure, simplifying visa procedures, enhancing transport connectivity, and promoting tourism through digital platforms. Government initiatives have increasingly emphasized the role of digital technologies and online marketing in attracting international visitors and improving destination competitiveness.

Despite these efforts, challenges remain regarding the effective utilization of digital marketing tools within the tourism sector. Many destinations still face limitations related to digital content quality, online visibility, technological infrastructure, and the integration of innovative marketing approaches. Furthermore, increasing global competition requires destinations to continuously adapt to emerging digital trends and changing consumer preferences. Therefore, understanding the impact of digital marketing on destination competitiveness has become both a theoretical and practical necessity.

Literature review

The relationship between digital marketing and tourist destination competitiveness has attracted considerable attention from researchers in recent decades. The rapid development of information and communication technologies has transformed tourism promotion, destination branding, and tourist engagement, making digital marketing one of the key determinants of destination competitiveness.

Among foreign scholars, Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, and Iwan Setiawan [1] emphasized that the evolution from traditional marketing to Marketing 4.0 has fundamentally changed the interaction between organizations and consumers. Their research highlights the importance of digital platforms, social media, and online engagement in creating value for customers and improving competitive advantages. In the tourism sector, these tools enable destinations to communicate effectively with potential tourists and strengthen destination branding.

Dimitrios Buhalis [2] is recognized as one of the leading scholars in e-tourism research. He argues that digital technologies have become an integral component of tourism destination management. According to Buhalis, the effective use of websites, online reservation systems, social media platforms, and smart tourism technologies significantly enhances destination visibility and competitiveness in global tourism markets.

Research conducted by Xiang and Fesenmaier [3] examined the role of online information sources in tourist decision-making processes. Their findings indicate that tourists increasingly rely on digital platforms, search engines, and online reviews when selecting travel destinations. Consequently, destinations with strong digital marketing strategies are more likely to attract tourists and improve their market position.

Kavaratzis and Ashworth [4] investigated destination branding and place marketing in the digital era. They found that digital communication channels play a crucial role in shaping destination image and influencing tourists' perceptions. Effective destination branding through digital platforms contributes significantly to competitiveness and tourist loyalty.

The studies of Hays, Page, and Buhalis [5] focused specifically on social media marketing in tourism. Their research demonstrated that social media platforms have become powerful tools for destination promotion, allowing tourism organizations to engage with global audiences and

create interactive relationships with potential visitors. They concluded that destinations actively using social media marketing achieve stronger competitive positions.

Another important contribution was made by Leung, Law, Van Hoof, and Buhalis [6], who analyzed user-generated content and online reviews in tourism. Their findings revealed that online reviews significantly influence destination choice and travel behavior. Positive digital reputation enhances destination attractiveness, while negative reviews may weaken competitiveness.

Sigala [7] explored the role of social media and Web 2.0 technologies in tourism marketing. According to her research, digital interaction between tourists and destinations creates opportunities for co-creation of value and improves tourist experiences, thereby increasing destination competitiveness.

Research by Morrison [8] highlighted that digital marketing enables tourism destinations to implement cost-effective promotional strategies and target specific tourist segments more accurately. This contributes to higher marketing efficiency and improved tourism performance.

Chaffey and Ellis-Chadwick [9] examined digital marketing strategies from a broader business perspective and concluded that data-driven marketing approaches improve organizational competitiveness. Their findings are particularly relevant for tourism destinations seeking to optimize marketing performance through analytics and consumer insights.

Finally, Pike and Page [10] emphasized that destination marketing organizations (DMOs) increasingly rely on digital channels to strengthen destination image, attract visitors, and compete effectively in international tourism markets. Their study confirmed that digital marketing has become a strategic factor influencing destination competitiveness.

In Uzbekistan, the relationship between tourism development and digital marketing has also been studied by several scholars. In the study of marketing in the development of the tourism services market, local scientists M.K. Pardaev [11], A.A. Eshtaev [12], Sh.J. Ergashkhodjaeva [13], D.Kh. Aslanova [14], B.N. Navruzzoda [15], B.Sh. Safarov [16], Z.D. Adilova [17] and others provided important information in their scientific works and paid attention to the issues of its development. Similarly, in recent years, a number of research scientists in the Republic of Karakalpakstan have conducted research on the improvement of tourism services in the region, including G.Kh. Utemuratova [18], M.M. Zarikeeva [19], A.U. Temirkhanov [20], B.A. Erezhepov [21], O.S. Jumanazarov [22].

Overall, the reviewed literature demonstrates that digital marketing significantly influences tourist destination competitiveness through destination branding, online visibility, customer engagement, reputation management, and tourist satisfaction. While foreign scholars mainly focus on advanced digital technologies and global tourism trends, local researchers emphasize the importance of digital transformation for strengthening Uzbekistan's tourism sector and improving its position in the international tourism market.

Research methodology

This study employs a qualitative and analytical research approach to investigate the impact of digital marketing on tourist destination competitiveness. The research methodology is based on a systematic review of scientific literature, comparative analysis, and conceptual evaluation of digital marketing practices in the tourism sector.

The theoretical foundation of the study was established through the examination of scholarly publications, books, and scientific articles by leading international and local researchers

specializing in tourism marketing, destination management, and digital transformation. The literature review enabled the identification of key concepts, theoretical frameworks, and contemporary trends related to digital marketing and destination competitiveness.

In addition, a comparative analysis method was used to assess the influence of different digital marketing tools, including social media marketing, search engine optimization (SEO), online reviews and ratings, content marketing, influencer marketing, and smart tourism technologies. Their contributions to destination awareness, tourist engagement, destination image, and market competitiveness were systematically evaluated.

The research also applied a conceptual modeling approach to illustrate the relationship between digital marketing activities and tourism destination competitiveness. Through this framework, the study examined how digital marketing improves destination visibility, strengthens branding efforts, increases tourist satisfaction, and ultimately enhances competitive performance.

Furthermore, synthesis and logical analysis methods were employed to formulate practical recommendations aimed at improving the effectiveness of digital marketing strategies in tourism destinations. The combination of these methods ensures a comprehensive understanding of the role of digital marketing in strengthening destination competitiveness and supporting sustainable tourism development.

Analysis and results

The analysis of the impact of digital marketing on tourist destination competitiveness demonstrates that digital technologies have become one of the most influential factors affecting destination attractiveness, tourist engagement, and market performance. The rapid growth of internet usage, social media platforms, online booking systems, and mobile applications has significantly transformed the tourism industry. Destinations that effectively utilize digital marketing tools are more capable of attracting international visitors, improving destination image, and strengthening their competitive position in global tourism markets.

To assess the relationship between digital marketing and destination competitiveness, several key indicators were analyzed, including internet penetration, social media engagement, online booking adoption, destination visibility, tourist satisfaction, and tourist arrivals. Previous international studies suggest a positive correlation between digital marketing performance and tourism competitiveness.

Table 1[1]

Impact of Digital Marketing Tools on Destination Competitiveness

Digital Marketing Tool	Main Function	Impact on Competitiveness
Social Media Marketing	Destination promotion and engagement	High
Search Engine Optimization (SEO)	Online visibility enhancement	High
Online Reviews & Ratings	Reputation management	High
Content Marketing	Destination image building	Medium-High
Influencer Marketing	Brand awareness creation	Medium-High

[1] Author's development

Mobile Applications	Tourist convenience	Medium
Email Marketing	Customer retention	Medium
AI-Based Personalization	Customized tourist experiences	High

The analysis indicates that social media marketing, search engine optimization, and online reputation management generate the greatest impact on destination competitiveness. These tools directly influence tourists' destination selection processes and increase destination visibility in highly competitive tourism markets. Furthermore, digital marketing contributes to destination competitiveness through several interconnected mechanisms. These relationships are summarized in the following conceptual framework.

Table 2

Framework of Digital Marketing Influence on Destination Competitiveness

Digital Marketing Dimension	**Intermediate Effect**	**Final Competitive Outcome**
Social Media Promotion	Increased destination awareness	Higher tourist arrivals
Online Reviews Management	Improved destination reputation	Greater tourist trust
SEO and Website Optimization	Better online visibility	Stronger market position
Personalized Marketing	Enhanced tourist satisfaction	Repeat visitation
Influencer Marketing	Positive destination image	Brand competitiveness
Smart Tourism Technologies	Improved tourist experience	Sustainable competitiveness

The findings suggest that destination competitiveness is not influenced directly by digital marketing alone; rather, digital marketing improves visibility, image, engagement, and tourist satisfaction, which subsequently enhance competitiveness.

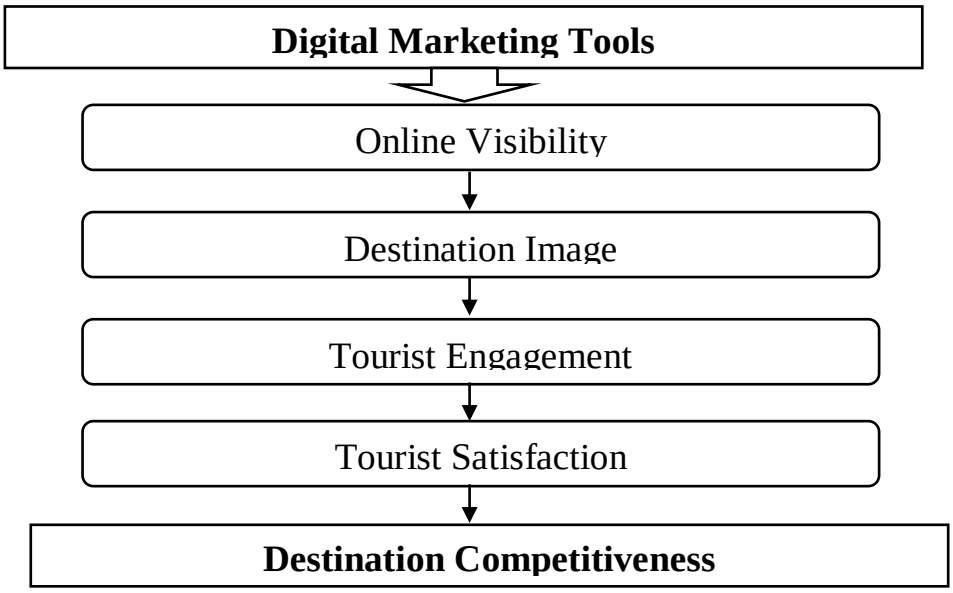


Figure 2. Digital Marketing Competitiveness Model[2]

[2] Author's development

The proposed model illustrates the sequential process through which digital marketing affects tourism performance. Enhanced visibility leads to stronger destination branding and tourist engagement, which ultimately contribute to higher satisfaction levels and competitive advantages.

Another important finding concerns the growing role of user-generated content (UGC). Online reviews, travel blogs, photographs, and videos shared by tourists significantly influence destination image formation. Contemporary tourists increasingly trust peer-generated content rather than traditional advertising messages. Consequently, destinations with positive online reputations are more likely to attract visitors and achieve stronger competitive positions.

Moreover, emerging technologies such as artificial intelligence, big data analytics, virtual reality, and augmented reality are creating new opportunities for destination marketing organizations. These technologies allow destinations to provide personalized recommendations, predict tourist preferences, and create immersive digital experiences that strengthen destination attractiveness.

Overall, the analysis confirms that digital marketing has become a strategic determinant of tourist destination competitiveness. Destinations that invest in social media marketing, search engine optimization, online reputation management, smart tourism technologies, and personalized digital experiences achieve higher levels of visibility, tourist satisfaction, and market competitiveness. Therefore, the integration of advanced digital marketing strategies should be considered a priority for tourism destinations seeking sustainable growth and international competitiveness.

Conclusion

The conducted research confirms that digital marketing has become one of the most influential factors determining the competitiveness of tourist destinations in the contemporary tourism environment. The rapid development of information and communication technologies, the increasing use of social media platforms, and the growing reliance of tourists on digital sources of information have fundamentally transformed destination marketing practices. As a result, tourism destinations are no longer competing solely through their natural attractions, cultural heritage, or physical infrastructure, but also through their ability to effectively utilize digital technologies and establish a strong online presence.

The findings of the study demonstrate that digital marketing significantly contributes to destination competitiveness through several interconnected mechanisms. Social media marketing enhances destination awareness and facilitates direct communication with potential visitors. Search engine optimization improves online visibility and increases access to destination-related information. Online reviews and user-generated content strengthen destination reputation and influence tourist decision-making processes. Additionally, content marketing and influencer marketing play a crucial role in shaping destination image and promoting unique tourism experiences to global audiences.

The analysis also reveals that digital marketing positively affects tourist satisfaction by providing accessible information, personalized recommendations, and interactive experiences throughout the travel journey. Emerging technologies such as artificial intelligence, big data analytics, virtual reality, and smart tourism applications further expand opportunities for tourism organizations to improve service quality and create innovative tourism products. Consequently,

destinations that successfully integrate these technologies into their marketing strategies gain a significant competitive advantage in international tourism markets.

Another important finding is the growing influence of user-generated content on destination branding and tourist behavior. Modern travelers increasingly rely on online reviews, travel blogs, social media posts, and shared experiences when selecting destinations. Therefore, effective online reputation management has become an essential component of destination competitiveness. Tourism organizations must continuously monitor digital feedback, engage with visitors through online platforms, and maintain a positive digital image to attract and retain tourists.

For developing tourism destinations, including Uzbekistan, digital marketing presents substantial opportunities for increasing international visibility and strengthening market competitiveness. The country's rich cultural heritage, historical monuments, and unique tourism resources can be promoted more effectively through integrated digital marketing campaigns, destination branding initiatives, and smart tourism technologies. Government agencies, destination management organizations, and tourism businesses should collaborate to enhance digital infrastructure, improve online content quality, and adopt innovative marketing approaches that meet the expectations of modern travelers.

In conclusion, digital marketing should be viewed not merely as a promotional tool but as a strategic instrument for destination development and competitiveness enhancement. Sustainable success in the tourism industry increasingly depends on the ability of destinations to embrace digital transformation, utilize data-driven marketing strategies, and create meaningful digital experiences for tourists. Therefore, continued investment in digital marketing capabilities and technological innovation will remain essential for ensuring long-term tourism growth and maintaining competitiveness in the global tourism marketplace.

REFERENCES

1. Kotler, P., Kartajaya, H., & Setiawan, I. (2017). Marketing 4.0—Moving from Traditional to Digital. Hoboken, NJ: John Wiley and Sons.
2. Buhalis, D. (2003) Etourism: Information Technologies for Strategic Tourism Management. Financial Times/Prentice Hall, Upper Saddle River.
3. Gretzel Ulrike, 2021. "Xiang, Zheng; Fesenmaier, Daniel RCham: “Analytics in Smart Tourism Design: Concepts and Methods”," Zeitschrift für Tourismuswissenschaft, De Gruyter, vol. 13(2), pages 305-308, September. DOI: 10.1515/tw-2021-0016
4. Graeme Evans, 2015. "Rethinking Place Branding and Place Making Through Creative and Cultural Quarters," Springer Books, in: Mihalis Kavaratzis & Gary Warnaby & Gregory J. Ashworth (ed.), Rethinking Place Branding, edition 127, chapter 0, pages 135-158, Springer.
5. Stephanie Hays & Stephen Page & Dimitrios Buhalis, 2013. "Social media as a destination marketing tool: its use by national tourism organisations," Current Issues in Tourism, Taylor & Francis Journals, vol. 16(3), pages 211-239. DOI: 10.1080/13683500.2012.662215
6. Leung, D., Law, R., Van Hoof, H., & Buhalis, D. (2013). Social Media in Tourism and Hospitality. Journal of Travel & Tourism Marketing, 30(1–2), 3–22.
7. Sigala, M. (2018). Social Media and Customer Engagement in the Tourism Industry. Springer.

8. Morrison, M. A. (2013). Marketing and Managing Tourism Destinations (pp. 638-648). Routledge. https://doi.org/10.4324/9780203081976
9. Chaffey, D., & Ellis-Chadwick, F. (2019). Digital Marketing: Strategy and Implementation. Pearson Education.
10. Pike, S., & Page, S. J. (2014). Destination Marketing Organizations and Destination Marketing: A Narrative Analysis of the Literature. Journal of Tourism Management, 41, 202-227. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.09.009
11. Pardayev M., Atabayev R. Turistik resurslarni tahlil qilish va baholash. -Samarqand: SamISI, 2006. -137 b.
12. Eshtaev A.A. Turizm industriyasini boshqarishning marketing strategiyasi. Monografiya. – T.: Fan, 2011.
13. Sh.Dj. Ergashxodjayeva, U. Sharifxo‘jayev. Marketingni boshqarish. Darslik. –T.: Iqtisodiyot, 2019 y. 462 b.
14. Aslanova D. “Модели формирования туристского кластера за рубежом.” «Servis» ilmiy ommabop jurnali, 2013. №1;
15. Navruzzoda B. va b. Turistik hudud raqobatbardoshligi. Monografiya. B.: 2017. – 156 b.
16. Safarov B.Sh. Milliy turizm xizmatlar bozorini innovatsion rivojlantirishning metodologik asoslari. Monografiya.-T.: 2016.-184 b.
17. Akromova, M., & Adilova, Z. (2023). ASSESSMENT OF THE SOCIO-ECONOMIC EFFICIENCY OF THE ORGANIZATION OF THE TOURIST AND RECREATIONAL SYSTEM FACILITIES IN UZBEKISTAN. *Economics and Innovative Technologies*, *11*(5), 391-396.
18. Г.Х.Утемуратова. Хизмат кўрсатиш соҳасида давлат-хусусий шериклиги ривожланишининг методологик асосларини такомиллаштириш. и.ф.д. дисс. –Нукус.: 2023 й.,
19. M.M.Zarikeyeva. Servis sohasida innovatsion faoliyatni rivojlantirish va xizmatlar sifatini oshirish (Qoraqalpog‘iston Respublikasi misolida) PhD dissertatsiyasi avtreferati. –Nukus.: 2024 y. 54 b.
20. A.U.Temirxanov. Qoraqalpog‘iston Respublikasi xizmat ko‘rsatish sohasida tadbirkorlik risklarini baholash tizimini takomillashtirish. PhD dissertatsiyasi avtreferati. –Nukus.: 2024 y. 59 b.
21. B.A.Yerejepova. Maishiy xizmatlar sifatini oshirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmini takomillashtirish (Qoraqalpog‘iston Respublikasi misolida). PhD dissertatsiyasi avtreferati. – Nukus.: 2024 y. 55 b.,
22. O.S.Jumanazarov. Xizmatlar sohasida sherikchilik aloqalari va mexanizmini takomillashtirish yo‘llari (Qoraqalpog‘iston Respublikasi misolida). PhD dissertatsiyasi avtreferati. –Nukus.: 2024 y. 59 b.

ВНЕДРЕНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ АНАЛИЗА ПО ПАРЕТО, АНАЛИЗА ЧУВСТВИТЕЛЬНОСТИ И CVP МОДЕЛИРОВАНИЯ В ООО “SATURN METAL”

Мусаева Шоира Азимовна
Профессор Самаркандского института экономики и сервиса
ORSID CODE -0009-0000-9577-6976
https://doi.org/10.5281/zenodo.20919689

Аннотация. *В данной статье рассматривается современных методов для анализа эффективности деятельности предприятия на основе АВС-анализа, анализа по Парето, анализа чувствительности и CVP - моделирования, прогнозирование основных факторов на финансовые результаты, рекомендации по внедрению системы гибкого бюджетирования.*

Ключевые слова: *предприятие, анализ, моделирования, результат, бюджетирования, эффективность.*

Annotatsiya*. Ushbu maqolada ABC tahlili, Pareto tahlili, sezgirlik tahlili va CVP modellashtirish asosida korxona faoliyatini tahlil qilishning zamonaviy usullari, moliyaviy natijalarga ta'sir qiluvchi asosiy omillarni bashorat qilish va moslashuvchan byudjet tizimini joriy qilish bo‘yicha tavsiyalar ko‘rib chiqiladi.*

Kalit so‘zlar*: Korxona, tahlil, modellashtirish, byudjetlashtirish natijalari, samaradorlik.*

Abstract. *This article examines modern methods for analyzing enterprise performance based on ABC analysis, Pareto analysis, sensitivity analysis, and CVP modeling, forecasting the main factors affecting financial results, and recommendations for implementing a flexible budgeting system.*

Keywords*: Enterprise, analysis, modeling, budgeting results, efficiency.*

Введение. В Республики Узбекистан исследование вопросов бюджетирования и контроля приобретает особую актуальность в связи с реализацией государственных программ в сфере отраслей, создающих высокую добавленную стоимость, – электроники и электротехники, биохимии и производства полимеров, фармацевтики, машиностроения, – увеличения сферы высокодоходных услуг, таких как IT, искусственный интеллект, финтех, консалтинг, транспорт и логистика, широкого и активного применения в сельском хозяйстве биоинженерии, передовой агротехники и водосберегающих методов, повышающих урожайность, перехода на «зеленую» энергетику, безотходное производство, цифровой трансформации экономики и повышением конкурентоспособности отечественных предприятий. Ускоренное развитие производственного сектора требует совершенствования механизмов финансового планирования и контроля, обеспечивающих устойчивое развитие организаций и рациональное использование ресурсов.

Анализ литературы по теме. Проблемы развития и совершенствования бюджетирования в системе управленческого учёта нашли отражение в трудах многих зарубежных и отечественных исследователей. Существенный вклад в развитие

теоретических и методологических основ бюджетирования внесли Ч. Хорнгрен, Дж. Фостер, Ш. Датар, Дж. Хоуп, Р. Фрейзер, Р. Каплан, Р. Купер и другие ученые.

Вопросы организации бюджетирования, финансового планирования и управленческого контроля также рассматривались в работах К Уразова, М Пулатова, С.Н. Ташназарова, Abdusalomovoй N.B., Рофеева Д.Р., Hasanova B.A., Hashimova A.A. и других исследователей. Несмотря на значительное количество научных публикаций, многие вопросы адаптации современных методов бюджетирования к условиям деятельности отечественных производственных предприятий остаются недостаточно изученными и требуют дальнейших исследований.

Методология исследования. В исследовании использовался систематический подход, анализа в экономических исследованиях и цифровые показатели. Для сбора и анализа данных с платформ социальных сетей применялись методы массового наблюдения

Анализ и результаты. Одним из наиболее известных инструментов анализа в экономических исследованиях считается Анализ по Парето. Предложенное в начале XX-го века итальянским учёным Вильфредо Парето соотношение 80 на 20 стало популярным благодаря возможности его использования в различных сферах науки.

Организация ООО “Saturn Metal” совершает сделки с большим количеством контрагентов. В условиях большого количества клиентов управление денежными потоками становится трудоемким, так как каждый контрагент оказывает влияние разной величины на формирование доходов. С другой стороны, составление бюджета доходов становится непредсказуемым, потому что мы не можем точно определить кто будет нашим клиентом на предстоящий год. В связи с этим появляется необходимость выявления только тех клиентов, которые имеют наибольшее влияние на объем продаж и выручку. Так мы сможем разработать стратегические меры по сохранению топ-клиентов, что дает нам более предсказуемые результаты на будущее.

Для того чтобы лучше понять долю самых важных для нас контрагентов можно применить методы группировок или классификации. За счет группировки покупателей можно определить стратегические цели по оптимизации клиентского портфеля, управлению дебиторской задолженностью и повышению точности финансового планирования.

Ранее мы описывали АВС анализ в составе бюджетирования бюджетирования на основе деятельности (АВВ). АВС анализ, также широко применяется с анализом по Парето. Данный метод помогает выявить наиболее важных клиентов и классифицирует их по значимости. Суть метода Парето заключается в том, что относительно небольшая часть клиентов могут формировать значительную долю доходов компании. Поэтому чтобы визуально было удобно увидеть эти компании их по АВС методу делят на соответствующие группы А, В и С.

В рамках АВС-анализа клиенты распределяются следующим образом:

Группа А – самые крупные покупатели, топ-клиенты нашей компании. Они обеспечивают основную часть выручки, от 60 – 80%. По правилу Парето, к данной категории относится небольшое количество клиентов.

Группа В – вторая по величине. Это клиенты со средним уровнем значимости. Даже если их вклад меньше, чем у группы А, они играют важную роль в успехе компании.

Группа С – компании с незначительной значимостью. Если рассмотреть их по отдельности они имеют самую маленькую долю в выручке, но их совокупный эффект не надо недооценивать, потому что он может составлять значительную часть клиентской базы.

Рассмотрим внедрение анализа по Парето за счет расходных реестров с 2023 по 2025 годы для компании ООО “Saturn Metal”.

Таблица 1.

Анализ топ-клиентов по Парето за 2023 год

№	Топ Клиенты	Сумма	Доля	Группа
1	MIRANKUL CONSTRUCTION MATERIALS LTD	1 200 000 000,00	7,9%	A
2	SHASHLIK UZ	1 196 703 250,00	7,9%	A
3	JAVOHIR BAKERY SHOP	1 000 000 002,16	6,6%	A
4	ENTER ENGINEERING	860 530 000,00	5,6%	A
5	WOODLANDS	857 360 000,00	5,6%	A
6	SHOXRUXJON SERVIS	798 387 000,00	5,2%	A
7	INNOCRAFT	732 760 000,00	4,8%	A
8	MIXT ROYAL PALACE MCHJ	600 000 000,00	3,9%	A
9	STAINLESS-STEEL SAMARKAND	516 935 001,62	3,4%	A
10	SABRINA VISOL SERVIS	429 650 000,02	2,8%	A
11	XUDOYORXON SHAMS XK	400 000 000,00	2,6%	A
12	GRAND SAMARKAND SUPERIOR	311 860 000,00	2,0%	A
13	ENTER ENGINEERING PTE.LTD	302 980 000,00	2,0%	B
14	GASHSAN-LAZIZ	300 000 000,00	2,0%	B
15	TA`MINOT SERVIS BUXORO	299 635 000,00	2,0%	B
16	SHAXZOD PLAZA	284 760 000,00	1,9%	B
17	ENTER ENGINEERING PTE. LTD.	249 190 000,00	1,6%	B
18	MIRONKUL GROUP TOWER	238 400 000,00	1,6%	B
19	GENESIS EDUCATION	211 000 000,00	1,4%	B
20	NAVOBOD NASLLI PARRANDA	183 000 000,00	1,2%	B
21	MCHJ INNOCRAFT	160 703 357,95	1,1%	B
22	SAMARQAND MINTAQAVIY YO‘LLARGA BUYURTMACHI XIZMATI	157 000 000,00	1,0%	B
23	MCHJ TOSH-ARIQ QURILISH SERVIS	150 000 000,00	1,0%	B
24	AFROSIYAB CHOYHONASI	150 000 000,00	1,0%	B
25	YAPP UBK AUTO SYSTEM	120 000 000,00	0,8%	B
26	BUNYOD KAPITAL INVEST SERVIS	112 970 000,00	0,7%	B
27	BOYOVUT TECHNO CLUSTER	112 130 000,00	0,7%	B
28	MCHJ 7-SONLI MEXANIZASIYALASHGAN KO‘CHMA KOLONNA	112 000 000,00	0,7%	B
29	SPB PARLAMENT	110 160 000,00	0,7%	B
30	PULSAR GROUP BREWERY	108 468 000,00	0,7%	B
	Другие:	2 967 710 555,07	19%	C
	Итог:	15 234 292 166,82	100%	

Здесь применяется анализ по Парето только по классическому соотношению 80/20, а по модифицированному 60/40. По данным таблицы видно, что в 2023 году 12 крупнейших

клиентов обеспечили около 60% от всей выручки ООО “Saturn Metal”. Поэтому эти клиенты были отнесены в категорию А, и признаны топ-клиентами. Группа В закрашены желтым цветом. В общем 18 клиентов попали в эту категорию и в целом они составили более 22% от общей выручки. Группа С объединяет все оставшиеся компании, которые имеют долю менее 0,6% от общей выручки. Всего таких клиентов в 2023 году было 76 и как видно их совокупный эффект составил 19%, что невозможно не заметить.

Таким образом, данный анализ дает компании ООО “Saturn Metal” возможность определить наиболее значимых себе клиентов и больше фокусироваться на них, оптимизируя свою работу с ними.

Но было бы еще лучше если рассмотреть анализ по Парето в несколько лет и проанализировать динамику изменения структуры выручки. Такой анализ позволяет понять какие клиенты сохраняют свои позиции в группе А и поддерживают стабильные покупки, а какие, наоборот, теряют свой рейтинг и переходят в категории В и С. Также может сработать обратная тенденция, где клиенты группы В и С в последствии станут топ-клиентами.

Итак, рассмотрим такой же анализ за 2024 и 2025 годы:

Таблица 2.

Анализ топ-клиентов по Парето за 2024 год

№	Топ Клиенты	Сумма	Доля	Группа
1	QORAKO‘L STROY GROUP	1 500 007 872,00	16,8%	A
2	SAMARQAND XOLIS FAYZ SAVDO	1 500 000 000,00	16,8%	A
3	INTERACTIV PLANET	800 000 000,00	9,0%	A
4	HENGYUAN CEMENT	429 122 000,00	4,8%	A
5	DILKASH-SHIRIN-TAOM	353 300 000,00	4,0%	A
6	REIKARTZ U	335 050 500,00	3,8%	A
7	MEBEL-D	325 301 040,00	3,6%	A
8	SCHELKOVO AGROHIM-O‘ZBEKISTON	314 526 000,00	3,5%	B
9	AZAM JAMSHID TAOMLARI MCHJ	300 000 000,00	3,4%	B
10	SOLOMON	288 205 000,00	3,2%	B
11	SHASHLIK UZ	228 333 333,00	2,6%	B
12	SILK ROAD K OILAVIY KORXONA	200 000 000,00	2,2%	B
13	HAVAND-BEGZAD-KUNGRAD	185 000 000,00	2,1%	B
14	SUNNY VILLAGE	175 800 000,00	2,0%	B
15	NARPAYTEX	125 664 000,00	1,4%	B
16	STAINLESS-STEEL SAMARKAND	111 916 400,22	1,3%	B
17	SAMARKAND TOURISTIC CENTRE MCHJ	109 539 997,94	1,2%	B
18	ZAMIN-TRAVEL	104 880 000,00	1,2%	B
19	MARKAZIY BANK SAMARQAND VILOYAT BOSH BOSHQARMASI	99 770 006,00	1,1%	B
20	NARZIKULOV DJURABEK MEBELLARI	70 000 000,00	0,8%	B
21	SHAXZOD PLAZA	60 000 000,00	0,7%	B
22	CHET EL KAPITALI ISHTIROKIDAGI "HAMKORBANK	53 500 000,00	0,6%	B
23	OQDARYO PLANKTON	53 000 000,00	0,6%	B
24	GO‘SHT-SIFAT	52 362 000,00	0,6%	B
25	GENESIS EDUCATION	50 000 000,00	0,6%	B
26	STEKLOPLASTIK	42 450 000,00	0,5%	B
27	SAM DILFIN	42 000 000,00	0,5%	B

28	SAMARKAND DIYORA LUX	40 000 000,04	0,4%	B
29	SAM VERO GROUP 999	40 000 000,00	0,4%	B
30	PURI AUTHENTIC GEORGIA BAKERY	35 900 000,00	0,4%	B
	Другие:	908 309 109,01	10,2%	C
	Итог:	8 933 937 258,21	100%	

Прежде всего следует отметить, что состав крупных клиентов, относящихся к группе А, постоянно менялся каждый год. Это может свидетельствовать о том, что ООО “Saturn Metal” активно работает с разными сегментами рынка, а также на постоянной основе привлекает новых клиентов. (см. Таблица 3.2)

В 2024 году произошли значительные изменения в составе топ-клиентов. Так, например, если в 2023 году самыми крупными клиентами были Mirankul Construction Materials, Shashlik Uz и Javohir Bakery Shop, то в 2024 году топ ряды заняли совершенно другие компании как Qorakol Stroy Group, Samarqand Xolis Fays Savdo и Interactiv Planet. Также можно отметить, что только небольшое количество клиентов, сотрудничавших с компанией в 2023 году, сохранили деловые отношения и продолжили покупки в 2024 году. Список этих компании можно увидеть в таблице ниже. (см. Таблица 3.3)

Таблица 3.

Сравнительный анализ топ-клиентов компании и изменение их групп ABC в 2023–2024 годах

		2023	2024	2023	2024	2023	->	2024
№	Топ Клиенты	Сумма	Сумма	Доля	Доля	Группа		Группа
1	SHASHLIK UZ	1 196 703 250	228 333 333	7,9%	2,6%	A		B
2	STAINLESS-STEEL SAMARKAND	516 935 002	111 916 400	3,4%	1,3%	A		B
3	SHAXZOD PLAZA	284 760 000	60 000 000	1,9%	0,7%	B		B
4	GENESIS EDUCATION	211 000 000	50 000 000	1,4%	0,6%	B		B
5	SAM VERO GROUP 999	29 250 000	40 000 000	0,2%	0,4%	C		B
6	ENTER ENGINEERING	860 530 000	34 000 000	5,6%	0,4%	A		C
7	DAKA-INTEX	21 000 000	17 882 000	0,1%	0,2%	C		C
8	MIRANKUL FOODS	48 825 000	17 175 000	0,3%	0,2%	C		C
9	CENTRAL ASIAN STAR	13 700 000	8 000 000	0,1%	0,1%	C		C

Данная таблица нам дает не только список стабильных клиентов, но и помогает понять, как менялась значимость этих клиентов, какую роль они играют теперь, и в какую категорию теперь они относятся. По этой таблице, можно сделать несколько выводов. К самым явным изменениям можно отнести позиции компании, которые в 2023 году относились к группе А. Компании Shashlik Uz и Stainless-Steel Samarkand, которые входили в число наиболее значимых клиентов предприятия, в 2024 году перешли с группы А в категорию компании В. Это свидетельствует о том, что либо объем закупок со стороны данных компаний уменьшились, либо появились другие гораздо крупные клиенты. В данном случае оба исхода событий являются справедливыми, так как анализ структуры клиентской базы показывает, что влияют сразу два этих фактора. Но можно также выделить случай значительного снижения активности клиента. Например, компания Enter Engineering, которая была топ-клиентом в 2023 году, существенно сократила объем закупок и в 2024 году попала в группу С.

Shaxzod Plaza и Genesis Education сохранили свои позиции в группе B, в то время как Daka-intex, Mirankul Foods и Central Asian Star оставались с небольшим вкладом в объем продаж попав опять же в категорию C. Sam Vero Group 999 стала единственной компанией, которая повысила значимость в 2024 году (перешла с группы C в категорию B)

Таблица 4.

Анализ топ-клиентов по Парето за 2025 год

№	Топ Клиенты	Сумма	Доля	Группа
1	SADRIDDIN	1 848 350 000,00	31%	A
2	NAVOBOD NASLLI PARRANDA	300 000 000,00	5%	A
3	STDHEALTHMED	278 990 000,00	5%	A
4	SANEG MART	264 000 000,00	4%	A
5	SAKINA RAXMON XAYOT	247 715 000,00	4%	A
6	RADIUS SERVIS	247 715 000,00	4%	A
7	SAMYAK	185 000 000,00	3%	A
8	REGISTON PLAZA	181 609 000,00	3%	A
9	SUNNY VILLAGE	169 810 000,00	3%	B
10	ZAMIN-TRAVEL	151 003 000,00	3%	B
11	ALEXANDER HOTEL	132 000 000,00	2%	B
12	NURSHOD OSHXONASI	125 500 000,00	2%	B
13	DIDI GROUP FOODS	125 000 000,00	2%	B
14	TOLIB BOBO AKT	108 790 000,00	2%	B
15	MAXSUS SUV QURILISH INVEST	105 397 300,00	2%	B
16	SAM-FERRE	102 250 580,00	2%	B
17	MALAXIT PLUS	100 000 000,00	2%	B
18	JIZZAX KELAJAK MAKTABI	98 560 000,00	2%	B
19	STAINLESS-STEEL SAMARKAND	96 934 000,00	2%	B
20	DILKASH-SHIRIN-TAOM	82 000 000,00	1%	B
21	NET PRODUKT LUX	80 700 000,00	1%	B
22	OHANGARON RISING SCHOOL	60 000 000,00	1%	B
23	HMC U	51 025 000,00	1%	B
24	XATAMOVA FAYYOZA UKTAM QIZI	50 000 000,00	1%	B
25	YAKUBOVICH PRODUCTS	47 120 000,00	1%	B
26	OLIY SIFAT PROM STROY	47 000 000,00	1%	B
27	MO‘MINJON MA'RUFJON	39 000 000,00	1%	B
28	SHAMPOOR	33 075 000,00	1%	B
29	QADIROV MAMUR KARIMOVICH	33 000 000,00	1%	B
30	YUSUPOV TEHRON AZIZJON O‘G‘LI	33 000 000,00	1%	B
	Другие:	576 443 920,00	9,6%	C
	Итог:	6 000 987 800,00	100%	

Если продолжить анализ структуры клиентской базы за 2025 год, мы получим примерно аналогичные результаты. Анализ по Парето за 2025 год дает нам новые результаты и как видно топ-клиенты опять обновились. Появился клиент гигант Sadriddin, который обеспечил 31% выручки компании, что кажется очень высокой долей для одного покупателя. Но это все относительно. В данном случае большинство компании снизили свою долю в общей выручке и их закупки считаются значительно меньше по сравнению с новым крупным клиентом.

Таблица 5.

Сравнительный анализ топ-клиентов компании и изменение их групп ABC в 2024–2025 годах

		2024	2025	2024	2025	2024	->	2025
№	Топ Клиенты	Сумма	Сумма	Доля	Доля	Группа		Группа
1	SUNNY VILLAGE	175 800 000	169 810 000	2,0%	2,8%	B		B
2	ZAMIN-TRAVEL	104 880 000	151 003 000	1,2%	2,5%	B		B
3	STAINLESS-STEEL SAMARKAND	111 916 400	96 934 000	1,3%	1,6%	B		B
4	DILKASH-SHIRIN-TAOM	353 300 000	82 000 000	4,0%	1,4%	A		B
5	EL-AZIZ	20 000 000	28 238 000	0,2%	0,5%	C		C
6	SOLOMON	288 205 000	26 000 000	3,2%	0,4%	B		C
7	ISTIQBOLLI TA'LIM	28 800 000	19 200 000	0,3%	0,3%	C		C
8	SAMARKAND QUALITY PRINT	2 050 000	6 050 000	0,0%	0,1%	C		C
9	ZILOL BAXT	28 775 600	5 520 000	0,3%	0,1%	C		C
10	SAMARKAND TOURISTIC CENTRE	109 539 998	4 800 000	1,2%	0,1%	B		C
11	MUMIN OTA 1954	10 650 000	3 048 000	0,1%	0,1%	C		C

Из 143 клиентов, которые совершили закупки в 2024 году, только 11 сделали повторные закупки в 2025 году. Большинство из компании сохранили свои позиции в категориях, в которых были ранее, однако среди них есть компании, которые перешли с одной группы на другую. (см. Таблица 3.5)

Один из топ-клиентов 2024 года Dilkash-Shirin-Taom перешел с группы A в категорию B. Кроме того, такие компании, как Solomon и Samarqand Touristic Centre, перешли из категории средних клиентов (группа B) в группу C, что указывает на значительное снижение их вклада.

Исходя из наших результатов, можно понять, что ABC-анализ играет ключевую роль в процессе бюджетирования, потому что помогает определить наиболее значимых клиентов за период и оценить их фактический вклад в формировании выручки. На основе полученного анализа, предприятие может определить, какие клиенты обеспечивают основную часть доходов, на каких клиентов надо больше сосредоточится, и на кого направлять больше маркетинговых и управленческих усилий.

Клиенты группы A, которые формируют основную долю выручки ООО “Saturn Metal”, имеют очень большую ценность для компании. Здесь главная их задача превратить топ-клиентов в своих постоянных клиентов, а не просто смирится с одноразовыми покупками. Поэтому при составлении бюджета и планировании ожидаемых доходов ООО “Saturn Metal” целесообразно в первую очередь сосредоточиться на данную группу клиентов. Данная стратегия дает возможность реалистично оценить будущие доходы и делать прогнозы выручки. Кроме того, есть вероятность что клиенты группы B могут перейти в категорию крупных покупателей, если улучшить условия сотрудничества, расширить ассортимент продукции и повысить качество обслуживания.

CVP моделирование

CVP моделирование (“Cost-Volume-Profit” – “Затраты-Объем-Прибыль”) в системе бюджетирования считается ключевым инструментом для определения целевых показателей, так как он дает возможность рассчитать минимально допустимый уровень выручки для покрытия всех затрат и границы где компания выходит на прибыль. В отличие от традиционного бюджетирования, CVP моделирование помогает показать связь между выручкой, постоянными и переменными расходами и прибылью.

Суть CVP моделирования заключается в том, что прибыль зависит от трех основных факторов: выручки, переменных и постоянных затрат. В первую очередь выручка должна покрывать переменные затраты. После покрытия переменных затрат у нас остается маржинальный доход, которого направляют на покрытие постоянных затрат. Далее, как только все наши расходы покрыты, каждая проданная единица продукции приносит прибыль.

Давайте рассмотрим математическое обоснование модели. Мы будем применять стоимостной метод так как мы не знаем цену и объем продаж. Итак, для начала рассмотрим условие безубыточности:

$$P \times Q - VC_{unit} \times Q - FC = 0$$

где, P – цена,

Q – количество реализованной продукции,

VC_{unit} – переменные затраты на ед. продукции,

FC – постоянные затраты

Вывод через маржинальный доход:

$$Q \times (P - VC_{unit}) - FC = 0$$

И в результате получаем точку безубыточности в единицах продукции:

$$Q_{bep} = \frac{FC}{P - VC_{unit}}$$

Далее можно сделать переход к стоимостным показателям:

$$S_{bep} = \frac{FC}{\frac{P - VC_{unit}}{P}} = \frac{FC}{\frac{\text{Выручка} - VC_{total}}{\text{Выручка}}} = \frac{FC}{kMR}$$

В данной формуле, S_{bep} (Sales at Break-Even Point), то есть точка безубыточности в денежном выражении. kMR – это коэффициент маржинального дохода.

Теперь, на основании данных ООО “Saturn Metal” предоставленных за 2023-2025 годы, мы произведем расчет этих критических точек, необходимых для формирования бюджета на предстоящий год (Таблица 3.11). За счет применения этих данных можно оценить динамику финансовой устойчивости ООО “Saturn Metal”, через CVP-анализ.

В 2024 году наблюдался резкий рост точки безубыточности с 6 541 996,74 до 10 805 926,21 тыс. сум. Причиной этому является значительное увеличение постоянных затрат до 913 223 тыс. сум, а также снижением коэффициента маржинального дохода (K_{MR}) до 8,45%. Но даже при таких условиях, выручка в 2024 году была гораздо выше точки безубыточности, и обеспечила рекордный запас прочности в размере 25,99%.

Таблица 6.

Расчет порога рентабельности и запаса финансовой прочности ООО «Saturn Metal» за 2023-2025 годы

Показатель	2023 год	2024 год	2025 год
1. Выручка (S), тыс. сум	**7 255 707,00**	**13 613 929,00**	**7 971 075,00**
2. Переменные затраты (VC), тыс. сум	**6 423 656,00**	**12 463 398,00**	**7 196 327,00**
3. Постоянные затраты (FC), тыс. сум	**750 206,00**	**913 223,00**	**786 643,00**
4. Маржинальный доход (MR), тыс. сум	**832 051,00**	**1 150 531,00**	**774 748,00**
5. Коэф. марж. дохода (kMR)	**11,47%**	**8,45%**	**9,72%**
6. Точка безубыточности Sbep, тыс. сум	**6 541 996,74**	**10 805 926,21**	**8 093 457,94**
7. Запас фин. прочности (ЗФП), %	**10,91%**	**25,99%**	**-1,51%**

В 2023-2025 гг. ООО “Saturn Metal” находился в зоне безопасного функционирования. Но в 2025 году ситуация изменилась и запас финансовой прочности стал отрицательным (-1,51%). Это свидетельствует о том, что выручка в 2025 году оказалась ниже точки безубыточности на 122 382,94 тыс. сум.

В заключении можно сказать, что построение CVP-модели в системе бюджетирования делает процесс планирования гораздо гибким и предсказуемым. Данная модель помогает нам расставить четкие границы безопасности, а не рассчитывать что-то на глаз или интуитивно. Она дает понимание того, какой объем продаж должен быть, чтобы компания продолжала свою деятельность. С другой стороны, ее визуализация помогает наглядно увидеть запас прочности. Если на графике расстояние между фактической выручкой и порогом рентабельности сокращается, то это служит прямым сигналом для руководства. Но самое важное, CVP-модель играет ключевую роль в составлении бюджета доходов и расходов (БДР), бюджета оптимизации затрат и бюджета продаж.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ДИТЕРАТУРЫ

1. Мирзиёев Ш. М. От национального возрождения - к национальному прогрессу. Том 4. – Ташкент: ИПТД "Узбекистан", 2020.- 392 с.
1. 2 Мирзиёев Ш.М.Янги Ўзбекистон стратегияси (Стратегия Нового Узбекистана) / Ш.М. Мирзиёев. Тошкент: "O‘zbekiston" нашриёти, 2021– 464 б.
2. Abdusalomova N.B. Boshqaruv hisobiga kirish. Darslik. –T.: TDIU, 2022 288 b.
3. 4.Вахрушина М.АУправленческийучет-1.Москва, 2014. http://buh.abit.msk.ru/wp-content/uploads/2018/05/Upravlencheskij-uchet-1.pdf
4. 5.. Друри К. Управленческий и производственный учёт. Вводный курс. — М.: Юнити-Дана, 2016. — С. 401—410, 422—423. — 735 с. — ISBN 978-5-238-00899-6.
5. С.Н. Ташназаров, К.Б. Уразов, Д.С. Тошназарова. Бошқарув ҳисоби: Олий ўқув юртлари таълим йўналиши учун дарслик. –Самарқанд.: СамИСИ, 2022. – 448 б.
6. Уразов К.Б. Бухгалтерия молиявий ҳисоби. Ўқув қўлланма. – Самарқанд, СамИСИ, 2013. - 226 бет.
7. Hasanov B.A., Hashimov A.A., Muhametov A.B., Abduvohidov A.A. Buxgalteriya hisobi: Darslik – T.: “Iqtisodiyot dunyosi”, 2021. 992 b
8. Хасанов, Б.А. ва Хошимов, А.А. (2011). Бошқарув ҳисоби. Дарслик. Тошкент: Шарқ.
9. Мусаева Ш.А. Интегрированные маркетинговые коммуникации. Учебное пособие издательство «Махорат», Самарканд - 2022.
10. Мусаева Ш.А. Маркетинговые исследования. Учебник ООО «СТАР-СЕЛ» издательско-творческий отдел. Самарканд-2024

JAHON ILM-FANI, TEXNIKA VA TEXNOLOGIYALARI YUTUQLARINING BANK MARKETINGIDAGI AHAMIYATI

To‘xtaboyev Abdurashid Tursunovich
Iqtisod fanlari nomzodi, professor. Andijon davlat texnika instituti "Menejment" kafedrasi professori
https://doi.org/10.5281/zenodo.20780936

Annotatsiya. *Mazkur maqolada jahon ilm-fani, raqamli texnologiyalar va innovatsion yechimlarning bank marketingi tizimiga ta’siri tahlil qilingan. Sun’iy intellekt, katta ma’lumotlar (Big Data), mashinali o‘qitish, blokcheyn texnologiyasi, internet-banking, mobil banking, bulutli hisoblash va raqamli ekotizimlardan foydalanish orqali bank xizmatlari sifatini oshirish, mijozlar ehtiyojlarini aniqlash va raqobatbardoshlikni ta’minlash masalalari yoritilgan. Shuningdek, O‘zbekiston bank tizimida mazkur texnologiyalarni joriy etishning istiqbolli yo‘nalishlari bo‘yicha amaliy takliflar ishlab chiqilgan.*

Kalit so‘zlar: *bank marketingi, raqamli transformatsiya, sun’iy intellekt, Big Data, fintex, blokcheyn, CRM, mashinali o‘qitish, mobil banking, innovatsion texnologiyalar.*

Kirish. Bugungi globallashuv va raqamli iqtisodiyot sharoitida bank tizimi faoliyatida marketingning ahamiyati tobora ortib bormoqda. Zamonaviy ilm-fan, texnika va texnologiyalarning jadal rivojlanishi bank xizmatlarini yaratish, targ‘ib qilish va iste’molchilarga yetkazish jarayonlarini tubdan o‘zgartirmoqda. Bugungi kunda bank marketingi nafaqat an’anaviy reklama va mijozlarni jalb qilish vositasi, balki innovatsion texnologiyalar asosida mijozlar ehtiyojlarini aniqlash, ularga yakka tartibda xizmatlar taklif etish hamda raqobatbardoshlikni ta’minlashning muhim mexanizmiga aylanmoqda.

XXI asrda ilm-fan, texnika va texnologiyalar rivojlanish sur’atlari insoniyat tarixidagi eng yuqori darajaga yetdi. Raqamli iqtisodiyotning shakllanishi, sun’iy intellekt, blokcheyn, katta ma’lumotlar, bulutli hisoblash, robototexnika va boshqa innovatsion texnologiyalarning jadal rivojlanishi barcha iqtisodiy tarmoqlar qatori bank-moliya sektorining ham faoliyatini tubdan o‘zgartirmoqda. Zamonaviy banklar endilikda nafaqat moliyaviy xizmatlar ko‘rsatuvchi muassasa, balki ilg‘or texnologiyalar asosida faoliyat yurituvchi raqamli platformalarga aylanmoqda.

Asosiy qism. Jahon ilm-fani va texnologiyalaridagi eng so‘nggi yutuqlar bank marketingi strategiyalarini ishlab chiqish, mijozlarga yo‘naltirilgan xizmatlarni takomillashtirish, raqamli kanallarni rivojlantirish va bozor raqobatbardoshligini oshirishda muhim ahamiyat kasb etmoqda. Shu sababli zamonaviy texnologik innovatsiyalarni o‘rganish va ularni bank marketingi amaliyotiga tatbiq etish dolzarb masalalardan biri hisoblanadi.

So‘nggi yillarda dunyoda ilmiy-tadqiqot va innovatsion faoliyatga investitsiyalar hajmi sezilarli darajada oshib bormoqda. Raqamlashtirish, avtomatlashtirish va sun’iy intellekt texnologiyalari iqtisodiy rivojlanishning asosiy drayverlariga aylandi.

Zamonaviy texnologik rivojlanishning asosiy yo‘nalishlari quyidagilardan iborat:

- Sun’iy intellekt (Artificial Intelligence);
- Mashinaviy o‘qitish (Machine Learning);

- Katta ma’lumotlar (Big Data);
- Bulutli hisoblash (Cloud Computing);
- Blokcheyn (Blockchain);
- Robototexnika;
- Kvant hisoblash texnologiyalari;
- Biotexnologiyalar;
- Internet of Things (IoT);
- 5G va 6G aloqa texnologiyalari.

Mazkur texnologiyalar iqtisodiyotning barcha sohalarida, jumladan bank va moliya sektorida yangi biznes modellarni shakllantirmoqda. Jumladan, **sun’iy intellekt (SI)** inson tafakkuriga xos bo‘lgan funksiyalarni kompyuter tizimlari orqali amalga oshirish imkonini beruvchi texnologiyalar majmuasidir. Uning bank tizimidagi asosiy imkoniyatlariga quyidagigi yonalishlarni kiritish mumkin, yani mijozlar xatti-harakatlarini prognozlash, kredit risklarini baholash, firibgarlik holatlarini aniqlash, chat-botlar va virtual yordamchilar yaratish hamda marketing kampaniyalarini avtomatlashtirish.

Bank marketingida sun’iy intellekt shaxsiylashtirilgan reklama takliflarini yaratish, mijozlarning ehtiyojlarini aniqlash, sotuvlarni prognoz qilish va segmentatsiyani takomillashtirish kabi vazifalarni amalga oshiradi. Bular o‘z navbatida marketing xarajatlari qisqarishiga va xizmatlar sifati oshishiga xizmat qiladi. Ushbu sohada 2026 yil may oyida Samarqandda bo‘lib o‘tgan Osiyo taraqqiyot banki Boshqaruvchilar kengashining 59-yillik yig‘ilishidagi nutqida O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti SHavkat Mirziyoev tomonidan bank tiazimiga jahon ilm-fani, texnika va texnologiyalarini joriy qilish yuzasidan “Osiyo taraqqiyot banki shafeligida Rivojlanayotgan mamlakatlarda sun’iy intelekt ko‘lamini oshirish bo‘yicha alohida dastur ishlab chiqish, shuningdek bankning “Osiyo uchun raqamli magistral” tashabbusiga qo‘shilishimizni ma’lum qilamiz hamda Toshkentda uning mintaqqaviy muvofiqlashtirish markazini ochish taklifini ilgari suramiz”[2].

Zamonaviy texnologiyalardan yana biri – katta hajmdagi, tezkor va turli formatdagi ma’lumotlarni qayta ishlash bo‘yicha **Big Data** texnologiyasidir. Big Data bank marketingida mijozlar segmentatsiyasini aniqlash, marketing kampaniyalarini optimallashtirish, talab prognozlarini shakllantirish hamda mijozlarni ushlab qolish strategiyalarini ishlab chiqish kabi vazifalarni bajaradi.

Blokcheyn – markazlashmagan ma’lumotlar bazasi bo‘lib, unda ma’lumotlar bloklar ko‘rinishida saqlanadi va o‘zaro bog‘langan bo‘ladi. Uning afzalliklari ma’lumotlarning shaffofligini, xavfsizligini, o‘zgartirib bo‘lmasligini, tezkorligini va xarajatlarning kamayishini ta’minlashdan iborat. Bank tizimida blokcheyn quyidagilar – xalqaro pul o‘tkazmalari, smart-kontraktlar, raqamli identifikatsiya va Markaziy bank raqamli valyutalari (CBDC) uchun qo‘llaniladi. Xozirda Blokcheyn texnologiyasi moliyaviy xizmatlarning samaradorligini sezilarli darajada oshirmoqda.

Bulutli texnologiyalar va raqamli transformatsiya. Bulutli hisoblash (Cloud Computing) ma’lumotlarni internet orqali saqlash va qayta ishlash imkonini beradi. Ularning afzalliklari – xarajatlarni kamaytirish, moslashuvchanlik, tezkor joriy etish, ma’lumotlar xavfsizligi va masofadan ishlash imkoniyatini yaratishdan iborat[7]. Banklar bulutli platformalar

yordamida CRM tizimlarini boshqaradi, marketing ma’lumotlarini tahlil qiladi, mijozlarga onlayn xizmat ko‘rsatadi hamda raqamli mahsulotlarni tez ishlab chiqadi.

Iternet of Things (IoT) va aqlli tizimlar. Internet of Things (IoT) internetga ulangan qurilmalar tarmog‘I bo‘lib, ularga aqlli telefonlar, aqlli soatlar, sensorlar, aqlli transport tizimlari va aqlli uy texnologiyalari kiradi. Bank marketingida IoTlar mijozlarning iste’mol odatlarini o‘rganadi, geolokatsion marketingni rivojlantiradi, real vaqt rejimida xizmatlar taklif etadi. Bular esa bankda marketing samaradorligini oshirishga xizmat qiladi[3].

Kiberxavfsizlik texnologiyalarining zamonaviy yo‘nalishlari. Raqamli texnologiyalar rivojlanishi bilan kiberxavfsizlik masalalari dolzarb ahamiyat kasb etmoqda. Zamonaviy kiberxavfsizlik vositalariga biometrik autentifikatsiya, ko‘p faktorli identifikatsiya, kriptografik himoya, sun’iy intellekt asosidagi monitoring hamda xavfsizlik operatsion markazlari (SOC) kiradi. Banklar uchun kiberxavfsizlik – bu mijozlar ishonchini oshiradi, firibgarliklarni kamaytiradi, shuningdek ma’lumotlar himoyasini ta’minlaydi.

FinTech innovatsiyalar. FinTech – moliyaviy xizmatlar va zamonaviy texnologiyalar integratsiyasidan tashkil topgan sohadir. FinTechning asosiy yo‘nalishlariga mobil to‘lovlar, elektron hamyonlar, P2P kreditlash, Crowdfunding, Robo-maslahatchilar hamda Open Banking kiradi. FinTech kompaniyalari bank sektorida raqobatni kuchaytirib, xizmatlar sifatini oshirishga sabab bo‘lmoqda. Bank marketingida FinTech innovatsiyalar yangi mijozlarni jalb qiladi, raqamli kanallarni rivojlantiradi, marketing xarajatlarini qisqartiradi hamda mijozlar tajribasini yaxshilaydi[6].

O‘zbekiston bank tizimida innovatsion texnologiyalarni joriy etish istiqbollari. O‘zbekistonda raqamli iqtisodiyot va bank sektorini modernizatsiya qilish davlat siyosatining ustuvor yo‘nalishlaridan biri hisoblanadi.

Kelgusida quyidagi texnologiyalar keng joriy etilishi kutilmoqda[5]:

- Sun’iy intellekt asosidagi bank xizmatlari;
- Open Banking tizimi;
- Raqamli identifikatsiya;
- Bulutli bank platformalari;
- Blokcheyn asosidagi moliyaviy xizmatlar;
- Markaziy bank raqamli valyutasi;
- Biometrik autentifikatsiya.

Mazkur texnologiyalar banklarning raqobatbardoshligini oshirish va mijozlarga xizmat ko‘rsatish sifatini yaxshilashga xizmat qiladi. 2025-yil 26-dekabr kuni bo‘lib o‘tgan Oliy Majlis va O‘zbekiston xalqiga Murojaatnomasida O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti Shavkat Mirziyoyev ta’kidlaganidek, “Hozirgi global iqtisodiyotda raqobatga chidamli bo‘lish uchun malakali kasb egalari va mutaxassislar, zamonaviy texnologiyalar hal qiluvchi ahamiyatga ega ekanini unutmaslik lozim. Agar biz ... IT, sun’iy intellekt, fintex, konsalting, transport-logistika kabi ... ilg‘or xorijiy tajribalarni keng joriy etish uchun yangi texnologiyalarni olib kirsak, kadrlarni ilm-fan va innovatsiyalarga asoslangan zamonaviy kasblarga tayyorlasak, kelgusi besh yilda iqtisodiyotimiz hajmini 240 milliard dollardan oshirishga barcha imkoniyatlarimiz bor. Bu borada ustuvor yo‘nalishimiz – iqtisodiyotni texnologik va innovatsion o‘sish modeliga o‘tkazishdan iborat”. Shuning uchun iqtisodiyotning barcha sohalarida yuqori samaradorlikka erishish – kelgusida islohotlarimizning bosh mezoni bo‘lishi shart”[1].

2025-yili mamlakatimizda IT xizmatlari eksporti 1 milliard dollarni tashkil etgan bo‘lsa, 2030-yilga borib, IT xizmatlari eksportini 5 milliard dollarga yetkazish bo‘yicha ustuvor vazifa belgilab olindi. Shu maqsadda jahon bozorida raqobatdoshligini oshirish uchun Raqamli texnologiyalar xalqaro markazi tashkil etildi, IT infratuzilmasiga investitsiya kiritish uchun bir qancha imtiyozlar ko‘zda tutilmoqda. Bundan tashqari, Markaziy bankda Fintex ofisi va Innovatsion xab tashkil etilib, unga Singapurdan mutaxassislar jalb qilinadi. Bu orqali yiliga 20–30 ta fintex startapni tashqi bozorga olib chiqish, ularga jami 1 milliard dollar investitsiya jalb etish imkoniyati yaratiladi.

Umuman, venchur fondlar, startaplar, fintex kabi yangi moliyaviy instrumentlar bozorini rivojlantirish, bu sohadagi barcha ishtirokchilar huquqlarini qonun bilan kafolatlab qo‘yish zarur. Buning uchun parlamentimiz hukumat bilan birgalikda “Muqobil investitsiya jamg‘armalari to‘g‘risida”gi qonun loyihasini 1-martgacha ishlab chiqsa, ayni muddao bo‘ladi.

Hozirgi vaqtda yangi texnologiyalar, raqamlashtirish va sun’iy intellekt ta’sirida dunyoda ish o‘rinlarining soni, shakli va mazmuni keskin o‘zgarmoqda. Mutaxassislarning fikricha, yaqin besh yilda mavjud kasblarning 30 foizi to‘liq avtomatlashtiriladi, 50 foizi bo‘yicha esa yangi malakalar talab qilinadi. Endi mamlakatimizning mehnat bozori mutlaqo yangi arxitektura asosida – kasb, malaka, texnologiya va ta’limni birlashtiradigan yagona mexanizm sifatida ishlashi ta’minlanishi zarur. Bugungi kunda jahonda yuz berayotgan global o‘zgarishlar, xalqaro bozorlardagi tebranishlar, texnologiyalarning keskin rivojlanishi yangicha yondashuvlarni talab etmoqda. Bular o‘z navbatida bank tizimida islohotlarni jadallashtirish, bank xizmatlari bozori hajmini oshirish va sohada raqobatni rivojlantirish hamda jahon ilm-fan, texnika va texnologiyalarining eng so‘nggi yutuqlarini bank tizimida qo‘llashni talab etmoqda.

Xulosa. Jahon ilm-fani, texnika va texnologiyalarining so‘nggi yutuqlari iqtisodiyotning barcha tarmoqlari qatori bank-moliya sektorida ham tub o‘zgarishlarni yuzaga keltiradi. Sun’iy intellekt, Big Data, blokcheyn, bulutli texnologiyalar, IoT va FinTech innovatsiyalari bank marketingining mazmuni va usullarini yangilab, mijozlarga yo‘naltirilgan raqamli xizmatlar ko‘lamini kengaytiradi. Zamonaviy texnologiyalar banklarga marketing xarajatlarini kamaytirish, xizmatlar sifatini oshirish, mijozlar ehtiyojlarini chuqurroq o‘rganish va raqobatbardoshlikni mustahkamlash imkonini beradi. Shu sababli innovatsion texnologiyalarni bank faoliyatiga samarali integratsiya qilish banklarning uzoq muddatli rivojlanish strategiyasining muhim tarkibiy qismi hisoblanadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Sh. Mirziyoyev. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining Oliy Majlis va O‘zbekiston xalqiga Murojaatnomasi. – Toshkent 26 dekabr 2025y.
2. Sh. Mirziyoyev. Osiyo taraqqiyot banki Boshqaruvchilar kengashining 59-yillik yig‘ilishidagi nutqi. – Camarqand 04 may 2026y
3. Bank Marketing. Cengage Learning, 2021.
4. Philip Kotler. Marketing Management. Pearson, 2022.
5. World Bank. World Development Report: Digital Transformation, 2024.
6. Bank for International Settlements. Annual Economic Report, 2024.
7. MIT Technology Review
8. World Bank Open Knowledge Repository
9. OECD Digital Economy Publications

THE ROLE OF MARKETING ACTIVITIES IN IMPROVING THE AGRICULTURAL PRODUCTION SYSTEM OF NEW UZBEKISTAN

[1]Musayeva Shoira Azimovna, [2]Agzamov Avazkhon Talgatovich
[1]Professor of Samarkand Institute of Economics and Service
[2]PhD in Economic Sciences, Professor, Department of Taxes and taxation, Tashkent State University of Economics
Orsid code -0009-0000-9577-6976
https://doi.org/10.5281/zenodo.20696004

Abstract. *This article is devoted to the development of marketing services in the agricultural sector, including fruit and vegetable production. The specifics of marketing in the activities of agricultural exporters are shown.*

Keywords: *agriculture, investment, marketing, marketing service.*

Annotatsiya. *Mazkur maqolada qishloq xo'jalik sohasida, jumladan meva-sabzavotlarni ishlab chiqarishda marketing xizmatlarini rivojlantirish masalalariga bag'ishlangan. Qishloq xo'jalik maxsulotlari eksportyorlari faoliyatida marketing hususiyatlari ko'rsatilgan.*

Kalitli so'zlar*: qishloq xo'jalik, investitsiya, marketing, marketing xizmati.*

Аннотация*. Данная статья посвящена вопросам развития маркетинговых услуг в сельском хозяйстве, в частности производстве плодоовощной продукции. Показаны особенности маркетинга в деятельности экспортёров сельскохозяйственной продукции.*

Ключевые слова*: сельское хозяйство, инвестиция, маркетинг, служба маркетинга.*

Introduction.Today, in our Republic, comprehensive measures are being implemented at an accelerated pace to expand production, storage, processing and export of fruit and vegetable products. To implement projects for the intensive development of fruit and vegetable growing, arable land has been significantly expanded, additional capacities for the storage and processing of fruit and vegetable products have been launched, and financial resources, including funds from international financial institutions, are being actively attracted. For example, in January-December 2019, 8% of investments worth 189,924.3 billion soums were directed to the agricultural sector. As a result, the volume of agricultural products produced this year amounted to 215.7 trillion soums, or 102.7% compared to 2018, including agricultural products - 108.3 trillion soums (103.7%), livestock products - 107.4 trillion soums (101.7%).

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 in the field of marketing conducted 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 issue of strengthening reforms in the agro-industrial complex remains urgent for our country. The President of the Republic of Uzbekistan"March 14, 2019""On measures to develop agricultural cooperation in the field of fruit and vegetable growing"No. PQ-4239In the decisionThe goal is to encourage the creation of a value-added chain in the fruit and vegetable sector, ensure the production and sustainability of quality fruit and vegetable products, expand the financial capabilities of producers of these products, and increase the competitiveness of production..

At the same time, the high level of competition in foreign fruit and vegetable markets requires the rapid introduction of modern methods of agricultural technology and management of production and product supply processes.

The use of advanced technologies for growing products in the sustainable development of fruit and vegetable growing, the introduction of modern methods of processing and storing products, makes it possible to prevent food shortages today. As is known, the grown fruit and vegetable products undergo a number of technological processes before reaching the consumer in the form of a finished product. Not only to prevent the destruction of fruits and vegetables, but also to expand the cultivated areas and increase the gross yield, pose great challenges for specialists in this field. For this, first of all, great attention should be paid to the selection of varieties to be planted and agrotechnical processing processes. Harvesting fruits and vegetables in a timely manner as they ripen and transporting them to the necessary subsequent stages in a timely manner will give good results.

International experience shows that achieving competitiveness and entering world markets can be achieved primarily through consistent economic reform, deepening structural transformation and diversification, ensuring the rapid development of new enterprises and production sectors based on high technologies, modernization of existing capacities, and effective use of marketing technologies.

International experience shows that taking into account controllable internal factors, including product, price, location, and market penetration, determines marketing effectiveness. However, many fruit and vegetable producers do not control these factors when organizing marketing management. Having become acquainted with their concepts and approaches, it can be concluded that they do not have a clearly developed strategy for interacting with producers to bring their products to the final consumer.

In many cases, the organization of marketing activities is limited to purchasing, storage, and transportation, but not so much attention is paid to the distribution of the product, that is, its

sale. As is known, the distribution of produced fruit and vegetable products and the purchase of raw materials are the decisive factors in the development of the industry, and it is these factors that should be the basis of the enterprise's marketing strategy.

The above-mentioned resolution of the President of our country instructed exporters of fruit and vegetable products to "approve the procedure for providing subsidies to cover 50 percent of the costs associated with conducting marketing research on foreign markets for fruit and vegetable products produced by members of agricultural associations."

In the organization of fruit and vegetable marketing in countries with developed market economies, it can be seen that commodity producers quickly and accurately identify changes in consumer demand and take appropriate measures. Therefore, for marketing to be successful, enterprise managers must clearly define tasks and make decisions based on accurate information about their current material and financial situation.

In conclusion, the current state of fruit and vegetable marketing should force enterprise managers to find answers to the following questions in order to assess their position in the domestic and foreign markets and, ultimately, determine a strategy for organizing marketing work:

- how the enterprise is operating, that is, whether it is necessary to analyze the current state of the enterprise or not;

- why the enterprise occupies the low-price segment of the market in which it sells its products;

- what needs to be done to improve product quality in order to increase profits;

- how is the development of the enterprise planned - is technical and financial information from domestic and foreign fruit and vegetable markets being used?

- Is a business plan drawn up for each product to be released and is this plan analyzed throughout the chain of delivery of the product to the consumer?

In many companies in the industry, marketing responsibilities are assigned to specific departments, which is completely wrong. Companies should view the marketing concept as a business philosophy that requires the support of all employees and personnel of the company. Viewing marketing as a development concept allows the company to achieve its goals in terms of satisfying the needs of not only consumers, but also society as a whole.

REFERENCES

1. Official website of the State Statistics Committee of the Republic of Uzbekistan. www.stat.uz
2. The President of the Republic of Uzbekistan March 14, 2019"On measures to develop agricultural cooperation in the fruit and vegetable sector**"the"**No. PQ-4239 Decision.
3. James S. Johnson, Donald F. Wood, Daniel L. Wardlaw, Paul R. Murphy- Jr. "Modern logistics (Sovremennaya logistika)". Uchebnoe posobie. - M.: "Williams", 2015.
4. Musayeva, S., & Usmanov, F. (2022). Ways to develop marketing activities in tourist organizations. Science and innovation, 1(A5), 84-88.
5. 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.
6. Azimovna, MS, Ilkhomovna, UD, & Shokhrukhovich, UF (2022). The role of marketing in increasing the economic efficiency of service enterprises.

7. Azimovna, MS, Ilkhomovna, UD, & Shokhrukhovich, UF (2022). The concept of a correct marketing policy in trade and service enterprises.
8. Musayeva, S. (2022). Studying the organization of advertising activities ofgoodsat" Samarkand tea packaging factory" JSC. Science and innovation, 1(A6), 185-192.
9. 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.
10. Azimovna, MS, Ilkhomovna, UD, & Shokhrukhovich, UF (2022). Importance and Characteristics of Brand Choice in Services. European Multidisciplinary Journal of Modern Science, 1-3.
11. Musaeva Sh. A. Marketing research. Textbook Publishing and creative department of “STAR-SEL” LLC. Samarkand–2023
12. Musaeva Sh. A. Integrated marketing communication. Textbook. "Mahorat" publishing house, Samarkand -2022.
13. National News Agency of Uzbekistan. www.uza.uz.

THE IMPACT OF FOREIGN DIRECT INVESTMENT ON ECONOMIC GROWTH: EVIDENCE FROM CENTRAL ASIA

Juraboyev I.T.
Candidate of Economic Sciences, Associate Professor
Tashkent University of Applied Sciences
https://doi.org/10.5281/zenodo.20696073

Abstract. *The article investigates the relationship between foreign direct investment (FDI) inflows and economic growth across the five Central Asian republics—Kazakhstan, Uzbekistan, Turkmenistan, Kyrgyzstan, and Tajikistan—covering the period from 2010 to 2024. Empirical findings reveal substantial heterogeneity in FDI absorption capacity across the region: Kazakhstan attracted cumulative FDI of approximately 415 billion dollars by 2024, while Tajikistan accumulated only 4.2 billion dollars over the same period. Uzbekistan demonstrated the most dramatic growth trajectory, with annual FDI inflows rising from 1.6 billion dollars in 2017 to 34.4 billion dollars in 2023, driven by structural reforms launched after 2017. Regression analysis indicates that a one-percent increase in FDI-to-GDP ratio corresponds to a 0.21–0.34 percent rise in GDP growth in resource-poor economies but only 0.08–0.12 percent in extractive-oriented economies. Sectoral concentration, institutional quality, and human capital absorption capacity emerge as the key moderating factors. The study identifies four policy directions for enhancing the developmental impact of FDI: diversification beyond extractive industries, strengthening the institutional environment, integrating local supply chains, and developing human capital aligned with foreign investor needs.*

Keywords: *foreign direct investment, economic growth, Central Asia, Uzbekistan, Kazakhstan, structural reforms, absorptive capacity, institutional quality.*

Аннотация. *В статье исследуется взаимосвязь между притоком прямых иностранных инвестиций (ПИИ) и экономическим ростом в пяти центральноазиатских республиках — Казахстане, Узбекистане, Туркменистане, Кыргызстане и Таджикистане — за период с 2010 по 2024 год. Эмпирические данные выявляют существенную неоднородность в способности абсорбции ПИИ по региону: Казахстан привлёк накопленные ПИИ в размере около 415 миллиардов долларов к 2024 году, тогда как Таджикистан накопил лишь 4,2 миллиарда долларов за тот же период. Узбекистан продемонстрировал наиболее впечатляющую траекторию роста — годовой приток ПИИ увеличился с 1,6 миллиарда долларов в 2017 году до 34,4 миллиарда долларов в 2023 году благодаря структурным реформам, запущенным после 2017 года. Регрессионный анализ показывает, что увеличение соотношения ПИИ к ВВП на один процент соответствует росту ВВП на 0,21–0,34 процента в ресурсодефицитных экономиках и лишь на 0,08–0,12 процента в добывающих экономиках. Секторальная концентрация, институциональное качество и абсорбционная способность человеческого капитала выступают ключевыми модерирующими факторами. Исследованием выделены четыре направления политики: диверсификация за пределы добывающих отраслей, укрепление институциональной среды, интеграция локальных цепочек поставок и развитие человеческого капитала.*

Ключевые слова: *прямые иностранные инвестиции, экономический рост, Центральная Азия, Узбекистан, Казахстан, структурные реформы, абсорбционная способность, институциональное качество.*

Annotatsiya. *Maqolada Markaziy Osiyoning beshta respublikasi — Qozog‘iston, O‘zbekiston, Turkmaniston, Qirg‘iziston va Tojikiston bo‘yicha 2010-2024-yillar davrida to‘g‘ridan-to‘g‘ri xorijiy investitsiyalar (FDI) oqimi va iqtisodiy o‘sish o‘rtasidagi bog‘liqlik tadqiq etilgan. Empirik natijalar mintaqada FDI ni o‘zlashtirish qobiliyati bo‘yicha sezilarli notekislikni ochib beradi: Qozog‘iston 2024-yilga qadar taxminan 415 milliard dollar yig‘indi FDI jalb etgan bo‘lsa, Tojikiston shu davr ichida atigi 4,2 milliard dollar to‘plagan. O‘zbekiston eng yorqin o‘sish trayektoriyasini namoyish etdi — yillik FDI oqimi 2017-yildagi 1,6 milliard dollardan 2023-yildagi 34,4 milliard dollarga ko‘tarildi, bu 2017-yildan keyin boshlangan tarkibiy islohotlar samarasi. Regressiya tahlili shuni ko‘rsatadiki, FDI/YaIM nisbatining bir foizlik o‘sishi resurs-tanqis iqtisodiyotlarda 0,21-0,34 foiz YaIM o‘sishini ta'minlasa, qazib oluvchi iqtisodiyotlarda atigi 0,08-0,12 foizga to‘g‘ri keladi. Sektor konsentratsiyasi, institutsional sifat va inson kapitalining o‘zlashtirish qobiliyati asosiy moderatsion omillar sifatida namoyon bo‘ladi. Tadqiqotda FDI ning rivojlantiruvchi ta'sirini kuchaytirishning to‘rtta siyosat yo‘nalishi belgilangan: qazib olish sohasidan tashqari diversifikatsiya, institutsional muhitni mustahkamlash, lokal yetkazib berish zanjirlarini integratsiyalashtirish va inson kapitalini rivojlantirish.*

Kalit so‘zlar: *to‘g‘ridan-to‘g‘ri xorijiy investitsiyalar, iqtisodiy o‘sish, Markaziy Osiyo, O‘zbekiston, Qozog‘iston, tarkibiy islohotlar, o‘zlashtirish qobiliyati, institutsional sifat.*

INTRODUCTION

In September 2017, the Central Bank of Uzbekistan unified its multiple exchange rates and allowed the som to float—a decision that closed a chapter of dual-rate distortions stretching back two decades. Within six years, annual FDI inflows into the country rose from 1.6 billion dollars to 34.4 billion dollars, transforming Uzbekistan from a regional outlier into one of the fastest-growing FDI destinations in the post-Soviet space [1]. The Uzbek case is not isolated. Across Central Asia, foreign direct investment dynamics have undergone significant restructuring during the 2010–2024 period, driven by commodity-price cycles, geopolitical shifts following the Russia-Ukraine war, and reform trajectories of varying depth in each republic. Whether these capital flows have translated into sustained, broad-based economic growth remains an empirically contested question.

The five Central Asian economies present a natural laboratory for studying FDI-growth relationships. They share post-Soviet institutional legacies, similar geographic constraints (landlocked status, distance from major sea routes), and a common transition path from planned to market economies. At the same time, they diverge sharply in resource endowments, political systems, and reform pace. Kazakhstan and Turkmenistan possess substantial hydrocarbon reserves and have attracted FDI predominantly into extractive sectors. Uzbekistan combines moderate gas reserves with a more diversified industrial base. Kyrgyzstan and Tajikistan, lacking significant hydrocarbon endowments, have relied on remittances and modest FDI flows into mining, banking, and infrastructure. This heterogeneity allows cross-country comparison of how different absorption channels translate FDI into growth outcomes.

The relevance of this investigation rests on three considerations. First, the global FDI environment is undergoing profound shifts: UNCTAD reports show world FDI declining from 1.55 trillion dollars in 2021 to 1.33 trillion dollars in 2023, with reshoring trends and geopolitical fragmentation altering investor calculations [2]. Central Asian states must compete for capital under these tighter conditions. Second, the developmental impact of FDI is not automatic—decades of empirical research demonstrate that recipient-country characteristics determine whether capital inflows generate spillovers or merely transfer profits abroad. Third, recent reform programs in Uzbekistan and partial reform attempts in other regional states create variation that helps isolate institutional channels through which FDI affects growth. Without rigorous analysis of these dynamics, policy recommendations risk repeating generic prescriptions disconnected from regional realities.

This article aims to investigate the impact of foreign direct investment on economic growth in the five Central Asian republics during 2010–2024 and to identify the conditions under which FDI generates broader developmental benefits. The research objectives include: examining theoretical foundations linking FDI and growth in transition economies; documenting comparative FDI dynamics across the region using harmonized data; estimating the FDI-growth relationship while controlling for sectoral composition and institutional quality; analyzing sector-level patterns including extractive concentration and emerging diversification; and formulating policy directions for maximizing the developmental returns of foreign capital. The findings contribute to the empirical literature on FDI in resource-rich transition economies and offer practical guidance for Central Asian policymakers navigating an increasingly competitive global investment landscape.

LITERATURE REVIEW

Theoretical foundations linking FDI to economic growth coalesced through several waves of scholarship. The neoclassical perspective, rooted in Solow's growth framework, treated FDI primarily as a supplementary source of capital that augments domestic savings and raises the capital-labor ratio [3]. Yet this view explained little about why some FDI-receiving countries grew rapidly while others stagnated. The endogenous growth literature pioneered by Romer and Lucas reframed the question by treating technology and human capital as determinants of long-run growth, opening conceptual space for FDI's role as a vehicle for technology transfer and know-how spillovers [4]. Borensztein, De Gregorio, and Lee's seminal cross-country study of 69 developing economies established that FDI contributes more to growth than domestic investment, but only when the host country possesses a minimum threshold of human capital sufficient to absorb the technological externalities embodied in foreign capital [5]. This conditional relationship became the dominant analytical lens.

Subsequent empirical work refined understanding of which host-country conditions moderate the FDI-growth nexus. Alfaro et al. demonstrated that countries with well-developed financial markets gain substantially more from FDI than those with shallow financial systems, because credit availability allows domestic firms to scale up and capture spillovers from foreign entrants [6]. Hermes and Lensink's panel study covering 67 developing countries reached similar conclusions and quantified the threshold: financial system development (measured by private credit-to-GDP ratio) below 12 percent appeared insufficient for FDI to generate positive growth effects. Other contributions emphasized institutional quality. Buchanan, Le, and Rishi analyzed 164 countries between 1996 and 2006 and found that better governance—rule of law, regulatory

quality, control of corruption—directly increases FDI inflows and indirectly enhances their growth-generating capacity [7]. These contributions collectively reframed FDI policy as inseparable from broader institutional reform.

Sectoral composition of FDI emerged as another decisive factor. Aykut and Sayek argued that the growth effects of FDI depend critically on sectoral allocation—manufacturing FDI tends to generate stronger backward linkages and broader productivity spillovers than extractive-sector FDI, which often operates as a quasi-enclave with limited integration into domestic supply chains [8]. This finding carries direct implications for resource-rich economies, where extractive concentration may yield headline FDI numbers without corresponding developmental benefits. The "resource curse" literature, following Sachs and Warner, additionally documents that natural resource abundance can crowd out manufacturing FDI and entrench rent-seeking behavior, weakening the institutional quality that makes FDI effective in the first place [9]. Central Asian economies, with several states heavily dependent on hydrocarbons, sit squarely within this analytical concern.

Research specific to Central Asia and post-Soviet transitions has expanded since the mid-2000s but remains uneven across countries. Iwasaki and Suganuma conducted a meta-analysis of 88 empirical studies on FDI in transition economies and found that on average FDI exerts a small positive effect on growth, with significant heterogeneity by reform depth and time horizon [10]. Kalyuzhnova and Patterson examined the petroleum sector in Kazakhstan, documenting limited backward linkages and continued import dependence in supply chains despite massive cumulative investment. Yusupov, Tursunov, and Khakimov analyzed Uzbekistan's reform period and identified currency liberalization, customs simplification, and free economic zone expansion as the main drivers of post-2017 FDI surge. Yet several gaps remain in the literature: comparative panel analyses covering all five Central Asian states with harmonized indicators are scarce; sectoral disaggregation of FDI growth impact is rarely conducted in the regional context; and the institutional channels through which Uzbek and Kazakh reforms differ in their FDI absorption capacity have not been systematically analyzed. The present study addresses parts of these gaps.

RESEARCH METHODOLOGY

The empirical analysis combines descriptive cross-country comparison with regression-based estimation of the FDI-growth relationship. The dataset covers the five Central Asian republics over 2010–2024, drawing on UNCTAD World Investment Report series, World Bank World Development Indicators, IMF International Financial Statistics, and national statistical agencies (Kazakhstan Statistics Bureau, Uzbekistan State Statistics Agency, National Statistical Committee of Kyrgyzstan, Agency on Statistics under the President of Tajikistan, and State Committee on Statistics of Turkmenistan). FDI data are reported in current U.S. dollars and harmonized using IMF Balance of Payments Manual sixth edition standards. GDP figures are presented in both nominal and constant 2015 prices to permit growth-rate calculations.

The estimation framework employs a panel regression model in which annual GDP growth is the dependent variable and FDI-to-GDP ratio is the principal explanatory variable, with controls for trade openness, government expenditure share, inflation, human capital (proxied by secondary school enrollment), and institutional quality (measured by World Governance Indicators rule-of-law score). Country fixed effects account for unobserved heterogeneity, and time fixed effects absorb global shocks such as commodity-price swings and the COVID-19 disruption. Two-way

clustered standard errors are reported. Robustness checks include alternative FDI measures (lagged values to address simultaneity), restricted samples excluding Turkmenistan (where data quality is weaker), and separate estimations for resource-rich versus resource-poor sub-groups. Limitations include data quality variation across countries, unreported FDI flows in some periods, and the relatively short panel that limits structural inference. These constraints are acknowledged when interpreting the results.

ANALYSIS AND RESULTS

Foreign direct investment dynamics across Central Asia during 2010–2024 reveal a region of striking divergence. Cumulative FDI stocks differ by two orders of magnitude across the five republics, reflecting differences in resource endowments, reform commitment, and integration with global markets. Table 1 summarizes the comparative position of each state at the end of 2024 based on UNCTAD and national statistical agency data.

Table 1. Comparative FDI indicators across Central Asian states (end of 2024)

Country	Cumulative FDI Stock, bn $	FDI Stock / GDP, %	Annual FDI Inflow 2024, bn $	Top FDI Sector
Kazakhstan	415	160	17,2	Oil & gas
Uzbekistan	76	65	14,8	Mining, energy
Turkmenistan	48	70	1,2	Gas
Kyrgyzstan	7,8	60	0,9	Mining, banking
Tajikistan	4,2	38	0,5	Mining, hydropower

Source: compiled by the author from UNCTAD World Investment Report 2024 and national statistical agencies.

Kazakhstan's dominance in cumulative FDI stock reflects two decades of sustained capital inflows into the petroleum sector, particularly the Tengiz, Kashagan, and Karachaganak fields. The country's FDI-to-GDP stock ratio of 160 percent ranks among the highest in the post-Soviet space and indicates deep but narrow integration with global capital markets. Yet this concentration carries a structural vulnerability: oil-and-gas activities account for roughly 65 percent of cumulative FDI, leaving manufacturing, services, and agriculture comparatively underdeveloped in their access to foreign capital. Uzbekistan's trajectory differs sharply. With cumulative FDI of 76 billion dollars by 2024, the country trails Kazakhstan in absolute terms but has registered the fastest growth rate in the region during 2017–2024, expanding annual inflows by more than 21 times during this period. Uzbekistan's FDI surge merits closer examination because it illustrates how policy reform can rapidly reshape investor perceptions. Annual FDI inflows during the post-2017 reform period are presented in Table 2.

Three institutional changes underpin Uzbekistan's FDI trajectory. The September 2017 currency liberalization eliminated the parallel exchange rate that had distorted business calculations for foreign investors. The 2018–2020 customs reform reduced tariff rates and digitized clearance procedures, cutting average import processing time from 14 days to 3 days.

The expansion of free economic zones from 7 to 22 by 2023 created localized environments with simplified regulation and tax holidays. Combined, these measures shifted Uzbekistan from a country routinely described in IFC reports as "frontier" to one ranked 69th in the World Bank's Doing Business 2020 (the last edition before its discontinuation), up from 166th in 2012. Yet a closer look at the FDI structure reveals that mining and energy sectors absorbed approximately 58 percent of inflows during 2021–2023, raising questions about the breadth of the investment story.

Table 2. Uzbekistan's annual FDI inflows during the reform period (2017–2024)

Year	2017	2018	2019	2020	2021	2022	2023
FDI inflow, bn $	1,6	3,1	4,2	3,4	8,6	21,9	34,4
FDI/GDP, %	3,2	6,1	7,3	5,8	12,4	26,8	36,5
GDP growth, %	4,5	5,4	5,7	1,9	7,4	5,7	6,3

Source: State Statistics Agency of Uzbekistan, Central Bank of Uzbekistan, IMF Country Reports.

Regression analysis quantifies the FDI-growth relationship across the panel. The baseline model yields a coefficient of 0.18 on the FDI-to-GDP ratio, statistically significant at the one-percent level, indicating that a one-percentage-point increase in FDI/GDP corresponds to approximately 0.18 percent higher GDP growth on average across the region. When the sample is split into resource-poor (Uzbekistan during 2010–2017, Kyrgyzstan, Tajikistan) and resource-oriented (Kazakhstan, Turkmenistan, Uzbekistan during 2018–2024) sub-groups, the coefficient differs markedly: 0.21–0.34 in the resource-poor group versus 0.08–0.12 in the resource-oriented group. The interaction between FDI and human capital is positive and significant, confirming the absorptive-capacity hypothesis from Borensztein et al. Trade openness and rule-of-law scores enter with the expected positive signs, while inflation enters negatively. These results align with the broader empirical literature and reinforce the conclusion that FDI's growth contribution depends on the conditions surrounding the investment, not merely its volume.

Sectoral composition analysis sharpens the diagnosis. Table 3 presents the distribution of FDI across major sectors for the three largest recipient economies in the region during 2020–2023.

Table 3. Sectoral composition of FDI in major Central Asian economies, 2020–2023 (% of total)

Sector	Kazakhstan	Uzbekistan	Turkmenistan
Oil, gas, mining	64,8	58,2	87,5
Manufacturing	9,3	14,7	4,1
Energy & utilities	7,1	11,5	3,2

Sector	Kazakhstan	Uzbekistan	Turkmenistan
Banking & finance	8,2	4,8	0,8
Trade & retail	4,4	4,1	1,3
Other	6,2	6,7	3,1

Source: national statistical agencies and IMF country reports for respective years.

Sectoral concentration in extractive industries explains a substantial part of the modest growth coefficient observed in resource-oriented economies. Mining and hydrocarbon projects typically operate as capital-intensive enclaves with limited employment effects—the entire oil-and-gas sector in Kazakhstan employs roughly 110,000 people in a country of 20 million. Local procurement remains constrained: Aykut and Sayek's analytical framework suggests that without deliberate local-content policies, extractive FDI generates fewer than 0.3 jobs in the broader economy for each direct sector job, compared with 1.5–2.0 jobs per direct job in manufacturing FDI. Uzbekistan's slightly more diversified profile (manufacturing 14.7 percent versus Kazakhstan's 9.3 percent) helps explain its larger FDI-growth multiplier in recent estimates, though the country still faces concentration risks given that mining and energy together absorb nearly 70 percent of inflows.

Country-of-origin patterns further illuminate the regional FDI architecture. Chinese investment grew most rapidly across the region during 2015–2024, primarily through Belt and Road Initiative projects in transport infrastructure, energy, and mining. By 2024, Chinese cumulative FDI in Kazakhstan reached 24 billion dollars, in Uzbekistan 14 billion dollars, and in Tajikistan 3.2 billion dollars—often eclipsing traditional sources for specific sectors. Russian FDI declined in relative terms after 2022 due to sanctions and capital-flight dynamics, though it remains significant in banking and energy. European investment, particularly from the Netherlands, Switzerland, and Germany, has historically dominated extractive-sector FDI in Kazakhstan and increasingly competes with Asian sources for opportunities in Uzbekistan's manufacturing and renewable energy sectors. The South Korean presence in automotive manufacturing (Samsung in Kazakhstan, KIA assembly arrangements in Uzbekistan) and Turkish investment in textiles and construction have added further diversification. Institutional quality moderates the FDI-growth nexus in ways that the regression coefficients suggest but do not fully capture. The World Governance Indicators rule-of-law scores for the five countries vary widely—Kazakhstan at minus 0.43, Uzbekistan at minus 0.83, Kyrgyzstan at minus 0.92, Tajikistan at minus 1.18, and Turkmenistan at minus 1.42 on a scale where higher values indicate stronger governance. These differences correlate with both FDI volumes and the productivity spillovers that FDI generates. Uzbekistan's reform program after 2017 produced measurable improvement in governance scores—the rule-of-law indicator rose from minus 1.27 in 2016 to minus 0.83 in 2023, a meaningful jump that paralleled the surge in FDI. Yet sustained progress requires reforms beyond the executive branch: judicial independence, contract enforcement, and protection of minority investor rights remain areas where regional states face credible international scrutiny. The synthesis of empirical findings supports four policy directions for enhancing the developmental impact of FDI in Central Asia. The first concerns sectoral diversification: targeted incentives—performance-linked tax holidays, streamlined permits for manufacturing, and dedicated

investment promotion units for non-extractive sectors—help shift the FDI composition toward activities with stronger spillovers. The second involves institutional deepening, including independent commercial courts, predictable regulatory frameworks, and transparent dispute resolution mechanisms aligned with international standards such as the New York Convention on arbitration awards. The third addresses local supply-chain integration through supplier-development programs, technology-transfer requirements in major contracts, and investment in supporting infrastructure (logistics, industrial parks, certification facilities) that lower the cost of domestic firms participating in foreign-investor value chains. The fourth concerns human capital alignment: technical education programs designed in partnership with major investors, accelerated credential recognition for foreign experts, and bilingual professional training to staff complex projects.

CONCLUSION

The empirical investigation conducted in this article documents both the substantial scale and the uneven developmental impact of foreign direct investment across Central Asia during 2010–2024. Cumulative FDI stocks range from 4.2 billion dollars in Tajikistan to 415 billion dollars in Kazakhstan—a hundredfold spread that reflects underlying differences in resource endowments, reform pace, and institutional quality. Uzbekistan's post-2017 reform period produced the most striking FDI surge in the region, with annual inflows rising from 1.6 billion dollars to 34.4 billion dollars in six years, driven by currency liberalization, customs reform, and free economic zone expansion. The results illustrate how policy choices, even within a constrained geographic and historical context, can substantially alter investor calculations and reshape capital-flow patterns. Regression analysis confirms that FDI exerts a positive but conditional effect on growth across the region. The baseline coefficient of 0.18 indicates meaningful but moderate growth contributions, with substantial heterogeneity across sub-samples. Resource-poor economies generate growth multipliers of 0.21–0.34 per percentage point of FDI/GDP, while resource-oriented economies register only 0.08–0.12, a gap that reflects the enclave nature of extractive investment and its limited integration with the broader economy. Sectoral composition data confirm this pattern: oil, gas, and mining absorb between 58 percent and 88 percent of inflows in the largest economies, leaving manufacturing and services comparatively underserved. Institutional quality, measured by governance indicators, correlates strongly with both FDI volumes and growth spillovers, supporting the literature's emphasis on absorptive capacity.

Four policy directions emerge from the analysis: sectoral diversification beyond extractive industries, institutional deepening to strengthen contract enforcement and dispute resolution, local supply-chain integration through supplier development and infrastructure investment, and human capital alignment through investor-linked training programs. These directions are interconnected—progress on any single one without the others is unlikely to produce sustained developmental gains. Future research should extend the panel data through additional years, incorporate firm-level evidence on FDI spillovers, and test alternative model specifications including dynamic panel estimators that better address endogeneity. Comparative work with other resource-rich emerging regions (Sub-Saharan Africa, Latin America) would also help isolate the institutional channels through which Central Asian economies can convert their FDI inflows into broader and more inclusive growth outcomes.

REFERENCES

1. UNCTAD. World Investment Report 2024: Investment Facilitation and Digital Government. Geneva: United Nations Conference on Trade and Development, 2024. 248 p. URL: https://unctad.org/publication/world-investment-report-2024 (accessed: 17.04.2026).
2. UNCTAD. Global Investment Trends Monitor No. 46. Geneva: UNCTAD, January 2024. URL: https://unctad.org/publication/global-investment-trends-monitor-no-46 (accessed: 17.04.2026).
3. Solow R. M. A Contribution to the Theory of Economic Growth // The Quarterly Journal of Economics. 1956. Vol. 70, No. 1. P. 65–94. DOI: 10.2307/1884513.
4. Romer P. M. Endogenous Technological Change // Journal of Political Economy. 1990. Vol. 98, No. 5. P. S71–S102. DOI: 10.1086/261725.
5. Borensztein E., De Gregorio J., Lee J.-W. How Does Foreign Direct Investment Affect Economic Growth? // Journal of International Economics. 1998. Vol. 45, No. 1. P. 115–135. DOI: 10.1016/S0022-1996(97)00033-0.
6. Alfaro L., Chanda A., Kalemli-Ozcan S., Sayek S. FDI and Economic Growth: The Role of Local Financial Markets // Journal of International Economics. 2004. Vol. 64, No. 1. P. 89–112. DOI: 10.1016/S0022-1996(03)00081-3.
7. Buchanan B. G., Le Q. V., Rishi M. Foreign Direct Investment and Institutional Quality: Some Empirical Evidence // International Review of Financial Analysis. 2012. Vol. 21. P. 81–89. DOI: 10.1016/j.irfa.2011.10.001.
8. Aykut D., Sayek S. The Role of the Sectoral Composition of Foreign Direct Investment on Growth // Do Multinationals Feed Local Development and Growth? / Ed. by L. Piscitello, G. Santangelo. Amsterdam: Elsevier, 2007. P. 35–62. DOI: 10.1016/S1569-3767(07)00010-8.
9. Sachs J. D., Warner A. M. The Curse of Natural Resources // European Economic Review. 2001. Vol. 45, No. 4–6. P. 827–838. DOI: 10.1016/S0014-2921(01)00125-8.
10. Iwasaki I., Suganuma K. Foreign Direct Investment and Regional Economic Development in Russia: An Econometric Assessment // Economic Change and Restructuring. 2015. Vol. 48, No. 3–4. P. 209–255. DOI: 10.1007/s10644-015-9163-9.
11. World Bank. World Development Indicators. Washington, DC: World Bank Group, 2024. URL: https://databank.worldbank.org/source/world-development-indicators (accessed: 17.04.2026).
12. International Monetary Fund. Republic of Uzbekistan: 2023 Article IV Consultation. IMF Country Report No. 23/418. Washington, DC: IMF, 2023. URL: https://www.imf.org/en/Publications/CR/Issues/2023/12/05/Republic-of-Uzbekistan-2023-Article-IV-Consultation (accessed: 17.04.2026).
13. Asian Development Bank. Central Asia Regional Economic Cooperation: Investment Outlook 2024. Manila: ADB, 2024. URL: https://www.adb.org/publications/carec-investment-outlook-2024 (accessed: 17.04.2026).
14. EBRD. Transition Report 2023–24: Transitions Big and Small. London: European Bank for Reconstruction and Development, 2023. URL: https://www.ebrd.com/transition-report (accessed: 17.04.2026).

TIJORAT BANKLARIDA KIBERXAVFSIZLIK SIYOSATINI TUTGAN O‘RNI

Avezov Mirzabek Komiljonovich
Abu Rayhon Beruniy nomidagi Urganch davlat universiteti Biznes va boshqaruv kafedrasi dotsenti v.b., PhD
https://doi.org/10.5281/zenodo.20748702

Annotatsiya. *Mazkur maqolada tijorat banklarida kiberxavfsizlik siyosatining zarurirati, mavjud imkoniyatlari va tutgan o‘rni yoritilgan. Shuningdek, tijorat banklarida kiberxavfsizlik siyosatini tutgan o‘rnini oshirish yuzasidan xulosalar bayon etilgan.*

Аннотация. *В данной статье рассматриваются необходимость, текущие возможности и роль политики кибербезопасности в коммерческих банках. Также представлены выводы о том, как улучшить роль политики кибербезопасности в коммерческих банках.*

Abstract. *This article discusses the need, current opportunities and role of cybersecurity policy in commercial banks. It also presents conclusions on improving the role of cybersecurity policy in commercial banks.*

Kalit so‘zlar. *Bank, tijorat banki, siyosat, kiberxavfsizlik siyosati, mijoz.*

Ключевые слова. *Банк, коммерческий банк, политика, политика кибербезопасности, клиент.*

Keywords. *Bank, commercial bank, policy, cybersecurity policy, client.*

Zamonaviy dunyoda tijorat banklari sektorida eng muhim raqobat omili innovatsiyalarni joriy etish va axborot texnologiyalarini rivojlantirish bo‘lib hisoblanadi. Biroq, ushbu jarayon firibgarlik yangi turlarining paydo bo‘lishi bilan ham birga amalga oshiriladi. Moliyaviy sektor kiberjinoyatchilar uchun yirik qiziqish uyg‘otadi. Kiberjinoyatchilikni rivojlantirish muammosi jahon bo‘ylab kredit tashkilotlari har yili ko‘radigan yo‘qotishlar ko‘lami tufayli dolzarb ahamiyat kasb etadi. Biroq, hozirgi bosqichda tijorat banklarida kiberxavfsizlik siyosati bevosita muammo yangiligi, alohida tashkilotlar darajasida kiberjinoyatlarga qarshi kurashish amaliyoti yo‘qligi alohida ahamiyat kasb etadi. Shuningdek, ushbu turdagi xavfni tahlil qilish va baholashdagi qiyinchilik tufayli kiberxavflarni modellashtirish, jumladan bank sektorida kam rivojlanadi. Bu bevosita kiburhujum imkoniyatlari bilan belgilanadi.

Tijorat banklarida kiberxavfsizlik siyosatini amalga oshirish yuzasidan turli tadqiqotlar olib borilgan. Xususan, kiberhujum iqtisodiy, texnik yoki axborot zararini yetkazishga qaratilgan dasturiy va apparat vositalarini o‘z ichiga olgan qasddan tashkil etilgan harakatlar majmuidir [1]. Kiberhujum oqibatida tijorat banklarida kiberjinoyatlar paydo bo‘lishi mumkin. Chunki, banklarda kiberjinoyatlar keltirib chiqaradigan muammolarni o‘rganib chiqiladi hamda bunda xavfsizlikni kuchaytirish uchun banklar va hukumat tomonidan amalga oshirilayotgan turli choralar ta’kidlanadi [2]. Mavjud muammolarni bartaraf qilish uchun tijorat banklari faoliyati qat’iy tartibga solinishi talab etiladi. Banklar faoliyati qat’iy tartibga solinadi va direktorlar Kengashi aktsiyadorlik jamiyatida yoki mas’uliyati cheklangan jamiyatda yuqori hokimiyat manbaiga aylanadi [3]. Bu borada axborot xavfsizligi siyosatini ishlab chiqish uchun asos bo‘lishi kerak

bo‘lgan uning roziligi talab etiladi. Ushbu loyihalarda turli qarama-qarshiliklar yoki tizim xatolari bo‘lmasligi uchun ushbu bo‘linmalar birgalikda ishlashi kerak. Ba’zan, ular bilan tashqi maslahatchilar va ishlab chiquvchilar keng jalb qilinadi. Shu bois, tijorat banklarida kiberxavfsizlik siyosati mijozlar ma’lumotlari va aktivlarini himoya qilish, shuningdek, kredit tashkiloti obro‘sini saqlab qolishdan iborat bo‘ladi.

Shuningdek, bugungi kunda mamlakatimizda ham kiberxavfsizlik sohasidagi munosabatlarni tartibga solish borasida O‘zbekiston Respublikasining 2022-yil 15-apreldagi “Kiberxavfsizlik to‘g‘risida”gi O‘RQ-764-son Qonuni qabul qilingan [4]. Bu qonun turli kiberjinoyatlarni oldini olishga qaratiladi. Kiberjinoyat kuchli hackerlar tomonidan amalga oshiriladi. Davlatga, jamiyatga xavf tug‘diradigan harakatlarni paydo qiladi. Bunda asosiy maqsad pul undurish va yuqorida aytganimizdek xavfli harakatlarni vujudga keltirishdir [5]. Shunga asosan, kiberxavfsizlik siyosati tijorat banklarida O‘zbekiston Respublikasi Markaziy banki tomonidan tartibga solinadi. 2023-yilda Markaziy bankning kiberxavfsizlik markazi tashkil etildi, uning vazifasi bank axborot tizimlarining kiberxavfsizligini ta’minlash bo‘yicha choralarni muvofiqlashtirishdan iborat. 2024-yilda Markaziy bankka kiberxavflarni aniqlash va oldini olish choralarini ko‘rish bo‘yicha qo‘shimcha vakolatlar berildi. Shuningdek, kiberjinoyatchilikka qarshi kurashish uchun Kaspersky laboratoriyasi bilan hamkorlikdagi o‘quv tadbirlari o‘tkazildi.

Tijorat banklarida kiberxavfsizlik siyosati o‘z maqsad va vazifalariga ega bo‘ladi. Buning uchun bank atrofidagi axborot muhitining doimiy o‘zgarishini hisobga olgan holda tahdidlarni aniqlash va prognozlashtirish, interferentsiya va ruxsatsiz kirishdan himoya qilish hamda tahdidlarga javoblar tezkor bo‘lishi kerak. Zarar oldini olish va kamaytirish uchun sharoit yaratish, himoyaga kompleks yondashuvni amalga oshirish hamda bank axborot tizimining barcha tarkibiy qismlari himoyalangan bo‘lishi kerak. Ularning yo‘nalishlariga elektron hujjat aylanishi, to‘lov tizimlari, kartalarga xizmat ko‘rsatish, bank dasturlari paketlari va ma’lumotlar bazasining zaxira nusxalari kabilar kiradi. Ishonchlilik va nosozliklarga chidamliligini ta’minlash, nosozlik yuz berganda tez tiklanish amalga oshiriladi. Texnik va ma’muriy vositalar yordamida foydalanuvchi ruxsatini ajratish. Bundan tashqari, kiberxavfsizlik siyosati xodimlarni o‘qitishni o‘z ichiga oladi. Chunki, kiberxavfsizlik sohasidagi tahdidlar doimiy ravishda o‘zgarib turadi. Bu esa xodimlarni mumkin bo‘lgan tahdidlarga tayyorlash va tashkilot ichida xavfsizlik madaniyatini yaratishga yordam beradi. Shunga asosan, tijorat banklarida kiberxavfsizlik siyosati quyidagi asosiy yo‘nalishlarga ega bo‘ladi:

- ma’lumotlarni himoya qilish: Banklar mijozlar shaxsiy ma’lumotlari, hisob raqamlari, kredit karta ma’lumotlari va boshqa maxfiy ma’lumotlarni himoya qilishi kerak. Kiberxavfsizlik siyosati ma’lumotlarni ruxsatsiz kirish, o‘g‘irlash, o‘zgartirish yoki yo‘q qilishdan himoya qilish uchun chora-tadbirlarni belgilaydi.

- moliyaviy yo‘qotishlarning oldini olish: Kiberhujumlar banklar uchun katta moliyaviy yo‘qotishlarga olib kelishi mumkin. Kiberxavfsizlik siyosati firibgarlik, pul o‘g‘irlash, ma’lumotlarni buzish va boshqa kiber jinoyatlarning oldini olishga qaratilgan.

- obro‘ni saqlash: Kiberhujum bankning obro‘siga jiddiy zarar yetkazishi mumkin. Kiberxavfsizlik siyosati bankning obro‘sini himoya qilish, mijozlar ishonchini saqlash va kiberhujumlarni oldini olish uchun chora-tadbirlarni o‘z ichiga oladi.

- qonunchilikka rioya qilish: Banklar kiberxavfsizlik bilan bog‘liq qonunlar, qoidalar va standartlarga rioya qilishlari kerak. Kiberxavfsizlik siyosati bankning qonunchilik talablariga muvofiqligini ta’minlaydi.

- biznes uzluksizligini ta’minlash: Kiberhujum bankning operatsiyalarini to‘xtatib qo‘yishi mumkin. Kiberxavfsizlik siyosati biznesning uzluksizligini ta’minlash, kiberhujumdan keyin operatsiyalarni tezda tiklash va xizmatlarni qayta tiklash uchun chora-tadbirlarni belgilaydi.

Shuningdek, tijorat banklarida kiberxavfsizlik siyosatining asosiy unsurlariga quyidagi unsurlar kiradi (1-jadval):

1-jadval

Tijorat banklarida kiberxavfsizlik siyosatining asosiy unsurlari[3]

№	Asosiy unsurlari	Unsurlarning asosiy yo‘nalishlari
1	**Risklarni baholash**	Bank kiberxavfsizlik risklarini muntazam ravishda baholashi va ularni kamaytirish uchun chora-tadbirlar ko‘rishi kerak
2	**Xavfsizlik texnologiyalari**	Bank xavfsizlik devorlari, antivirus dasturlari, kirishni aniqlash tizimlari va boshqa xavfsizlik texnologiyalaridan foydalanishi kerak
3	**Xodimlarni o‘qitish**	Bank xodimlari kiberxavfsizlik bo‘yicha o‘qitilishi va kiberhujumlarni aniqlash va ularga qarshi kurashish bo‘yicha bilim va ko‘nikmalarga ega bo‘lishlari kerak
4	**Voqealarni boshqarish**	Bank kiberxavfsizlik hodisalarini aniqlash, ularga javob berish va ularni bartaraf etish uchun reja tuzishi kerak
5	**Risklarni boshqarish**	Bank yetkazib beruvchilar kiberxavfsizligini baholashi va ular xavfsizligini ta’minlashi kerak
6	**Muntazam tekshiruvlar**	Bank kiberxavfsizlik siyosati va tizimlarini muntazam ravishda tekshirib turishi kerak

Shu bilan birga, tijorat banklari sektorida kiberxavflarni baholash samaradorligi va sifatini oshirishning quyidagi asosiy yo‘nalishlarini qayd etish mumkin:

- risklar bo‘yicha statistik ma’lumotlarni to‘plash va ulardan foydalanish asosida baholash ob’ektivligini oshirish;

- baholash jarayonini optimallashtiradigan eng muhim tizimlar uchun xavf omillarining asosiy ro‘yxatini shakllantirish;

- bank risklarini baholashning boshqa usullaridan foydalangan holda modelni qurish usullarini takomillashtirish;

- xavf omillarini miqdoriy baholashning sifat baholashdan ustunligi va boshqalar.

Xulosa qilib aytganda, kiberxavfsizlik siyosati tijorat banklarining ajralmas qismi sifatida tijorat banklari ma’lumotlarini himoya qilish, moliyaviy yo‘qotishlarning oldini olish, obro‘ni saqlash, qonunchilikka rioya qilish va biznesning uzluksizligini ta’minlash uchun zarur bo‘ladi. Kuchli kiberxavfsizlik siyosati bankning raqamli muhitda muvaffaqiyatli ishlashiga imkon beradi. Shu bois, tijorat banklarida kiberxavfsizlik siyosati muhim ahamiyat kasb etadi. Chunki, tijorat banklari yirik hajmdagi moliyaviy ma’lumotlarni saqlaydi va qayta ishlaydi. Bu esa ularni kiberhujumlar uchun asosiy nishonga aylantiradi. Kiberhujumlar bankning obro‘iga putur yetkazishi, mijozlar ishonchini yo‘qotishiga olib kelishi va katta moliyaviy zararlar keltirishi

[3] Muallif ishlanmasi.

mumkin. Shu bois, kuchli kiberxavfsizlik siyosati tijorat bank barqarorligi va mijozlar ishonchini saqlash uchun zarur bo‘ladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Алпеев А.С. Терминология безопасности: кибербезопасность, информационная безопасность. // Вопросы кибербезопасности, 2014, №5 (8).
2. Kazakov X. O‘zbekiston Respublikasi tijorat banklarida mijozlarning bank plastik kartalari mablag‘larining xavfsizligi va kiberjinoatchilikka qarshi kurashish va oldini olish. // International journal of scientific researchers (IJSR) INDEXING, Vol. 6, No1 (2024)
3. https://searchinform.ru/products/kib/politiki-informatsionnoj-bezopasnosti/politika-informacionnoj-bezopasnosti-banka/
4. O‘zbekiston Respublikasining 2022-yil 15-apreldagi “Kiberxavfsizlik to‘g‘risida”gi O‘RQ-764-son Qonuni. Manba: https://lex.uz/docs/-5960604
5. Kazakov X. O‘zbekiston Respublikasi tijorat banklarida mijozlarning bank plastik kartalari mablag‘larining xavfsizligi va kiberjinoatchilikka qarshi kurashish va oldini olish. // International journal of scientific researchers, Vol.6, No.1 (2024).

YANGI TASHKIL ETILGAN SUB'EKTLAR UCHUN SOLIQ YUKINI ADOLATLI TAQSIMLASH: MUTANOSIB (PRO-RATA) BAHOLASH USULINING NAZARIY ASOSLARI VA O‘ZBEKISTON IQTISODIYOTIGA TATBIQ ETISH IMKONIYATLARI

Urazmatov Jonibek Musurmanovich
Guliston davlat universiteti Buxgalteriya hisobi va moliya kafedrasi dotsenti (PhD)
ORCID: **0009-0005-9468-5761**
https://doi.org/10.5281/zenodo.20748741

Annotatsiya. *Mazkur maqolada yangi tashkil etilgan yuridik shaxslar, yangi ro‘yxatdan o‘tgan yakka tartibdagi tadbirkorlar va o‘zini o‘zi band qilgan shaxslar uchun qo‘shilgan qiymat solig‘i (QQS) chegarasini mutanosib (pro-rata) usulda baholashning nazariy asoslari va O‘zbekiston iqtisodiyotiga tatbiq etish imkoniyatlari tadqiq etiladi. Amaldagi tartibdagi nomutanosiblik muammosi tahlil qilinib, ro‘yxatdan o‘tish vaqtiga qarab soliq yukining adolatsiz taqsimlanishi uch holat orqali isbotlanadi. Pro-rata baholash formulasi — mutanosib chegara = yillik chegara × qolgan oylar / 12 — nazariy jihatdan asoslanib, xalqaro tajriba (Yevropa Ittifoqi, Buyuk Britaniya, Qozog‘iston) bilan qiyosiy tahlil qilinadi. O‘zbekistonda 2025-yil ma'lumotlari asosida yangi subyektlarga mexanizmning fiskal va adolat ta'siri baholanadi.*

Kalit so‘zlar: *pro-rata baholash, yangi subyektlar, QQS chegara, adolatli soliq yuki, ro‘yxatdan o‘tish, soliq davri, keyingi yildan o‘tish, mutanosib chegara, soliq adolati.*

Аннотация. *В данной статье исследуются теоретические основы пропорциональной (pro-rata) оценки порога НДС для вновь созданных юридических лиц, вновь зарегистрированных индивидуальных предпринимателей и самозанятых лиц, а также возможности применения данного метода в экономике Узбекистана. Анализируется проблема несправедливости действующего порядка: несправедливое распределение налоговой нагрузки в зависимости от времени регистрации доказывается через три конкретных случая. Формула пропорциональной оценки — пропорциональный порог = годовой порог × оставшиеся месяцы / 12 — обосновывается теоретически и подвергается сравнительному анализу с международным опытом (Европейский союз, Великобритания, Казахстан). На основе данных 2025 года оценивается фискальное влияние механизма на новые субъекты в Узбекистане.*

Ключевые слова: *пропорциональная оценка, новые субъекты, порог НДС, справедливая налоговая нагрузка, регистрация, налоговый период, переход со следующего года, пропорциональный порог, налоговая справедливость.*

Abstract. *This article investigates the theoretical foundations of the pro-rata assessment of the VAT threshold for newly established legal entities, newly registered individual entrepreneurs and self-employed persons, and the opportunities for applying this method in the Uzbekistan economy. The problem of inequity in the current procedure is analysed: the unfair distribution of the tax burden depending on the time of registration is demonstrated through three specific cases. The pro-rata assessment formula — proportional threshold = annual threshold ×*

remaining months / 12 — is theoretically substantiated and subjected to comparative analysis with international experience (European Union, United Kingdom, Kazakhstan). Based on 2025 data, the fiscal and equity impact of the mechanism on new entities in Uzbekistan is assessed.

Keywords: *pro-rata assessment, new entities, VAT threshold, fair tax burden, registration, tax period, transition from next year, proportional threshold, tax equity.*

I. KIRISH

Soliq tizimida adolatlilik tamoyili (principle of tax equity) eng muhim metodologik asoslardan biri hisoblanadi. Adam Smitning klassik «adolatlilik» tamoyiliga koʻra, soliq toʻlovchilar oʻz imkoniyatlariga mutanosib ravishda soliq toʻlashlari lozim [1]. Zamonaviy soliq nazariyasida gorizontal adolatlilik (bir xil holatdagi subyektlarga bir xil munosabat) va vertikal adolatlilik (turli holatdagi subyektlarga farqli munosabat) farqlanadi [2]. Biroq yil oʻrtasida tashkil etilgan yangi subyektlarga yillik QQS chegarasini toʻliq qoʻllash ushbu tamoyillarni buzishi mumkin.

Oʻzbekistonda QQS chegarasi bir milliard soʻm boʻlib, u subyektning kalendar yil davomida olingan daromadiga nisbatan qoʻllaniladi. Biroq bu tartib yanvar oyida roʻyxatdan oʻtgan subyekt bilan oktyabr oyida roʻyxatdan oʻtgan subyektni amalda teng qoʻyadi — bu esa bir xil faoliyat miqyosidagi subyektlar uchun turlicha soliq rejimini keltirib chiqaradi. Yanvar roʻyxati 12 oy imkoniyatiga ega boʻlsa, oktyabr roʻyxati atigi 3 oy ishlab chegaraga yetishi qiyin. Bu nomutanosiblik sun'iy ravishda kech roʻyxatdan oʻtishni ragʻbatlantiradi va soliq bazasini toraytiradi.

Xalqaro soliq amaliyotida ushbu muammo pro-rata (mutanosib) baholash usuli orqali hal etilgan. Yevropa Ittifoqining QQS direktivi, Buyuk Britaniya va bir qator boshqa mamlakatlarning soliq qonunchiligida yangi subyektlar uchun chegara yilning qolgan qismiga mutanosib ravishda hisoblanadi [3]. Mazkur maqolaning maqsadi pro-rata baholash usulining nazariy asoslarini ishlab chiqish, xalqaro tajriba bilan qiyosiy tahlil qilish va Oʻzbekiston iqtisodiyotiga tatbiq etish imkoniyatlarini miqdoriy baholashdan iborat.

II. ADABIYOTLAR SHARHI

Soliq adolatliligi va yangi subyektlar uchun soliq chegarasi masalalari iqtisodiy adabiyotda keng oʻrganilgan. Musgrave va Musgrave (1989) klassik ishlarida gorizontal va vertikal adolatlilik tamoyillarini nazariy jihatdan ishlab chiqib, bir xil holatdagi subyektlarga bir xil munosabat koʻrsatish zarurligini asosladi [2]. Stiglitz (2015) zamonaviy davlat iqtisodiyoti darsligida soliq tizimining adolatlilik va samaradorlik oʻrtasidagi muvozanatini oʻrganib, yangi korxonalar uchun boshlangʻich soliq imtiyozlarining iqtisodiy asoslanganligini koʻrsatdi [4].

QQS chegara tizimi va yangi subyektlar masalasini bevosita tadqiq etgan ishlar orasida Ebrill va boshqalar (2001) «The Modern VAT» asarida QQS roʻyxat chegarasining optimal darajasi va yangi subyektlarga qoʻllash tartibi batafsil tahlil qilingan [5]. Bird va Gendron (2007) rivojlanayotgan mamlakatlarda yangi korxonalar uchun QQS muammolarini oʻrganib, roʻyxatdan oʻtish vaqtining soliq rejimiga ta'sirini aniqladi [6]. Cnossen (1998) global QQS tajribasini tahlil qilib, roʻyxat chegarasida pro-rata yondashuvining bir qator afzalliklarini koʻrsatdi [7].

Oʻzbekiston boʻyicha yangi subyektlar va QQS chegara muammosini bevosita oʻrgangan tadqiqotlar hozircha cheklangan. Niyazmetov (2023) QQS boʻshligʻi tahlilida roʻyxatdan oʻtish vaqtiga bogʻliq nomutanosiblikni muhim omil sifatida qayd etgan [8]. Soliq kodeksi sharhlari va

Soliq qo‘mitasining yo‘riqnomalarida yangi subyektlarga chegara qo‘llash tartibi belgilangan, biroq pro-rata yondashuvining huquqiy va iqtisodiy asoslanishi taqdim etilmagan. Mazkur maqola ushbu bo‘shliqni to‘ldirish maqsadida yangi subyektlar uchun mutanosib baholash usulini birinchi marta tizimli ilmiy tahlil qiladi.

III. METODOLOGIYA

Tadqiqotda uch bosqichli metodologik yondashuv qo‘llanildi. Birinchi bosqichda amaldagi tartibdagi nomutanosiblik muammosi uch konkret holat (case study) orqali tahlil qilindi: erta ro‘yxat (yanvar), o‘rta ro‘yxat (iyul) va kech ro‘yxat (oktyabr). Har bir holat uchun amaldagi tartib va pro-rata tartibi solishtirilib, adolatlilik farqi miqdoriy baholandi. Ikkinchi bosqichda pro-rata baholash formulasi nazariy asoslanib, uning matematik tuzilishi va iqtisodiy mantig‘i ochib berildi. Uchinchi bosqichda xalqaro tajriba (EU QQS direktivi, Buyuk Britaniya, Qozog‘iston) tahlil qilinib, O‘zbekiston uchun eng maqbul model aniqlandi.

Pro-rata baholash formulasi quyidagicha belgilandi:

Mutanosib chegara (MC) = Yillik chegara (YC) × Qolgan oylar (QO) / 12

Agar subyektning davr davomida olingan haqiqiy daromadi (HD) ≥ MC bo‘lsa, u yillik chegarani mutanosib ravishda oshirgan deb hisoblanadi va keyingi kalendar yildan QQS rejimiga o‘tkaziladi. HD < MC bo‘lsa — joriy rejimda qoladi.

IV. NATIJALAR

Amaldagi tartibdagi nomutanosiblik muammosi: uch holat tahlili: Amaldagi tartibda yangi subyektning QQS chegaraga yetishi yillik 1 mlrd so‘m bo‘lib, bu qaysi oyda ro‘yxatdan o‘tganidan qat'i nazar qo‘llaniladi. Bu holat uch turdagi adolatsizlikni keltirib chiqaradi (1-jadval).

1-jadval

Amaldagi tartibdagi nomutanosiblik: uch holat qiyosi

Holat	Ro‘yxat oyi	Ishlagan muddat	Amaldagi chegara	Nomutanosiblik
1-holat: ERTA RO‘YXAT	Yanvar	12 oy	1 000 mln	To‘liq yillik chegara — adolatli
2-holat: O‘RTA RO‘YXAT	Iyul	6 oy	1 000 mln	6 oyda 1 mlrd ko‘p qiyin → zarari
3-holat: KECH RO‘YXAT	Oktyabr	3 oy	1 000 mln	3 oyda 1 mlrd deyarli imkonsiz → sun'iy afzallik

1-jadval amaldagi tartibning uchta asosiy nomutanosibligini aniq ko‘rsatadi. Birinchidan, erta ro‘yxatdan o‘tish zarari: yanvar oyida ro‘yxatdan o‘tgan subyekt 12 oy ichida 1 mlrd so‘m chegarasini oshirsa QQS to‘lovchisi bo‘ladi, oktyabrda ro‘yxatdan o‘tgan subyekt esa atigi 3 oy ichida oshirmasa — olmaydi. Bir xil miqyosdagi faoliyat turlicha rejimda ishlaydi. Ikkinchidan, kech ro‘yxat afzalligi: oktyabrda ro‘yxatdan o‘tgan subyekt uchun 1 mlrd so‘m chegarasiga yetish amalda qiyin bo‘lib, u avtomatik ravishda QQS majburiyatidan xoli bo‘ladi. Bu sun'iy ravishda kech ro‘yxatdan o‘tishni rag‘batlantiradi va soliq bazasini toraytiradi. Uchinchidan, bir xil holatdagi subyektlar turli rejimda: iyul oyida ro‘yxatdan o‘tib, 6 oy ichida 600 mln so‘m daromad olgan subyekt chegarani oshirmagan deb hisoblanadi, yanvar oyida ro‘yxatdan o‘tib, 12 oy ichida

1,05 mlrd daromad olgan subyekt esa oshirgan deb hisoblanadi — holbuki ularning faoliyat miqyosi sifat jihatdan bir xil.

Pro-rata baholash usulining nazariy asosi va formulasi**:** Pro-rata baholash usulining mohiyati quyidagicha: yangi subyektning daromadi yillik chegaraga emas, balki yilning qolgan qismiga mutanosib chegaraga taqqoslanadi. Formula:

MC = 1 000 000 000 so‘m × (12 − ro‘yxat oyi + 1) / 12

Ushbu formula har bir ro‘yxat oyi uchun turli mutanosib chegarani beradi (2-jadval). Agar subyektning haqiqiy daromadi mutanosib chegaradan oshsa, u yillik chegarani mutanosib ravishda oshirgan deb hisoblanadi va keying yilning yanvaridan QQS rejimiga o‘tkaziladi. Bu ikki jihatdan muhim: birinchidan, joriy yil rejimsiz davom etadi (tayyorgarlik uchun vaqt); ikkinchidan, soliq davrining yaxlitligi saqlanadi.

2-jadval

Pro-rata baholash: har bir ro‘yxat oyi uchun mutanosib chegara (yillik chegara: 1 mlrd so‘m)[4]

Ro‘yxat oyi	Qolgan oylar	Mutanosib chegara (mln so‘m)	Amaldagi chegara (mln so‘m)	Adolatlilik farqi
Yanvar	12	1 000	1 000	Farq yo‘q (to‘liq yil)
Aprel	9	750	1 000	Chegara 250 mln past → adolatli
Iyul	6	500	1 000	Chegara 500 mln past → adolatli
Oktyabr	3	250	1 000	Chegara 750 mln past → adolatli
Dekabr	1	83	1 000	Chegara 917 mln past → adolatli

2-jadval ma'lumotlari pro-rata usulining adolatlilik jihatdan ustunligini yaqqol ko‘rsatadi. Yanvar oyida ro‘yxatdan o‘tgan subyektga to‘liq yillik chegara qo‘llaniladi — bu o‘zgarishsiz. Biroq iyul oyida ro‘yxatdan o‘tgan subyekt uchun chegara 500 mln so‘mga (6/12 ulushi), oktyabrda ro‘yxatdan o‘tgan uchun esa 250 mln so‘mga tushadi. Bu yondashuv erta va kech ro‘yxatdan o‘tish o‘rtasidagi sun'iy ustunlik va zariflikni to‘liq bartaraf etadi, chunki har bir subyekt faqat o‘zi ishlagan muddat uchun tegishli chegaraga nisbatan baholanadi.

Xalqaro tajriba: pro-rata yondashuvining qo‘llanilishi**:** Pro-rata yondashuv xalqaro soliq amaliyotida keng tarqalgan (3-jadval). Yevropa Ittifoqida 2006/112/EC QQS direktivi a'zo davlatlarga yangi subyektlar uchun chegarani mutanosib ravishda belgilash imkoniyatini beradi. Buyuk Britaniyada taxable turnover 90 000 funt chegarasi yangi biznes uchun ro‘yxatdan o‘tgan sanadan yilning yakunigacha bo‘lgan davrga mutanosib hisoblanadi. Qozog‘istonda 2026-yildan joriy etilgan yangi tartibda kichik va o‘rta biznes uchun QQS chegara o‘zgartirilib, yangi subyektlarga mutanosib chegara tartibi tavsiya etilgan.

[4] muallif tomonidan pro-rata formula asosida hisoblangan

O‘zbekistonda tatbiq etishning fiskal va adolat ta'siri**:** Pro-rata usulini O‘zbekistonda tatbiq etishning ikkita asosiy ta'siri bor: fiskal ta'sir va adolat ta'siri. Fiskal ta'sir quyidagicha: yil o‘rtasida ro‘yxatdan o‘tgan va mutanosib chegaradan oshgan subyektlar keyingi yildan QQS rejimiga o‘tadi — bu QQS to‘lovchilar sonini oshiradi. 2025-yil ma'lumotlariga ko‘ra, yil davomida taxminan 2 mln yangi subyekt ro‘yxatdan o‘tgan. Ularning bir qismi mutanosib chegarani oshirishi mumkin — o‘rtacha stsenariyda bu 15-25 ming yangi QQS to‘lovchini anglatib, yiliga 300-700 mlrd so‘m qo‘shimcha tushum beradi (4-jadval).

3-jadval

Pro-rata baholash: xalqaro tajriba qiyosi[5]

Mamlakat/mintaqa	Yondashuv	O‘tish vaqti	O‘zbekiston uchun saboq
Yevropa Ittifoqi	Direktiva 2006/112/EC: a'zolar mutanosib chegara belgilashi mumkin	Darhol yoki keyingi davr boshidan	Qonuniy asos — direktiva normasi o‘rnak
Buyuk Britaniya	Yangi biznes uchun 12 oylik taxable turnover to‘planishi kuzatiladi; yangi biznesda yillik prognoz usuli	Oshgandan keyin 30 kun ichida	30 kunlik tayyorgarlik muddati maqbul emas — keyingi yil tanlash to‘g‘riroq
Qozog‘iston	Yangi tartib (2026): yangi subyektlar uchun chegara pasaytirilgan; mutanosib hisob tavsiya	Keyingi chorakdan	Choraklik o‘tish O‘zbekiston uchun ham muqobil
O‘zbekiston (taklif)	MC = 1 mlrd × qolgan oylar / 12; chegara oshganda keyingi yil 1-yanvardan o‘tish	Keyingi yil 1-yanvardan	Yillik tayyorgarlik subyektga eng qulay variant

4-jadval

Pro-rata usulining O‘zbekistonda fiskal ta'sirini baholash (2025 asosida)[6]

Parametr	Konservativ	O‘rtacha	Optimistik
Yil davomida yangi ro‘yxatdan o‘tgan subyektlar	~2 000 000	~2 000 000	~2 000 000
MC dan oshgan subyektlar ulushi	0,5%	1,0%	1,5%
Yangi QQS rejimiga o‘tadiganlap	~10 000	~20 000	~30 000

[5] : EU QQS direktivi 2006/112/EC, HMRC (2023), Qozog'iston Moliya vazirligi (2025) va muallif tahlili
[6] Soliq qo'mitasi va muallif hisob-kitoblari

Parametr	Konservativ	O‘rtacha	Optimistik
O‘rtacha yillik QQS to‘lovi (mln so‘m)	30-50	30-50	30-50
Qo‘shimcha QQS tushumi (mlrd so‘m)	300-500	600-1 000	900-1 500
Adolatlilik ta'siri	Sun'iy kech ro‘yxat rag‘bati yo‘qoladi	Gorizontal adolatlilik ta'minlanadi	Soliq bazasi sog‘lomlashadi

V. MUHOKAMA

Tadqiqot natijalari pro-rata baholash usulini O‘zbekistonda joriy etish ham fiskal, ham adolat jihatdan maqsadga muvofiqligini ko‘rsatadi. Usulning asosiy afzalligi — u mavjud soliq tizimiga minimal o‘zgartirishlar bilan qo‘shiladi: Soliq kodeksiga bitta yangi norma (mutanosib chegara formulasi va keyingi yildan o‘tish tartibi) kiritish kifoya. Raqamli infratuzilma (e-invoys, QR-kod tizimi) ro‘yxatdan o‘tish vaqti va daromad ma'lumotlarini avtomatik monitoring qilish imkonini beradi.

Buyuk Britaniya tajribasi bilan qiyoslaganda muhim farq ko‘zga tashlanadi: Buyuk Britaniyada chegara oshgandan keyin 30 kun ichida ro‘yxatdan o‘tish talab etiladi — bu kichik biznes uchun qiyin. O‘zbekistonda taklif etilayotgan yondashuv esa subyektga yil yakunida xabarnoma yuborib, keyingi yil 1-yanvardan o‘tishni ko‘zda tutadi — bu tayyorgarlik uchun yetarli vaqt beradi va o‘tish jarayonini subyekt uchun ancha osonlashtiradi.

Muhim metodologik cheklov shundaki, 2 mln yangi subyektning qancha qismi mutanosib chegaradan oshishi haqida aniq ma'lumot yo‘q. Hisob-kitobda qo‘llangan 0,5-1,5 foizlik ulush ekspert baholash asosida olindi. Kelajakdagi tadqiqotlarda individual daromad ma'lumotlari asosida aniq baholash zarur. Shu bilan birga, usulning adolatlilik ta'siri — gorizontal adolatlilik tiklanishi va sun'iy kech ro‘yxat rag‘batining yo‘qolishi — fiskal ta'sirdan kam bo‘lmagan ahamiyatga ega.

VI. XULOSA

Olib borilgan tadqiqot asosida quyidagi asosiy xulosalar shakllantirildi:

Amaldagi tartibda yangi subyektlarga yillik QQS chegarasini to‘liq qo‘llash uch turdagi nomutanosiblikka olib keladi: erta ro‘yxatdan o‘tish zarari, kech ro‘yxatdan o‘tish sun'iy afzalligi va bir xil miqyosdagi subyektlarning turli rejimda ishlashi — bularning barchasi gorizontal adolatlilik tamoyilini buzadi.

Pro-rata baholash formulasi — MC = 1 mlrd so‘m × qolgan oylar / 12 — yangi subyektlarga ro‘yxatdan o‘tish vaqtidan qat'i nazar teng shart-sharoit yaratib, gorizontal adolatlilik tamoyilini to‘liq ta'minlaydi.

Keyingi yildan o‘tish tartibi (joрий yilda aylanma solig‘ida, MC oshgandan keyin keyingi yil 1-yanvardan QQS rejimiga o‘tish) subyektga tayyorgarlik uchun yetarli vaqt beradi va soliq davrining yaxlitligini saqlaydi.

O‘rtacha stsenariyda pro-rata usulining fiskal ta'siri 600-1 000 mlrd so‘m qo‘shimcha yillik tushum bo‘lib, bilvosita samara — sun'iy kech ro‘yxat rag‘batining yo‘qolishi tufayli soliq bazasining sog‘lomlashuvi — uning iqtisodiy ahamiyatini yanada oshiradi.

Mexanizmni tatbiq etish uchun Soliq kodeksiga mutanosib chegara formulasini belgilovchi modda kiritilishi, Soliq qo‘mitasi axborot tizimiga avtomatik monitoring funksiyasi qo‘shilishi va subyektlarga yil yakunida xabarnoma yuborish tartibi joriy etilishi tavsiya etiladi.

ADABIYOTLAR (REFERENCES)

1. [1] Smith A. An Inquiry into the Nature and Causes of the Wealth of Nations. — London: W. Strahan and T. Cadell, 1776.
2. [2] Musgrave R.A., Musgrave P.B. Public Finance in Theory and Practice. — 5th ed. — New York: McGraw-Hill, 1989.
3. [3] European Commission. Council Directive 2006/112/EC of 28 November 2006 on the Common System of Value Added Tax. — Brussels, 2006.
4. [4] Stiglitz J.E. Economics of the Public Sector. — 4th ed. — New York: W.W. Norton, 2015.
5. [5] Ebrill L., Keen M., Bodin J.-P., Summers V. The Modern VAT. — Washington: IMF, 2001.
6. [6] Bird R.M., Gendron P.P. The VAT in Developing and Transitional Countries. — Cambridge University Press, 2007.
7. [7] Cnossen S. Global Trends and Issues in Value Added Taxation // International Tax and Public Finance. — 1998. — Vol. 5, No 3. — P. 399-428.
8. [8] Niyazmetov I.M. Estimating Value Added Tax Gap in Uzbekistan // Finance: Theory and Practice. — 2023. — Vol. 27, No 5. — P. 58-71.
9. [9] HMRC. VAT registration and deregistration thresholds. — London, 2024.
10. [10] O‘zbekiston Respublikasining Soliq kodeksi (yangi tahriri). — Toshkent, 2020 (2025-yilgi o‘zgartirishlar bilan).

PROSPECTS FOR THE INTRODUCTION OF AGROMARKETING IN THE AGROINDUSTRIAL COMPLEX

Burkhanov Alisher Khadjimuradovich
Gulistan State University , Associate Professor of the Department of Economics,
Candidate of Economic Sciences
ORSID.org 0000-0002-2794-0823
https://doi.org/10.5281/zenodo.20780952

Abstract. *This article analyzes the development of marketing research in agriculture, taking into account modern challenges and trends. The main directions and methods of market research are considered, as well as their impact on the efficiency of managing agricultural enterprises. Particular attention is paid to new technologies such as data analytics and the use of digital marketing in the context of the development of the agricultural sector.*
Keywords: *agriculture, marketing research, efficiency, management, technology, competitiveness, digital marketing.*

Introduction. In the system of market relations, agricultural enterprises cannot function normally without effective commercial activities related to market research, improving product quality, and managing the distribution and sales of manufactured products. There are trends in the development of science, production factors, and production relations, as well as in the strengthening of competition in the agricultural market, the increasing importance of agricultural raw materials for industry.

Literature analysis i . If we look at the marketing works of foreign authors F. Kotler, R. Evans, B. Berman, JJ Lambena and others, we will not find any special research on agricultural marketing. Therefore, we will try to answer, in our opinion, two important questions: first, what is agromarketing, and secondly, can it be used to solve the problems of the agrarian sector of the economy?

Any definition of marketing is fully consistent with agricultural marketing. In the book by R. Evans and B. Berman, marketing is defined as the anticipation, management and satisfaction of demand for goods, services, organizations, people, places and ideas through exchange. If we add marketing in agriculture to this definition, we get the definition of agromarketing. American professor F. Kotler gives a shorter, but no less comprehensive definition: "Marketing is a type of human activity aimed at satisfying needs and wants through exchange." It is these needs that are satisfied by agricultural products. American scientist R. Branson, analyzing important factors such as consumer behavior and people's purchasing power, describes agricultural marketing (agromarketing) as a set of all activities related to agricultural production and food, seeds, harvesting, processing, and delivery to the final consumer [1] .

The introduction of agromarketing creates the necessary conditions for the development of agromarketing systems and the regulation of market processes, creates conditions for identifying consumer demands and identifying opportunities to satisfy them, which in general helps to ensure food security and improve the living standards of the population of the region and the country [2].

The main goal of agromarketing management is to maintain a balance between the state of the marketing environment and the corresponding marketing activity system of the agricultural enterprise [3].

Research methodology. The research was carried out on the basis of statistical-economic, technical, institutional and profile reports, a study of the socio-economic, situation and development prospects of design, research, exploitation and other interested organizations. The article analyzes the main directions of agromarketing policy in agriculture, as one of the urgent issues of agricultural economists, using a wide range of scientific research methods.

Analysis and discussion of results.

With the development of market relations, the orientation of the enterprise's production processes to the requirements of the external environment becomes more relevant. The market is transformed from a position of setting conditions for producers to a point where the consumer has the opportunity to choose a product that meets his needs. In this case, the enterprise management must study the desires and needs of people in order to create the appropriate quality characteristics of the product. The producer must take these factors into account when conducting economic activities, focusing on fully satisfying consumer needs and offering the necessary high-quality products, which, in turn, is ensured by developing an effective agromarketing policy.

The concept of agricultural marketing is a system of scientifically based views on the management of technological processes of production and sale of finished products, the provision of services to agricultural producers by the agro-industrial complex in market conditions. Marketing provides the intended results when it is directed to the full implementation of its functions and goals, primarily aimed at satisfying the needs and desires of customers in the market of goods and services, effectively using all elements of the marketing complex.

In such conditions, a sound approach to the implementation of agromarketing policy is necessary in terms of adapting to the changing market environment, which, in turn, includes all the specific features of agromarketing as a management system for agricultural enterprises and represents a system of scientifically based ideas for managing technological processes in agriculture. The dependence of agricultural market performance on geographical factors, different forms of ownership, seasonality of harvest periods, and diversity of organizational forms of production and management indicate the different aspects of agromarketing from other types of marketing. Agromarketing plays an important role not only in stimulating production and consumption, but also in accelerating the pace of economic development. The role and importance of the development of agromarketing are reflected in the following:

Optimizing resource use. An effective agromarketing system ensures the optimal use of resources in the production, processing and sale of agricultural products, which helps to reduce losses due to inefficient processing, storage and transportation on site. A well-thought-out marketing system ensures the efficient allocation of available stocks of commodity resources, thereby ensuring high growth rates in agriculture.

Increasing the income of agricultural enterprises . An effective agromarketing system improves the system of sales of agricultural products, reduces the number of intermediaries, ensures the supply of goods needed by consumers, ensures high incomes of agricultural producers, guarantees reasonable prices for agricultural products, which encourages the investment of idle

assets in the purchase of modern means of production, and thereby contributes to increasing labor productivity.

Expanding sales markets. With the aim of more fully meeting needs, agromarketing allows you to expand the sales market for products, providing a sufficient supply of products to mass consumers, which contributes to the constant growth of demand for agricultural products.

Creation of new jobs. Expanding sales markets in the context of effectively created agromarketing will help create new jobs for the population engaged in the implementation of additional functions for the promotion of agricultural products (packaging, transportation, storage and processing), as well as attract farms, independent agricultural producers, traders, and retailers to the process.

Infrastructure development. Improving the agromarketing system requires the development of transport, logistics and trade infrastructure, which, by creating high demand for industrial products, serves as one of the important factors in the development of the economy of the country and the region.

Industrial development. Since agricultural products are widely used in the food, light, and chemical industries, improving the agromarketing system will directly impact these related sectors, giving a significant boost to their development.

Improving trade fair activities. Fair activities, which are an important factor of economic development based on the use of marketing tools and one of the levers of agromarketing, contribute to supporting the activities of local producers and establishing new economic relations. In addition to supporting local producers, fairs, being of social importance, help to increase the awareness of locally produced goods, promote new products, expand the assortment and reduce prices, and allow purchasing goods directly from the manufacturer at wholesale prices.

Thus, agromarketing, as a modern enterprise management system, helps to strengthen the market positions of agricultural producers, agricultural and commercial enterprises, as a tool that provides the ability of agricultural entities to adequately respond to the variability of the external environment in the market space. Agromarketing is one of the most important areas of agribusiness. The measures included in the structure of agricultural marketing serve to fully implement the functions of agromarketing. Taking the above into account, we can include the following among the functions of agromarketing in agriculture:

a) exchange function (sale-purchase);

b) physical function (storage, transportation, processing);

c) production function (standardization, financing, risk acceptance and accounting, marketing research).

The main tasks of specialists working in the field of agromarketing are:

- Continuous organization of work as an agronomist and marketer;
- determining the actual prices of controlled products in agreement with the company's management body;
- creating a fair competitive environment that helps adapt to market demands;
- regulate marketing activities through standards and regulations;
- creating conditions for increasing the level of integration of agricultural production;
- monitoring compliance with established marketing practices and processes;

- risk management, providing marketing information, conducting marketing research and similar services;
- purchase, storage and resale of surplus products under control, etc.;
- creating more convenient mechanisms for lending to agricultural production and other activities in the agricultural marketing system.

In the modern context of adapting agromarketing to changing market conditions, the development and active use of scientific and technical achievements, the search for new forms of agromarketing activity in the market in order to better meet the demand of end consumers for agricultural products and services, is an important direction. This requires the expansion of agromarketing facilities through agro-innovations and agrotourism, which will allow the formation of modern directions of agromarketing.

Agro-innovation is the result of innovative activities aimed at creating new or improved agricultural products, using new technologies, and improving technological processes to ensure the effective use of agricultural potential. Agricultural innovation marketing is the activity of developing, planning, and implementing innovative technologies in the agricultural sector of the economy, aimed at increasing the competitiveness of products to better meet the needs of the population. Agroinnovations ensure the strengthening of the ecological orientation of agricultural and food enterprises, which is manifested in the development of new technologies to improve the quality and safety of food products, the introduction of cleaner and more efficient processes for the production and sale of agricultural products, waste recycling, etc. Based on a review of information sources, foreign and domestic publications, official websites of specialized agencies, companies, trade unions, firms and enterprises, and partnerships that are part of the partners and associates in the agro-industrial complex, we present a systematic list of innovative technologies, including marketing technologies, that have allowed us to achieve significant positive results in the agricultural sector (Table 1).

Table 1

Modern innovative agromarketing technologies based on foreign experience

Naming	Description of technology
Information technology in agriculture	Information technology collects information about weather data, market prices, seasonal changes or shifts, local demand for goods, cultivation techniques, and profitable practices.
Technologies for determining soil fertility	To provide suggestions and recommendations to agricultural producers based on the collection and processing of soil data using modern technologies.
Nanotechnology in agriculture	A modern and innovative knowledge system for the modernization of agriculture using nanotechnology in agriculture, a scientific approach to the formation of healthy soil and the cultivation of healthy agricultural crops will be formed.
Soil and water sensors	They help determine the nitrogen content and moisture level in soil and crops, as well as other beneficial and necessary conditions and factors.
Precise land preparation	Precision farming is a new technology that uses satellite maps and computers to increase crop yields and reduce waste by analyzing

	the suitability of agricultural crops, fertilizers, and plant protection products for local soil conditions.
GPS GIS technology in agriculture	The use of GPS GIS technologies in the field of navigation leads to positive results and allows for uninterrupted operation in rural areas in adverse weather conditions.
Agricultural robots	The use of robots in the field allows for fast and error-free processing of land and crops.
Drones	Drones and unmanned aerial vehicles are widely used in agriculture today .

Source: Compiled by the author based on literature analysis.

The introduction of new technologies into agriculture helps increase productivity, as well as reduce material and resource costs. The creation of integrated information systems aimed at ensuring the flexible response of the agro-food complex to changing environmental conditions and the rational interaction of agromarketing elements with all elements of the enterprise management system will help increase the efficiency of agromarketing in modern business conditions (Figure 5.22). In the formation of integrated information systems in agromarketing, the largest agricultural enterprises should create and implement modern, useful and attractive content to attract potential and interested buyers and consumers to the agricultural market, which implies the orientation of products and goods to the product and customer.

Conclusion. Research shows the need for consistent implementation of agromarketing in the sustainable development of agriculture, the conceptual basis of agromarketing is to support the sustainable development of agricultural producers and rural areas by expanding the markets for agricultural products. The agromarketing business model developed during the research process is of great practical importance, its use provides agro-industrial enterprises with such advantages as standardization of business processes; improvement of work quality and business management; creation of the opportunity to purposefully improve activities; reduction of the dependence of business on the human factor, reduction of costs and increase of profits of agricultural enterprises.

REFERENCES

1. Branson, Norwell. Agricultural Marketing, IOWA University Press.1991.
2. Lohosha, Conceptual bases of development of management of marketing activity of agrarian enterprises, Primedia eLaunch, Boston, USA, 2022.
3. Хохрина О. М. Агромаркетинг-основное звено процесса формирования эффективного аграрного рынка //СТРАТЕГИЯ УСТОЙЧИВОГО РАЗВИТИЯ ЭКОНОМИКИ РЕГИОНОВ: ТЕОРИЯ И ПРАКТИКА. – 2015. – С. 71-74.
4. Burxanov, A., Bozorboev, B., Berdiqulov, S., Xabibullaev, I., & Azimova, D. (2024). INVESTMENT IN AGRICULTURE IS AN IMPORTANT CONDITION FOR MODERNIZING THE NETWORK. Modern Science and Research, 3(2), 441-446.
5. Burxanov, A., Sherqoziyeva, U., Azimova, D., Bozorboev, B., Berdiqulov, S., & Xabibullaev, I. (2024). INNOVATIONS AND SCIENTIFIC-TECHNICAL DEVELOPMENT IN AGRICULTURE. Modern Science and Research, 3(5), 513-519.

KORXONA MOLIYAVIY HISOBOTI ICHKI AUDITINI TAKOMILLASHTIRISH MASALALARI

Ismailov Timur
Qoraqalpoq Davlat universiteti
“Buxgalteriya hisobi va audit” kafedrasi dotsent
https://doi.org/10.5281/zenodo.21239678

Annotatsiya. *Maqolada ichki audit jarayonida xo‘jalik yurituvchi sub’yektlar moliyaviy holatini tahlil qilishning asosiy vazifalari yoritilgan bo‘lib, unda moliyaviy holat va uning hisobot davridagi o‘zgarishiga umumiy baho berish; aktivlar va ularning shakllanish manbalari, ularni oqilona joylashtirish va samarali foydalanish o‘rtasidagi muvofiqlikni o‘rganish; aylanma kapital miqdorining ko‘payishi (kamayishi)ni hamda joriy majburiyatlarga muvofiqligini aniqlash; moliyaviy-to‘lov va kredit intizomiga rioya qilish; korxona aktivlari tuzilmasi va uning majburiyatlarini o‘rganish; joriy aktivlarning, shu jumladan, debitorlik qarzi va zahiralarning aylanuvchanligini hisoblab chiqish; korxona balansi likvidliligini, moliyaviy barqarorlik va to‘lov qobiliyatining mutlaq va nisbiy ko‘rsatkichlarini aniqlash; korxona daromadliligini baholash; korxona moliyaviy holatining barqarorligini uzoq va qisqa muddatli bashoratlash, ya’ni uning moliyaviy strategiyasini ishlab chiqishga oid masalalar o‘z aksini topgan.*

Tayanch so‘zlar: *Moliyaviy tahlil, ichki audit, tashqi audit, sof aktivlar rentabelligi, moliyaviy holat tahlili, moliyaviy holat auditi, moliyaviy barqarorlik tahlili, ma’lumotlar manbai, omilli tahlil, moliyaviy hisobot, aktivlar va ularning shakllanish manbalari.*

Абстрактный. *В статье освещаются основные задачи анализа финансового состояния хозяйствующих субъектов в процессе внутреннего аудита, включая предоставление общей оценки финансового состояния и его изменений за отчетный период; изучение соответствия активов и источников их формирования, их рационального размещения и эффективного использования; определение увеличения (уменьшения) объема оборотного капитала и его соответствия текущим обязательствам; соблюдение финансово-платежно-кредитной дисциплины; изучение структуры активов и обязательств предприятия; Расчет оборачиваемости текущих активов, включая дебиторскую задолженность и резервы; определение абсолютных и относительных*

Ключевые слова: *Финансовый анализ, внутренний аудит, внешний аудит, рентабельность чистых активов, анализ финансового состояния, аудит финансового состояния, анализ финансовой стабильности, источники данных, факторный анализ, финансовая отчетность, активы и источники их формирования.*

Abstract. *The article highlights the main tasks of analyzing the financial condition of business entities during the internal audit process, including providing an overall assessment of the financial condition and its changes during the reporting period; studying the correspondence between assets and the sources of their formation, their rational placement and effective use; determining the increase (decrease) in the amount of working capital and its compliance with current liabilities; observing financial and payment and credit discipline; studying the structure of the enterprise's assets and its liabilities; calculating the turnover of current assets, including accounts receivable and reserves; determining the absolute and relative indicators of the liquidity*

of the enterprise's balance sheet, financial stability and solvency; assessing the profitability of the enterprise; long-term and short-term forecasting of the stability of the enterprise's financial position, that is, issues related to the development of its financial strategy are reflected.

Key words: *Financial analysis, internal audit, external audit, return on net assets, financial condition analysis, financial condition audit, financial stability analysis, data source, factor analysis, financial reporting, assets and their sources of formation.*

«O‘zbekiston — 2030» strategiyasi to‘g‘risidagi Farmoning “«Yashil iqtisodiyot»ga o‘tish, uning asosi bo‘lgan qayta tiklanuvchi energiyadan foydalanish ko‘rsatkichlarini keskin oshirish...” [1] muhim maqsadlardan birini hal etishda xo‘jalik yurituvchi sub’yektlarning moliyaviy hisobotini xalqaro standartlar asosida tahlil qilish va ichki auditdan o‘tkazish muhim ahamiyat kasb etadi.

Mamlakatimizda iqtisodiyotni yanada rivojlantirish va liberallashtirish jarayonida turli xo‘jalik yurituvchi sub’yektlar, mulkdorlar, kreditorlar va qarz oluvchilar, ijarachilar va pudratchilar, ta’minotchilar, iste’molchilar, boshqaruv organlarining manfaatlari shakllandi. Aynan narxlarni erkinlashtirishning salbiy oqibatlari, iqtisodiyotni boshqarishda yuzaga kelgan qiyinchiliklar korxonalarning to‘lov qobiliyatini yanada murakkablashtirdi hamda xo‘jalik munosabatlarining aksariyat ishtirokchilari manfaatlariga putur yetkazdi. Natijada xo‘jalik sub’yektlarining moliyaviy holati va moliyaviy barqarorligini ta’minlash muammosi vujudga keladi.

Fikrimizcha, ichki audit tizimida korxona moliyaviy holatini boshqarish voqealarning rivojlanish yo‘nalishlarini aniqlashga imkon beradi, bu esa, ishlab chiqarish faoliyatining moliyaviy natijalari va uni amalga oshirishga sarflanadigan xarajatlar o‘rtasida shakllanadigan salbiy ta’sirni kamaytirishga qaratilgan to‘g‘ri, samarali boshqaruv qarorlari qabul qilinishiga olib keladi.

Yuqorida qayd etilgan jihatlar korxonalar ichki audit tizimida uning moliyaviy holatini baholash bo‘yicha tahliliy amallarni bajarish, moliyaviy ahvolni yaxshilashning ichki rezervlarini aniqlash zaruratini keltirib chiqaradi.

Iqtisodiyotni erkinlashtirish sharoitida xo‘jalik sub’yektlarining moliyaviy holatini tahlil qilish va ichki auditdan o‘tkazish muhim ahamiyat kasb etadi. Buni korxonalarni iqtisodiy mustaqillikka ega bo‘lib, ishlab chiqarish, tadbirkorlik va moliyaviy-xo‘jalik faoliyati natijalari uchun mulkdorlar, xodimlar, kreditorlar, investorlar va boshqa buyurtmachilar oldida to‘liq mas’uliyatga ega bo‘lishi bilan izohlash mumkin.

Korxonaning moliyaviy holati uning faoliyatini turli jihatlarini aks ettiruvchi mehnat unumdorligi, fond samaradorligi, tannarx, yalpi daromad, rentabellik ko‘rsatkichlarini o‘rganish, har bir ko‘rsatkichni hisoblab chiqish va umumiy ta’sirini baholash asosida aniqlanadi. Pirovardida korxonaning moliyaviy holati bozor iqtisodiyoti sharoitida uning ishonchliligi, barqarorligi va istiqbolli ekanligidan dalolat berishi kerak.

Fikrimizcha, ishonchlilik korxona ishining uzluksizligini va uning to‘lov majburiyatlarini qoplay olishini bildiradi. Iqtisodiy adabiyotlardagi turli yondashuvlarni tahlil qilgan holda ushbu tushunchaga quyidagicha ta’rif berish mumkin. “Moliyaviy holat korxonaning muayyan vaqtdagi barqarorligi hamda moliya-xo‘jalik faoliyatini uzluksiz yuritish va qarz majburiyatlarini

ko‘rsatilgan muddatda qoplash uchun moliyaviy resurslar bilan ta’minlaganlik layoqatliligining aks ettirilishidir”.

Korxonaning moliyaviy holatini haqqoniy va ishonchli baholashning eng maqbul usuli uni tahlil qilish, rivojlanish yo‘nalishini kuzatish, xo‘jalik faoliyatiga kompleks baho berish orqali to‘g‘ri boshqaruv qarorlarini ishlab chiqish, uning moliya-xo‘jalik va ishlab chiqarish faoliyati o‘rtasidagi o‘ziga xos ko‘prik vazifasini bajaruvchi jihatlarga aniqlik kiritishdan iboratdir.

Korxona moliyaviy faoliyatining normal kechishi, o‘z navbatida, qo‘yilgan maqsadlarga erishish uchun zarur shart-sharoitlar yaratadi, mahsulot ishlab chiqarish uzluksizligi va korxonaning to‘lov qobiliyatiga, moliyaviy barqarorligini ta’minlashga xizmat qiladi.

Fikrimizcha, moliyaviy holat tahlilini moliyaviy barqarorlikni tahlil qilishdan boshlash kerak va bunday tahlil quyidagilarni o‘z ichiga oladi: balans aktivlari tarkibi va tuzilmasi tahlili; balans aktivlarining shakllanish manbalari tarkibi va tuzilmasi dinamikasi tahlili; korxona moliyaviy barqarorligi tahlili; balans likvidliligi tahlili; korxona to‘lovga qobiliyatining tahlili.

Yuqoridagilardan kelib chiqqan holda, boshqaruv xodimlari moliyaviy barqarorlikka faqat korxona doirasida ta’sir ko‘rsatishi, buni ichki barqarorlik deb, tashqi omillarga esa, korxona boshqaruvi faqat “moslashishi” mumkin, degan xulosaga kelish mumkin.

Korxona moliyaviy holatining ichki audit tizimini shakllantirish quyidagi uch elementdan tashkil topgan: audit muhiti, hisob tizimi va audit tartibi. Barcha hollarda yuqorida ko‘rsatilgan maqsadlarga erishish uchun ishlab chiqilgan qoidalar, uslublar, nizomlar va me’yoriy hujjatlarning mavjudligi ko‘zda tutiladi. Ichki audit tizimining barcha elementlari birgalikda korxonaning moliyaviy-xo‘jalik faoliyatidagi tavakkalchilik darajasini pasaytiradi va buxgalteriya hisobining yanada mukammal bo‘lishini ta’minlaydi.

Ichki auditning ajralmas qismi moliyaviy tahlildir. Tahlil natijalari sub’yekt boshqaruv apparati moliyaviy holatiga ta’sir ko‘rsatishi va uni istalgan tomonga o‘zgartirish layoqatiga ega. Shu bois, ichki auditning tashkiliy-uslubiy jihatlarini ishlab chiqish moliyaviy holatni tahlil qilish funksiyalari va imkoniyatlarini tadqiq qilishga asoslanishi, moliyaviy holatni tahlil qilish uslubini takomillashtirish esa, ichki nazorat ehtiyojlarini qondirishga yo‘naltirilgan bo‘lishi kerak.

Ichki audit tizimida korxonaning moliyaviy holati va to‘lov qobiliyatini tahlil qilish va baholash muhim ahamiyatga ega ya’ni, moliyaviy holat va to‘lov qobiliyati korxonalar tomonidan moliyaviy-xo‘jalik faoliyati, kelajakda strategik maqsadlarga erishish imkoniyatlarini baholash bo‘yicha harakat taktikasini ishlab chiqishda audit moliyaviy tahlilining turli amallaridan foydalanish hisobidan tekshiriladi.

Tahliliy amallar ichki auditorlarga kelgusida qo‘shimcha tekshiruvlarga zarurat vujudga kelishi mumkin bo‘lgan vaziyatlarni aniqlashga yordam beradi. Tahliliy amallardan foydalanish audit sifatini oshirish va uni o‘tkazish xarajatlarini qisqartirishga imkon beradi.

Ichki audit tahliliy amallarining samaradorligi tahlilning chuqurligi va har tomonlamaligi bilan uni o‘tkazishga ketgan sarf-xarajatlar nisbatida namoyon bo‘ladi. Shu munosabat bilan ma’lumotlarni to‘plash, saqlashning yangi usullaridan va texnik vositalaridan foydalanish zarur.

L.T.Gilyarovskaya, A.A.Vexarevalarning fikrlariga ko‘ra, “moliyaviy holat tahlilini uch bosqichda o‘tkazish maqsadga muvofiq: dastlabki bosqich – korxona buxgalteriya hisobotini tahlil qilishning maqsadga muvofiqligi haqida qaror qabul qilish; tayyorgarlik bosqichi – hisobot davrida ish sharoitlarini baholash zarurati tufayli balans bilan izoh xati orqali tanishish, faoliyat ko‘rsatkichlarining o‘zgarishi, mulkiy va moliyaviy holatning sifat o‘zgarishlari yo‘nalishlarini

belgilash; asosiy bosqich – tahliliy amallarni bajarish, ya'ni korxonaning moliyaviy barqarorligiga baho beradigan va uni kompleks tavsiflaydigan, makon va zamonda qiyosiy foydalanish mumkin bo'lgan miqdoriy va sifat ko'rsatkichlari tizimini hisoblab chiqish" [2, B.50].

Muallif moliyaviy holat tahlilini uchta bosqichda amalga oshirishni taklif etadi: 1) oldindan baholash va tahlilni rejalashtirish; 2) ichki nazorat tizimi va tahlil holatini baholash; 3) mustaqil auditorlik testlarini o'tkazish, auditorlik xulosalarini tuzish [3, B.87].

Biz mualliflarning tahliliy ishlarini tashkiliy bosqichlarga bo'lish lozimligi haqidagi fikrlariga qo'shilgan holda, taklif etilayotgan bosqichlar tahliliy ishning tashqi auditorlar tomonidan olib borilishi uchun mos keladi, ushbu vaziyatda bizni korxonalarning moliyaviy holatini ichki foydalanuvchilar tomonidan ichki audit jarayonida tahlil qilishdagi tahliliy amallar qiziqtiradi. Shu munosabat bilan moliyaviy holat tahlilida quyidagi to'rtta bosqichni ajratish taklif etiladi: 1) tahlil ob'yektlari va sub'yektlarini belgilash, tadqiqotning tashkiliy shakllarini tanlash va turli ijrochilar o'rtasida majburiyatlarni taqsimlash; 2) tahliliy ish dasturini ishlab chiqish, uni axborot va uslubiy ta'minoti; 3) olingan natijalarni qayta ishlash, umumlashtirish va rasmiylashtirish; 4) moliyaviy barqarorlikni tahlil qilish asosida boshqaruv qarorlarini qabul qilish.

Tadqiqotlarimiz ko'rsatishicha, moliyaviy holatni tahlil qilish uslublari koeffisiyentlarning to'plamidan iborat. Fikrimizcha, moliyaviy holatni tahlil qilishda quyidagi nisbiy ko'rsatkichlardan foydalanish maqsadga muvofiqdir: 1) mustaqillik koeffisiyenti; 2) qarz va o'zlik mablag'lari nisbati koeffisiyenti; 3) o'zlik kapitalidan foydalanish koeffisiyenti; 4) o'zlik aylanma mablag'lar bilan ta'minlanganlik koeffisiyenti; 5) korxona mulkidagi sof aktivlar koeffisiyenti.

Sof aktivlardan foydalanish samaradorligi ularning rentabelligi bilan belgilanadi, rentabellik esa korxonaning sof aktivlar qiymatining bir so'miga oladigan foydasini ko'rsatadi. Kengaytirish usulidan foydalanib multiplikativ ikki omilli modelni tuzib, sof aktivlar rentabelligini omilli tahlil qilamiz, ushbu tahlilni amalga oshirish uchun surat va mahrajni sotuvlardan olingan foyda miqdoriga (N) ko'paytiramiz hamda sotuvlar rentabelligi va sof aktivlarning aylanuvchanligi koeffisiyentini sof aktivlar rentabelligiga ta'sirini aniqlaymiz:

$$\frac{Pc}{CA} = \frac{Pc}{N} \times \frac{N}{CA} \qquad (1)$$

bu yerda: $\frac{Pc}{CA}$ sof aktivlar rentabelligi, %;

$\frac{Pc}{N}$ sotuvlar rentabelligi, %;

$\frac{N}{CA}$ sof aktivlarning aylanuvchanligi, marta hisobida.

Ushbu formulani quyidagi ko'rinishda berish mumkin: f **= x * u**

Mazkur modelning omilli tahlilini absolyut birliklar usuli yordamida jadval ma'lumotlaridan foydalangan holda amalga oshiramiz.

$$\Delta f(x) = \Delta r x y_0, \qquad (2)$$

$$\Delta f(y) = x_0 x \Delta y, \qquad (3)$$

Moliyaviy holatni tahlil qilish va baholash uchun biz tanlagan moliyaviy holatning baholash ko‘rsatkichlari tizimi bo‘yicha rentabellik ko‘rsatkichlarini hisoblab chiqishni taklif etamiz (1-jadval).

1-jadval

Sof aktivlar va o‘zlik kapitali rentabelligining omilli tahlili[7]

(mln. so‘m hisobida)

№ t/r	Ko‘rsatkichlar	Yillar					2024 yilda 2023 yilga nisbatan o‘zgarish, (+/-)
		2020	2021	2022	2023	2024	
1	Sotuvlardan tushum	104530	113420	139870	173730	120420	-5331,0
2	Aktivlarning o‘rtacha qiymati	9345,0	10987,0	11890,0	12649,0	17698,0	+5049,0
3	Sof aktivlarning o‘rtacha qiymati	9123,0	10131,0	10453,0	11232,0	12378,0	+ 1146,0
4	O‘zlik kapitalining o‘rtacha qiymati	9324,0	10242,0	10413,0	11232,0	12378,0	+ 1146,0
5	Sof foyda	1987,0	2034,0	4137,0	5707,0	2787,0	-2920,0
6	Aktivlar aylanuvchanligi koeffisiyenti (1/2)	1,11	1,03	1,17	1,37	0,68	-0,69
7	Sof aktivlar aylanuvchanligi koeffisiyenti (l/Z)	1,14	1,12	1,34	1,55	0,97	-0,58
8	Sof aktivlarning korxona aktivlaridagi ulushi (Z/2)	0,97	0,92	0,88	0,89	0,69	-0,2
9	Moliyaviy manevrlash koeffisiyenti (2/4)	1,00	1,07	1,14	1,12	1,43	+0,31
10	Sotuvlar rentabelligi, % (5/1)	19	18	30	33	23	-10
1	Sof aktivlar rentabelligi, % (5/Z)	22	20	39	51	23	-28
1	O‘zlik kapitali rentabelligi, % (5/4)	21	20	40	51	23	-28

Hisob-kitoblar orqali quyidagi natijalarni olamiz:

Δf = -10 x 1,55 = -15 %

Δf = 23 x (- 0,58) = -13 %

Hisob-kitoblar yakunlari bo‘yicha omillar ta’sir balansi quyidagiga teng:

-15 + (-13) = - 28%. Sof aktivlar rentabelligining pasayishi (-8%) sotuvlar rentabelligining (-15%) va sof aktivlar aylanuvchanligining pasayishi (-13%) tufayli yuz berdi.

[7] “Прогресс” АЖ молиявий ҳисобот маълумотлари асосида муаллиф томонидан ҳисобланган.

Atroflicha to‘liq hisob-kitoblar olib borish va yanada mukammal ko‘p omilli modelni tuzish uchun dastlabki modeldan foydalanamiz:

$$\frac{Pc}{CA} = \frac{Pc}{N} x \frac{N}{A} / \frac{CA}{A} \qquad (4)$$

bu yerda: $\frac{Pc}{CA}$ sof aktivlar rentabelligi, %;

$\frac{Pc}{N}$ sotuvlar rentabelligi, %;

$\frac{N}{A}$ aktivlarning aylanuvchanligi, marta hisobida;

$\frac{CA}{A}$ sof aktivlarning korxona umumiy aktivlari hajmidagi ulushi, koef.

Shunday qilib, biz umumlashtiruvchi ko‘rsatkichning omillarga bog‘liqlik modeliga ega bo‘lamiz:

$$f = \frac{xy}{z}.$$

Ushbu model yuqorida sanab o‘tilgan omillarning sof aktivlar rentabelligiga ta’sirini baholashga imkon beradi. Hisob-kitoblarni zanjirli o‘rin almashtirish usulida amalga oshiramiz.

$\Delta f(x)$ = 23 • 1,37 / 0,89-33 • 1,37 / 0,89 = -15,0%

$\Delta f(y)$ = 23 • 0,68 / 0,89 – 23 • 1,37 / 0,89 = - 18,0 %

$\Delta f(z)$ = 23 • 0,68 / 0,69 – 23 • 0,68 / 0,89 = +5,0 %

Omillarning sof aktivlar rentabelligi o‘zgarishiga ta’siri jami Δf = -15,3 + (-17,8) + 5,1 = - 28 foizni tashkil qildi. Ushbu ko‘rsatkichga: sotuvlar rentabelligining 15,0 foizga va aktivlar aylanuvchanligining 18,0 foizga pasayishi salbiy ta’sir ko‘rsatdi, sof aktivlarning korxona aktivlaridagi ulushining o‘zgarishi esa, sof aktivlar rentabelligini 5,0 foizga oshirdi.

Ichki audit moliyaviy holatni boshqarish tizimining bir qismi sifatida, kompleks ko‘rinishda bo‘lishi va korxona moliyaviy holati tahlili ichki auditning boshqa bo‘limlari bilan bog‘liqlikda bo‘lishi kerak. Moliyaviy holatning ichki auditini olib borish bo‘yicha berilayotgan uslubiy tavsiyalarning amalga joriy etilishi, fikrimizcha, qabul qilinayotgan joriy va strategik boshqaruv qarorlarining tezkorligi va asoslanganligi moliyaviy-xo‘jalik faoliyatining samaradorligini oshirishga yordam beradi.

Fikrimizcha, ichki audit tizimida tahliliy amallardan foydalanish quyidagi yo‘nalishlarda amalga oshirilishi kerak: balans ma’lumotlari bo‘yicha moliyaviy holat tahlili: aktivlar tarkibi, ularni shakllantirish manbalari va tuzilmasi dinamikasini tahlil qilish; kapital harakati haqidagi hisobot ma’lumotlari bo‘yicha o‘zlik kapitali harakatining tahlili; balans ma’lumotlari bo‘yicha likvidlilik koeffisiyentlarini hisoblab chiqish va baholash; to‘lov qobiliyatini ichki auditdan o‘tkazishda tahliliy amallarni qo‘llash; qarz mablag‘lari harakatining tahlili va h.k. Shu maqsadda tadqiqot jarayonida ichki auditda tahliliy amallardan foydalanish bo‘yicha nazariy va amaliy ahamiyatga ega uslubiy tavsiyalar ishlab chiqildi.

Ichki auditda balansning aktivlar tarkibi va tuzilmasi dinamikasini tahlil qilish sub'yektning jami mol-mulki, uning alohida turlarining mutlaq va nisbiy o'zgarishini aniqlash imkonini beradi.

Aktivlar moliyaviy hisobotning muhim elementlaridan biri hisoblanib, ularni audit qilishda aktivlarning haqiqatda mavjudligi, tarkibi, tuzilmasi va ularda sodir bo'lgan o'zgarishlar o'rganiladi.

Ichki audit o'tkazishda aktivlar tarkibi va ularning joylashishini balans ma'lumotlari bo'yicha tahlil qilish uchun bizningcha, quyidagicha tahliliy jadval tuzilishi maqsadga muvofiq, (2-jadval).

2-jadval

2022-2024 yillarda "Progress" AJ aktivlari umumiy hajmi va tarkibi tuzilishining o'zgarishi.

Ko'rsatkichlar	**2022 yil**		**2023 yil**		**2024 yil**		**O'zgarishlar (+, -) 2024 yilda 2022 yilga nisbatan**	
	Summa, mln. So'm	Salmog'i, %	Summa, mln. So'm	Salmog'i, %	Summa mln. So'm	Salmog'i, %	mln. so'm (5-us. - 1-us.)	% (5-us / 1-us) marta
A	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**	**7**	**8**
Aktivlar qiymati, jami, jumladan:	9 345,0	100	12 649,0	100	17 698,0	100	+ 8 353,0	1,9
1.1. Uzoq muddatli aktivlar, ulardan:	4 261,3	45,6	1 507,8	11,92	1 906,1	10,77	- 2 355,2	0,45
a) asosiy vositalar	4 149,2	44,4	1 443,3	11,41	1 863,6	10,53	- 2 285,6	0,45
b)Uzoq muddatli investisiyalar	112,1	1,2	64,5	0,51	42,5	0,24	- 69,6	0,38
1.2. Joriy aktivlar ulardan:	5 083,7	54,4	11 140,0	88,07	15 791,9	89,23	+ 10 708,2	3,1

a) ishlab chiqarish zaxiralari	3 738 ,0	40,0	8 166,2	64,5 6	11 930,2	67,4 1	+ 8 192,2	3,2

2-jadvaldan ko‘rinib turganidek, aktivlarning haqiqiy qiymati hisobot davrida 8 353,0 mln. so‘mga yoki 1,9 baravarga oshgan. Bu esa korxonaning barqaror rivojlanib borayotganidan dalolat beradi. Aktivlarni tahlil qilishda ular qanday joylashgani, hisobot davrida nimaga ko‘proq e’tibor berilgani, korxonani ishlab chiqarish salohiyati, asosiy vositalarining holati, mol-mulkning harakatchanligi darajasini aniqlab olish kerak. Buning uchun, dastlab korxona ishlab chiqarish salohiyatini aniqlash zarur. Ushbu masalada iqtisodiy adabiyotda turli qarashlar mavjud. M.Q. Pardayev, B.I. Isroilovlar ta’kidlashlaricha: “...uning qiymati asosiy vositalar, aylanma mablag‘lar, nomoddiy aktivlar, mehnat potensialini o‘z ichiga oladi” [4, B.76].

3-jadval

2022 – 2024 yillarda “Progress” AJ joriy aktivlarining tarkibiy tuzilmasi o‘zgarishi

Ko‘rsatkichlar	**2022 yil**		**2023 yil**		**2024 yil**		**O‘zgarishlar (+, -) 2024 yilda 2022 yilga nisbatan**	
	summa, mln. so‘m	salmog‘i, %	summa, mln. so‘m	salmog‘i, %	summa, mln. so‘m	salmog‘i, %	mln. so‘m (5-us.-1-us.)	% (5-us / 1-us.), marta
A	***1***	***2***	***3***	***4***	***5***	***6***	***7***	***8***
Joriy aktivlar, jami, shu jumladan:	5 083,7	100	11 140,0	100	15 791,9	100	+ 10 708,2	3,1
1.1. Ishlab chiqarish zaxiralari	3738,0	73,5	8 166,2	73,3	11 930,2	75,55	+ 8 192,2	3,2
1.2. Debitorlik qarzdorligi	358,9	7,06	2 349,4	21,09	3 412,6	21,61	+ 3 053,7	9,5
1.3. Pul mablag‘lari va qisqa muddatli investisiyalar	986,8	19,4	624,4	5,61	449,1	2,84	- 537,7	0,46

Ikkinchi uslubiyot bo‘yicha korxona ishlab chiqarish salohiyatini belgilaydigan aktivlar tarkibiga, yuqorida keltirilgan uslubiyotga ko‘ra, “...tugallanmagan kapital qo‘yilmalar hamda o‘rnatiladigan jihozlar qiymati qo‘shiladi” [5, B.235]. Ushbu uslubiyot korxonadagi rivojlanish jarayonini va uning moddiy-texnika bazasi holatini aniqroq aks ettirish imkonini beradi. A.D.Sheremet esa: «Xo‘jalik amaliyoti ma’lumotlari asosida ishlab chiqarishga mo‘ljallangan mol-mulk koeffisiyenti uchun quyidagicha cheklov normal hisoblanadi: $K_p > 0,5$» [6]- deya ta’kidlaydi.

Fikrimizcha, ushbu ko‘rsatkich miqdori kritik chegaradan pastga tushib ketsa-da, korxona faoliyatining hisobot davridagi moliyaviy natijalari bunday aktivlarni o‘zlik mablag‘lari hisobiga to‘ldirish imkonini bermasa, ishlab chiqarishga mo‘ljallangan mol-mulkni ko‘paytirish uchun uzoq muddatli qarz mablag‘larini jalb qilish maqsadga muvofiqdir.

Ichki audit jarayonida quyidagi tahliliy jadvalni tuzish, joriy aktivlar tarkibi va tuzilmasini tahlil qilish zarur, (3-jadval).

Keltirilgan ma’lumotlar shundan dalolat beradiki, korxona aktivlari qulay dinamikaga ega. Ularni alohida elementlar darajasida o‘rganish esa quyidagi xulosalarga olib keladi. Eng harakatchan aktivlar – pul mablag‘lari va qisqa muddatli moliyaviy investisiyalar o‘tgan davrda 537,7 mln. so‘mga yoki 0,46 foizga kamaygan.

Tahlillarimiz ko‘rsatishicha joriy aktivlarning qiymati taqqoslangan davrga nisbatan 3,1 martaga oshgan. Natijada aylanma mablag‘larning harakatchanlik koeffisiyenti 0,03 ni tashkil qilgan.

Bu koeffisiyent aylanma mablag‘larning harakatchan qismi (pul mablag‘lari)ning joriy aktivlar qiymatiga nisbati orqali aniqlanadi va joriy majburiyatlarni qoplashga yo‘naltiriladigan mablag‘lar umumiy summasida to‘lov qobiliyati ulushini ko‘rsatadi.

Ichki auditorning navbatdagi bajaradigan ishi – balans aktivlarining hosil bo‘lish manbalarini tahlil qilishdir. Amaliyotning ko‘rsatishicha, korxona mol-mulkining xarid qilinishi, kelib tushishi va yaratilishi o‘zlik va qarz kapitali hisobiga yuz beradi. O‘zlik va qarz kapitalining nisbati esa, korxonaning moliyaviy barqarorligini belgilaydi.

Xo‘jalik sub’yektlari to‘lov qobiliyati uning moliyaviy barqarorligini ko‘rsatuvchi muhim mezonlardan biri hisoblangani uchun bozor iqtisodiyoti sharoitida unga jiddiy e’tibor beriladi.

Korxonaning to‘lov qobiliyati odatda to‘lov qobiliyati koeffisiyenti orqali ifodalanadi, bu koeffisiyent mavjud naqd pullar summasining muayyan davr uchun muddatli to‘lovlar summasi nisbatiga teng. Agar to‘lov qobiliyati koeffisiyenti 1 ga teng yoki undan ortiq bo‘lsa, xo‘jalik yurituvchi sub’yekt to‘lovga qobiliyatli hisoblanadi. Agar to‘lov qobiliyati koeffisiyenti 1 dan kam bo‘lsa, audit jarayonida to‘lov mablag‘larining yetishmasligi sabablarini aniqlash talab etiladi.

Audit jarayonida xo‘jalik yurituvchi sub’yektning to‘lov qobiliyatini aniqlash uchun quyidagi ko‘rsatkichlardan foydalanishni taklif etamiz: 1) mutlaq likvidlilik koeffisiyenti; 2) oraliq qoplash koeffisiyenti; 3) umumiy qoplash koeffisiyenti.

Umumiy qoplash koeffisiyenti likvidli mablag‘larning shoshilinch va qisqa muddatli majburiyatlarni qanchalik qoplashini aniqlash imkonini beradi va shu tariqa balans tuzilmasining barqarorligini, korxonaning qisqa muddatli qarzlarini tez qoplay olish imkoniyatiga ega ekanligini tasdiqlaydi. Bozor iqtisodiyoti rivojlangan mamlakatlarda korxonaning joriy likvidliligini baholashda ushbu ko‘rsatkichga alohida e’tibor beriladi. Uning keng qo‘llanishining sabablari quyidagilardan iborat:

- birinchidan, bu koeffisiyent joriy aktivlarning joriy passivlarni qoplash darajasini aks ettiradi. Bu kattalik qanchalik yuqori bo‘lsa, qisqa muddatli majburiyatlarni to‘lashga ishonch ham shunchalik yuqori;

- ikkinchidan, joriy aktivlarning joriy passivlardan yuqori bo‘lishi joriy aktivlarni (pul mablag‘laridan tashqari) sotishda yoki tugatishda zarar ko‘rilishining oldini oladi. Bu teskari ta’sir qanchalik kuchli bo‘lsa, kreditorlar uchun shunchalik yaxshi bo‘ladi.

Korxona o‘z likvidli vositalari hajmini ularga bo‘lgan maqbul ehtiyoj chegarasida tartibga solib turishi kerak, bunday ehtiyoj har bir alohida korxona uchun bizningcha, quyidagi omillar bilan belgilanadi: korxona kattaligi va uning faoliyat hajmlari; ishlab chiqarish tarmog‘i; ishlab chiqarish sikli davomiyligi; materiallar zahirasini tiklash uchun zarur bo‘lgan vaqt; korxonaning mavsumiy ishlari; umumiy iqtisodiy kon’yunktura.

Tadqiqotlar ko‘rsatishicha, korxona moliyaviy barqarorligining muhim ko‘rsatkichlaridan biri hisoblangan to‘lov qobiliyati balans likvidliliga bevosita bog‘liqdir. Shuningdek, korxonaning to‘lov qobiliyatiga quyidagi omillar ham jiddiy ta’sir ko‘rsatadi: mamlakatdagi siyosiy va iqtisodiy vaziyat, moliya bozorining ahvoli, garov va bank qonunchiligining takomillashuvi, xususiy kapitallar bilan ta’minlanganlik, debitor korxonalarning moliyaviy holati.

Xo‘jalik yurituvchi sub’yektlar to‘lov qobiliyatini audit qilishda yuqoridagi omillarni birgalikda va o‘zaro bog‘liqlikda ko‘rib chiqish audit qilinayotgan korxonaning moliyaviy holatini ob’yektiv baholash imkonini beradi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2023 yil 11 sentyabrdagi PF-158-sonli Farmoni «O‘zbekiston — 2030» strategiyasi to‘g‘risida.
2. Gilyarovskaya L.T., Vexareva A.A. Analiz finansovoy ustoychivosti kommercheskogo predpriyatiya. - SPb.: Piter. - 2003. – C. 50.
3. Ilxamov Sh.I. Audit nazariyasi va amaliyoti. Darslik.-T.:Iqtisodiyot, 2021.
4. Pardayev M.Q.,Isroilov B.I. Iqtisodiy tahlil.O‘quv qo‘llanma - T.: «Iqtisodiyot va huquq dunyosi» nashriyot uyi, 2011.- B. 76.
5. Kovalev V.V. Finansovыy analiz: metodы i prosedurы. – M.: FiS, 2013. – S.235.
6. Sheremet A.D. Teoriya ekonomicheskogo analiza. – M.: INFRA-M, 2011. – S.311.

TIBBIY XIZMATLAR BOZORINING SAMARADORLIGIGA TA'SIR ETUVCHI OMILLARNING TARMOQ RIVOJIGA TA'SIRI

Abdumalikov Shoxjahon Jaloliddin o'g'li
Guliston davlat universiteti mustaqil tadqiqotchisi, I.f.f.d., PhD
https://doi.org/10.5281/zenodo.21239973

Annotatsiya. *Ushbu maqolada tibbiy xizmatlar bozorining samaradorligiga ta'sir etuvchi asosiy iqtisodiy, ijtimoiy va institutsional omillar kompleks tarzda tahlil qilingan. Jumladan, sog'liqni saqlash tizimining moliyalashtirish manbalari, aholining daromad darajasi, tibbiy xizmatlarga bo'lgan talab va taklif nisbatlari, ijtimoiy himoya mexanizmlari hamda davlat tomonidan tartibga solish vositalarining bozor samaradorligiga ko'rsatadigan ta'siri yoritilgan. Shuningdek, sog'liqni saqlash infratuzilmasining rivojlanganlik darajasi, tibbiy xizmatlar sifati, kadrlar salohiyati va institutsional boshqaruv mexanizmlarining ahamiyati ilmiy jihatdan asoslab berilgan. Tadqiqot natijalari tibbiy xizmatlar bozorida samaradorlikni oshirish, resurslardan oqilona foydalanish va aholiga sifatli tibbiy xizmat ko'rsatishni takomillashtirish bo'yicha ilmiy-amaliy takliflar ishlab chiqishga xizmat qiladi.*

Kalit so'zlar: *tibbiy xizmatlar bozori, samaradorlik, iqtisodiy omillar, ijtimoiy omillar, institutsional omillar, sog'liqni saqlash tizimi, moliyalashtirish, tibbiy xizmat sifati, infratuzilma, boshqaruv mexanizmlari, davlat tartibga solishi.*

Annotation. *This article comprehensively analyzes the main economic, social and institutional factors affecting the efficiency of the medical services market. In particular, the sources of financing of the healthcare system, the income level of the population, the ratio of demand and supply for medical services, social protection mechanisms and the impact of state regulatory instruments on market efficiency are highlighted. Also, the level of development of healthcare infrastructure, the quality of medical services, human resources and the importance of institutional management mechanisms are scientifically substantiated. The results of the study serve to develop scientific and practical proposals to increase efficiency in the medical services market, rational use of resources and improve the provision of quality medical services to the population.*

Keywords: *medical services market, efficiency, economic factors, social factors, institutional factors, healthcare system, financing, quality of medical services, infrastructure, management mechanisms, state regulation.*

Аннотация. *В данной статье всесторонне анализируются основные экономические, социальные и институциональные факторы, влияющие на эффективность рынка медицинских услуг. В частности, освещаются источники финансирования системы здравоохранения, уровень доходов населения, соотношение спроса и предложения на медицинские услуги, механизмы социальной защиты и влияние государственных регулирующих инструментов на эффективность рынка. Также научно обосновывается уровень развития инфраструктуры здравоохранения, качество медицинских услуг, кадровые ресурсы и важность механизмов институционального управления. Результаты*

исследования служат основой для разработки научно-практических предложений по повышению эффективности рынка медицинских услуг, рациональному использованию ресурсов и улучшению предоставления качественных медицинских услуг населению.

Ключевые слова: *рынок медицинских услуг, эффективность, экономические факторы, социальные факторы, институциональные факторы, система здравоохранения, финансирование, качество медицинских услуг, инфраструктура, механизмы управления, государственное регулирование.*

Kirish. Hozirgi globallashuv va iqtisodiy transformatsiya sharoitida sog‘liqni saqlash tizimini samarali tashkil etish har bir mamlakat ijtimoiy-iqtisodiy siyosatining ustuvor yo‘nalishlaridan biri hisoblanadi. Tibbiy xizmatlar bozori jamiyat farovonligini belgilovchi muhim ijtimoiy institut sifatida nafaqat aholining salomatligini saqlash, balki mehnat unumdorligini oshirish, inson kapitalini rivojlantirish va iqtisodiy o‘sishni ta’minlashda ham muhim o‘rin tutadi. Shu sababli ushbu bozorning samaradorligiga ta’sir etuvchi omillarni chuqur ilmiy tahlil qilish dolzarb masalalardan biri sanaladi.

Tibbiy xizmatlar bozorining samaradorligi ko‘p qirrali bo‘lib, unga iqtisodiy, ijtimoiy va institutsional omillar bevosita ta’sir ko‘rsatadi. Iqtisodiy omillar qatoriga sog‘liqni saqlash tizimini moliyalashtirish hajmi, davlat va xususiy sektor investitsiyalari, aholining daromad darajasi hamda tibbiy xizmatlar narxining shakllanishi kiradi. Ushbu omillar tibbiy xizmatlarga bo‘lgan talab va taklif muvozanatini belgilash orqali bozor faoliyatining natijadorligiga ta’sir etadi.

Shu bilan birga, ijtimoiy omillar, xususan, aholining demografik tarkibi, turmush darajasi, sog‘lom turmush tarziga munosabati, tibbiy madaniyati va xizmatlardan foydalanish imkoniyatlari ham muhim ahamiyat kasb etadi. Aholi sonining o‘sishi, urbanizatsiya jarayonlari va yosh tarkibidagi o‘zgarishlar tibbiy xizmatlar bozorida talabning ortishiga olib keladi.

Institutsional omillar esa sog‘liqni saqlash tizimini boshqarish, normativ-huquqiy baza, davlat tomonidan tartibga solish mexanizmlari, tibbiy muassasalar faoliyatini nazorat qilish va raqobat muhitini shakllantirish bilan bog‘liqdir. Aynan ushbu omillar bozorning barqarorligi, shaffofligi va xizmatlar sifatini ta’minlashda muhim rol o‘ynaydi.

Mazkur maqolaning maqsadi tibbiy xizmatlar bozorining samaradorligiga ta’sir etuvchi iqtisodiy, ijtimoiy va institutsional omillarni tizimli ravishda tahlil qilish hamda ushbu omillarning o‘zaro bog‘liqligini ilmiy asosda yoritishdan iborat.

Adabiyotlar sharhi. Xorijiy tadqiqotlarda tibbiy xizmatlar bozorining samaradorligini baholash va unga ta’sir etuvchi omillarni o‘rganish keng yoritilgan. Xususan, Kenneth Arrow sog‘liqni saqlash tizimini iqtisodiy tahlil qilishda axborot nomutanosibligi va bozor nosozliklari muhim o‘rin tutishini asoslab bergan. Avedis Donabedian esa tibbiy xizmatlar sifatini baholashning “tuzilma–jarayon–natija” modelini ishlab chiqib, samaradorlikni aniqlashda sifat omilining hal qiluvchi ahamiyatga ega ekanligini ko‘rsatgan. Jahon sog‘liqni saqlash tashkiloti — World Health Organization tomonidan olib borilgan tadqiqotlarda sog‘liqni saqlash tizimining samaradorligi moliyalashtirish, boshqaruv va resurslardan foydalanish darajasi bilan chambarchas bog‘liqligi ta’kidlanadi . Shuningdek, Organisation for Economic Co-operation and Development hisobotlarida tibbiy xizmatlar samaradorligini oshirishda institutsional islohotlar, innovatsiyalar va raqamli texnologiyalarning ahamiyati alohida qayd etilgan . Zamonaviy ilmiy izlanishlarda esa

raqamli sog‘liqni saqlash, telemeditsina va eHealth tizimlarining joriy etilishi samaradorlikni oshirishning muhim omili sifatida baholanmoqda .

Mahalliy olimlar tomonidan ham tibbiy xizmatlar bozorining samaradorligi va rivojlanish omillari keng tadqiq etilgan. Jumladan, Z.I. Xakimov va M.A. Avazova tibbiy xizmatlar bozorining ijtimoiy-iqtisodiy ahamiyatini ochib berib, uning iqtisodiy o‘sish va aholi farovonligiga bevosita ta’sirini asoslagan . Z. Axmedov, S. Karabayev va Sh. Uraqov tadqiqotlarida tibbiy xizmatlarning evolyutsiyasi, xarajatlar va samaradorlik tushunchalarining nazariy asoslari yoritilgan . F. O‘roqov esa tibbiy xizmat ko‘rsatuvchi korxonalar samaradorligini baholash ko‘rsatkichlari tizimini ishlab chiqib, mehnat unumdorligi, rentabellik va bemorlar qoniqish darajasining ahamiyatini ko‘rsatgan . Shuningdek, N. Usmanova va X. Eshbekova tadqiqotlarida xizmat sifati va iqtisodiy samaradorlik o‘rtasidagi bog‘liqlik tahlil qilinib, sifat ko‘rsatkichlari orqali tizim samaradorligini oshirish mumkinligi asoslangan . Bundan tashqari, mahalliy ilmiy ishlarda sog‘liqni saqlash tizimida boshqaruv mexanizmlarini takomillashtirish, institutsional muhitni rivojlantirish va innovatsion yondashuvlarni joriy etish samaradorlikni oshirishning muhim yo‘nalishlari sifatida qaraladi

Tadqiqot metodologiyasi. Ushbu tadqiqotda tibbiy xizmatlar bozorining samaradorligiga ta’sir etuvchi iqtisodiy, ijtimoiy va institutsional omillarni aniqlash maqsadida kompleks yondashuv qo‘llanildi. Tadqiqot jarayonida tahlil va sintez, taqqoslash, statistik va iqtisodiy tahlil usullaridan foydalanildi. Shuningdek, mavjud ilmiy adabiyotlar, xalqaro va milliy hisobotlar hamda ochiq statistik ma’lumotlar bazalari o‘rganilib, ular asosida umumlashtirish ishlari olib borildi. Tibbiy xizmatlar bozorining samaradorligini baholashda sifat va miqdor ko‘rsatkichlari tizimi qo‘llanilib, omillar o‘rtasidagi o‘zaro bog‘liqlik mantiqiy tahlil asosida yoritildi.

Tahlil va natijalar. Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatdiki, tibbiy xizmatlar bozorining samaradorligi ko‘p omilli tizim sifatida shakllanib, unda iqtisodiy, ijtimoiy va institutsional omillarning o‘zaro uyg‘unligi hal qiluvchi ahamiyat kasb etadi. Avvalo, iqtisodiy omillar tahlili shuni anglatadiki, sog‘liqni saqlash tizimini moliyalashtirish darajasi va uning manbalari xizmatlar sifati hamda ulardan foydalanish imkoniyatlariga bevosita ta’sir ko‘rsatadi. Davlat budjeti mablag‘lari bilan bir qatorda xususiy sektor investitsiyalarining jalb etilishi tibbiy infratuzilmaning rivojlanishini tezlashtiradi va xizmatlar ko‘lamini kengaytiradi. Shu bilan birga, aholining daromad darajasi past bo‘lgan sharoitda pullik tibbiy xizmatlardan foydalanish imkoniyati cheklanib, bu esa bozor samaradorligini pasaytiruvchi omil sifatida namoyon bo‘ladi.

Ijtimoiy omillar tahlili natijalariga ko‘ra, aholining demografik tarkibi, xususan, keksalar ulushining ortishi va urbanizatsiya jarayonlarining jadallashuvi tibbiy xizmatlarga bo‘lgan talabni oshirmoqda. Shu bilan birga, aholining sog‘liqni saqlash madaniyati va profilaktik choralariga bo‘lgan munosabati xizmatlardan samarali foydalanishga sezilarli ta’sir ko‘rsatadi. Tadqiqotlar shuni ko‘rsatadiki, aholining tibbiy savodxonligi yuqori bo‘lgan hududlarda kasalliklarning erta aniqlanishi va davolanish darajasi yuqori bo‘lib, bu umumiy tizim samaradorligini oshiradi.

Institutsional omillarni tahlil qilish natijasida esa sog‘liqni saqlash tizimida samarali boshqaruv mexanizmlarining mavjudligi, normativ-huquqiy bazaning mukammalligi va raqobat muhitining shakllanganligi tibbiy xizmatlar sifati va ochiqligini ta’minlashda muhim rol o‘ynashi aniqlandi. Xususan, davlat tomonidan tartibga solishning optimal darajada yo‘lga qo‘yilishi, litsenziyalash va nazorat tizimining takomillashtirilishi xizmat ko‘rsatuvchi subyektlar faoliyatini

samarali tashkil etishga xizmat qiladi. Aksincha, ortiqcha byurokratik to‘siqlar va boshqaruvdagi nomutanosibliklar tizim samaradorligiga salbiy ta’sir ko‘rsatadi.

Umuman olganda, tadqiqot natijalari tibbiy xizmatlar bozorining samaradorligini oshirish uchun kompleks yondashuv zarurligini ko‘rsatadi. Ya’ni, moliyaviy resurslardan oqilona foydalanish, aholining ijtimoiy himoyasini kuchaytirish, shuningdek, institutsional islohotlarni chuqurlashtirish orqali tibbiy xizmatlar sifati va ulardan foydalanish imkoniyatlarini kengaytirish mumkin. Shu asosda tibbiy xizmatlar bozorida barqaror va samarali faoliyatni ta’minlashga erishiladi.

1-jadval

Tibbiy xizmatlar bozorining samaradorligiga ta’sir etuvchi asosiy omillar tahlili

Omillar guruhi	Asosiy ko‘rsatkichlar	Tibbiy xizmatlar bozoriga ta’siri	Kutilayotgan natija
Iqtisodiy omillar	Moliyalashtirish hajmi, davlat budjeti, xususiy investitsiyalar, aholi daromadi, xizmat narxi	Tibbiy xizmatlar sifati va qamrov darajasini belgilaydi, talab va taklif muvozanatini shakllantiradi	Xizmatlar sifati oshadi, infratuzilma rivojlanadi, bozor barqarorlashadi
Ijtimoiy omillar	Aholi soni, demografik tarkib, urbanizatsiya, tibbiy savodxonlik, sog‘liq madaniyati	Xizmatlarga bo‘lgan talab darajasini oshiradi yoki pasaytiradi	Profilaktika kuchayadi, kasalliklar erta aniqlanadi, xizmatlardan samarali foydalaniladi
Institutsional omillar	Normativ-huquqiy baza, davlat nazorati, boshqaruv tizimi, litsenziyalash, raqobat muhiti	Tizimning shaffofligi va boshqaruv samaradorligini ta’minlaydi	Sifat nazorati kuchayadi, raqobat oshadi, xizmatlar sifati yaxshilanadi
Texnologik omillar	Raqamlashtirish, telemeditsina, elektron tibbiy karta, innovatsiyalar	Xizmat ko‘rsatish tezligi va qulayligini oshiradi	Vaqt tejaladi, samaradorlik ortadi, aholining qamrovi kengayadi

Jadval ma’lumotlari tibbiy xizmatlar bozorining samaradorligi bir nechta o‘zaro bog‘liq omillar ta’sirida shakllanishini ko‘rsatadi. Avvalo, iqtisodiy omillar ushbu bozorda hal qiluvchi rol o‘ynaydi. Xususan, sog‘liqni saqlash tizimini moliyalashtirish hajmi, davlat budjeti mablag‘lari va xususiy investitsiyalarning jalb etilishi tibbiy xizmatlar sifati hamda infratuzilmaning rivojlanish darajasini belgilaydi. Moliyaviy resurslarning yetarli bo‘lishi zamonaviy tibbiy uskunalar bilan ta’minlash, yangi davolash texnologiyalarini joriy etish va malakali kadrlarni rag‘batlantirish imkonini yaratadi. Shu bilan birga, aholining daromad darajasi va xizmatlar narxining muvozanati tibbiy xizmatlarga bo‘lgan talab va ulardan foydalanish imkoniyatiga bevosita ta’sir ko‘rsatadi.

Ijtimoiy omillar tahlili shuni ko‘rsatadiki, aholi sonining o‘sishi, urbanizatsiya jarayonlarining jadallashuvi va demografik tarkibdagi o‘zgarishlar tibbiy xizmatlarga bo‘lgan ehtiyojni orttiradi. Ayniqsa, keksalar ulushining ko‘payishi va surunkali kasalliklar sonining

oshishi sog‘liqni saqlash tizimiga qo‘shimcha yuklama beradi. Shu bilan birga, aholining tibbiy savodxonligi va sog‘lom turmush tarziga bo‘lgan munosabati ham xizmatlar samaradorligiga sezilarli ta’sir ko‘rsatadi. Tibbiy madaniyati yuqori bo‘lgan jamiyatda profilaktik ko‘riklar va erta tashxislash darajasi yuqori bo‘lib, bu tizimning umumiy natijadorligini oshiradi.

Institutsional omillar esa tibbiy xizmatlar bozorining barqaror faoliyatini ta’minlovchi asosiy boshqaruv mexanizmlarini o‘z ichiga oladi. Xususan, normativ-huquqiy bazaning mukammalligi, davlat nazoratining samarali yo‘lga qo‘yilishi, litsenziyalash tizimi va raqobat muhitining shakllanganligi xizmatlar sifati hamda shaffoflikni ta’minlaydi. Mazkur omillarning takomillashuvi bozor ishtirokchilari o‘rtasida sog‘lom raqobatni kuchaytirib, xizmatlar sifatining yaxshilanishiga xizmat qiladi.

Bundan tashqari, texnologik omillar ham zamonaviy sharoitda alohida ahamiyat kasb etmoqda. Raqamlashtirish, telemeditsina, elektron tibbiy kartalar va innovatsion texnologiyalarni joriy etish tibbiy xizmatlar ko‘rsatish tezligi, aniqligi va qulayligini oshiradi. Natijada vaqt va resurslar tejalib, aholining keng qatlamlari uchun xizmatlardan foydalanish imkoniyati kengayadi. Umuman olganda, jadval ma’lumotlari tibbiy xizmatlar bozorining samaradorligi iqtisodiy, ijtimoiy, institutsional va texnologik omillarning o‘zaro uyg‘unligi asosida shakllanishini ilmiy jihatdan tasdiqlaydi.

Xulosa va takliflar. Mazkur tadqiqot natijalari tibbiy xizmatlar bozorining samaradorligi murakkab va ko‘p omilli tizim sifatida shakllanishini hamda unda iqtisodiy, ijtimoiy, institutsional va texnologik omillarning o‘zaro uyg‘unligi hal qiluvchi ahamiyatga ega ekanligini ko‘rsatdi. Xususan, sog‘liqni saqlash tizimini barqaror moliyalashtirish, xususiy sektor ishtirokini kengaytirish va resurslardan oqilona foydalanish iqtisodiy samaradorlikni oshirishning asosiy sharti hisoblanadi. Shu bilan birga, aholining daromad darajasi, tibbiy savodxonligi va sog‘lom turmush tarziga bo‘lgan munosabatini yaxshilash orqali xizmatlardan foydalanish samaradorligini oshirish mumkinligi aniqlandi. Tadqiqot shuningdek, normativ-huquqiy bazani takomillashtirish, boshqaruv mexanizmlarini modernizatsiya qilish va sog‘lom raqobat muhitini shakllantirish institutsional samaradorlikni ta’minlashda muhim omil ekanligini asoslab berdi. Zamonaviy raqamli texnologiyalarni keng joriy etish esa xizmatlar sifati, tezkorligi va qamrovini oshirish orqali umumiy tizim samaradorligini sezilarli darajada yaxshilaydi. Umuman olganda, tibbiy xizmatlar bozorining samaradorligini oshirish uchun kompleks yondashuv zarur bo‘lib, u iqtisodiy resurslarni optimallashtirish, ijtimoiy himoyani kuchaytirish, institutsional islohotlarni chuqurlashtirish va innovatsion texnologiyalarni faol joriy etishni o‘z ichiga oladi.

2-jadval

Tibbiy xizmatlar bozorining samaradorligini oshirish bo‘yicha ilmiy-amaliy takliflar

Yo‘nalish	**Muammo tavsifi**	**Taklif etilayotgan chora-tadbirlar**	**Kutilayotgan natija**
Iqtisodiy yo‘nalish	Moliyalashtirish yetarli emasligi va resurslardan samarasiz foydalanish	Sog‘liqni saqlashga ajratiladigan mablag‘larni oshirish, xususiy investitsiyalarni jalb qilish, davlat-xususiy sheriklikni rivojlantirish	Moliyaviy barqarorlik ta’minlanadi, infratuzilma rivojlanadi, xizmatlar sifati oshadi

Ijtimoiy yo‘nalish	Aholining tibbiy savodxonligi pastligi va profilaktika darajasining yetarli emasligi	Aholi o‘rtasida sog‘lom turmush tarzini targ‘ib qilish, profilaktik ko‘riklarni kengaytirish, tibbiy madaniyatni oshirish	Kasalliklar erta aniqlanadi, davolash samaradorligi ortadi, xizmatlardan oqilona foydalaniladi
Institutsional yo‘nalish	Boshqaruv tizimida kamchiliklar va nazorat mexanizmlarining yetarli emasligi	Normativ-huquqiy bazani takomillashtirish, litsenziyalash va monitoring tizimini kuchaytirish, raqobat muhitini rivojlantirish	Tizim shaffofligi oshadi, xizmatlar sifati yaxshilanadi, samarali boshqaruv ta’minlanadi
Texnologik yo‘nalish	Zamonaviy texnologiyalardan yetarli foydalanilmasligi	Raqamli sog‘liqni saqlash tizimlarini joriy etish, telemeditsinani rivojlantirish, elektron tibbiy kartalarni kengaytirish	Xizmat ko‘rsatish tezlashadi, qulaylik oshadi, aholining qamrovi kengayadi
Kadrlar salohiyati	Malakali tibbiy kadrlar yetishmovchiligi	Tibbiyot xodimlarini tayyorlash va qayta tayyorlash tizimini takomillashtirish, rag‘batlantirish mexanizmlarini joriy etish	Kadrlar sifati oshadi, xizmat ko‘rsatish darajasi yaxshilanadi

Tahlil natijalari shuni ko‘rsatadiki, tibbiy xizmatlar bozorining samaradorligini oshirish kompleks yondashuvni talab qiladi va bunda iqtisodiy, ijtimoiy, institutsional, texnologik hamda kadrlar salohiyati yo‘nalishlari o‘zaro uyg‘un ishlashi zarur. Iqtisodiy yo‘nalishda mablag‘larning yetarli bo‘lishi va resurslardan oqilona foydalanish tizim samaradorligini ta’minlashda hal qiluvchi omil hisoblanadi. Shu maqsadda, davlat va xususiy sektor investitsiyalarini jalb etish, davlat-xususiy sheriklikni rivojlantirish va moliyalashtirish hajmini oshirish xizmatlar sifati va infratuzilma rivojini sezilarli darajada yaxshilaydi.

Ijtimoiy yo‘nalishda aholining tibbiy savodxonligini oshirish, sog‘lom turmush tarzini targ‘ib qilish va profilaktik ko‘riklarni kengaytirish orqali xizmatlardan samarali foydalanish darajasi oshiriladi. Bu esa kasalliklarni erta aniqlash va davolash natijadorligini yaxshilashga yordam beradi. Shu bilan birga, institutsional yo‘nalishdagi chora-tadbirlar normativ-huquqiy bazani takomillashtirish, litsenziyalash va monitoring tizimini kuchaytirish, shuningdek raqobat muhitini rivojlantirish tibbiy xizmatlar sifatini oshirish va tizimning shaffofligini ta’minlashda muhim rol o‘ynaydi.

Texnologik yo‘nalish bo‘yicha raqamli sog‘liqni saqlash tizimlarini joriy etish, telemeditsinani rivojlantirish va elektron tibbiy kartalarni kengaytirish xizmat ko‘rsatish tezligi va qulayligini oshiradi, aholining qamrovi kengayadi va tizim samaradorligi sezilarli darajada oshadi. Shu bilan birga, kadrlar salohiyatini oshirish orqali, ya’ni malakali tibbiy xodimlarni tayyorlash, qayta tayyorlash va rag‘batlantirish tizimini takomillashtirish orqali xizmat ko‘rsatish sifati va bemor qoniqishi darajasi mustahkamlanadi.

Umuman olganda, ushbu takliflar majmui tibbiy xizmatlar bozorida samaradorlikni oshirish uchun integratsiyalashgan yondashuvning zarurligini ko‘rsatadi. Iqtisodiy barqarorlik, ijtimoiy himoya, institutsional takomillashuv, texnologik innovatsiyalar va kadrlar salohiyati birgalikda tizim samaradorligini oshiruvchi asosiy omillar sifatida o‘zaro uyg‘un ishlashi kerak.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Arrow, K. Uncertainty and the Welfare Economics of Medical Care. American Economic Review, 1963, vol. 53, no. 5, pp. 941–973.
2. Donabedian, A. Evaluating the Quality of Medical Care. The Milbank Memorial Fund Quarterly, 1966, vol. 44, no. 3, pp. 166–206.
3. World Health Organization. World Health Report 2020: Health Systems Financing. Geneva, WHO, 2020.
4. Organisation for Economic Co-operation and Development (OECD). Health at a Glance 2022: OECD Indicators. Paris, OECD Publishing, 2022.
5. Globalscholars. Digital Health and Telemedicine: Innovations in Health Service Delivery. Global Scholars Journal, 2021, vol. 3, no. 2, pp. 45–62.
6. Khakimov Z.I., Avazova M.A. Ijtimoiy-iqtisodiy tahlil asosida tibbiy xizmatlar bozori. Tashkent, 2019, 128 p.
7. Akhmedov Z., Karabaev S., Urakov Sh. Tibbiy xizmatlar samaradorligi: nazariy va amaliy jihatlar. Tashkent, 2020, 142 p.
8. O‘roqov F. Tibbiy korxonalar samaradorligini baholash ko‘rsatkichlari. Tashkent, 2018, 97 p.
9. Usmanova N., Eshbekova X. Sifat ko‘rsatkichlari va tibbiy xizmatlar samaradorligi. Tashkent, 2021, 110 p.
10. Innoist. Innovatsion yondashuvlar va tibbiy xizmatlar samaradorligi. Tashkent, 2022. URL: https://innoist.uz/index.php/ist/article/view/890

UNIVERSITETLARDA KONSALTING XIZMATLARINI RIVOJLANTIRISHNING O‘ZIGA XOS XUSUSIYATLARI

Sagieva Moldir Orazbay qizi
University of innovation technologies (Nukus sh.) dotsenti v.b., iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori

https://doi.org/10.5281/zenodo.21240068

Annotatsiya. *Ushbu maqolada universitetlarda konsalting xizmatlarini rivojlantirish zaruriyati, mavjud imkoniyalari va ularni o‘ziga xos xususiyatlari bayon etilgan. Shuningdek, universitetlarda konsalting xizmatlarini samarali rivojlantirish yuzasidan xulosa va takliflar keltirilgan.*

Аннотация. *В данной статье описывается необходимость развития консультационных услуг в университетах, их текущие возможности и специфические особенности. Также представлены выводы и предложения по эффективному развитию консультационных услуг в университетах.*

Abstract. *This article describes the need for the development of consulting services in universities, their current capabilities and their specific features. It also presents conclusions and proposals for the effective development of consulting services in universities.*

Kalit so‘zlar. *Universitet, xizmat, konsalting xizmati, innovatsiya, texnologiya, salohiyat.*

Ключевые слова. *Университет, услуга, консультационная услуга, инновации, технология, потенциал.*

Keywords. *University, service, consulting service, innovation, technology, potential.*

Kirish. Zamonaviy global iqtisodiyot va bilimlar jamiyatida universitetlar ta’lim beruvchi va ilmiy tadqiqot olib boruvchi muassasa, shuningdek innovatsiyalar, texnologiyalar transferi hamda konsalting xizmatlarini ko‘rsatuvchi muhim markazga aylanib bormoqda. Ayniqsa, bugungi kunda global raqobat, innovatsion iqtisodiyotga o‘tish va mehnat bozori talablarining o‘zgarishi universitetlar oldiga yangi vazifalarni qo‘ymoqda. Universitetlar endilikda faqat ta’lim va ilmiy tadqiqotlar bilan cheklanib qolmasdan, bilim va ilmiy salohiyatni amaliyotga joriy etuvchi faol sub’ekt sifatida namoyon bo‘lishi zarur. Shu nuqtai nazardan, universitetlarda konsalting xizmatlarini rivojlantirish dolzarb ahamiyat kasb etadi. Bu borada konsalting xizmatlari orqali universitetlar o‘z ilmiy salohiyatini amaliyotga tatbiq etadi, real sektor bilan hamkorlikni kuchaytiradi va qo‘shimcha moliyaviy manbalarni shakllantiradi. Shu bois, universitetlarda konsalting xizmatlarini rivojlantirish bugungi kunda dolzarb masala sifatida ta’lim sifati, ilmiy tadqiqotlar samaradorligi va jamiyat ehtiyojlari bilan uzviy bog‘liqdir.

Adabiyotlar tahlili. Universitetlarda konsalting xizmatlarini rivojlantirish va ularning o‘ziga xos xususiyatlari qator tadqiqotlarda o‘rganilgan. Xususan, ba’zi tadqiqotlarda konsalting xizmatlari bozorining tarixiy kelib chiqishi va bosqichlari ko‘rib chiqiladi [1]. Yana bir tadqiqotlarda konsalting xizmatlari bevosita axborot va axborot xizmatlari asosida amalga oshirilishi qayd qilinadi. Jumladan, bu borada axborot-konsalting xizmatlarini rivojlantirishning ilmiy asoslari tahlil qilingan va konsalting xizmatlarining turizmdagi o‘rni o‘rganilgan [2]. Boshqa tadqiqotlarda esa konsalting xizmatlari bozori tahlili keltirilgan. Ya’ni, unda konsalting

xizmatlarining jadal rivojlanishiga hissa qo‘shadigan omillar tarkibi aniqlangan [3]. Boshqa tadqiqotda esa oliy ta’lim muassasalarida konsalting faoliyatining rivojlanishi chuqur o‘rganilgan. Xususan, unda ta’lim sohasida konsalting xizmatlarining mohiyati, turlari va o‘ziga xos xususiyatlari yoritilgan [4]. Uzoq xorijiy tadqiqotlarda esa bilimlarni ishlab chiqarish va almashish, bilim ishtirokchilari va ularning davlat ishidagi joylashuvi o‘rtasidagi munosabatlar o‘rganilgan. Aniqroq qilib aytganda, ushbu unsurlar tuzilishini kuzatish uchun konsalting xizmatlarini ko‘rsatish masalalari qayd qilingan [5]. Yana bir o‘rganilgan manbalarda esa maslahat olish bevosita universitet fakultetlari doirasida amalga oshirilishi aniqlangan. Unga ko‘ra, maslahat olish imkoniyatlari fakultetning o‘z ishlaridan qoniqishiga ijobiy ta’sir ko‘rsatadi [6].

Tahlil va natijalar. Konsalting - tashkilotlar, korxonalar yoki shaxslar faoliyatini takomillashtirishga qaratilgan professional maslahat, tahlil va tavsiyalar berish faoliyatidir. Konsalting xizmatlari boshqaruv, moliya, marketing, IT, huquq, ta’lim, innovatsiya va boshqa sohalarni qamrab oladi. Ayniqsa, universitet konsaltingi esa professor-o‘qituvchilar, ilmiy xodimlar va ekspertlarning ilmiy bilimlari va tajribasiga asoslangan holda tashqi buyurtmachilarga xizmat ko‘rsatishidir. Bu borada universitetlarda konsalting xizmatlarini rivojlantirish ilmiy bilimlarning amaliyotga tatbiqi, professor-o‘qituvchilarning malakasi va tajribasini oshirish, talabalarni real loyihalarga jalb etish, universitetning moliyaviy barqarorligini ta’minlash hamda universitet nufuzini oshirish kabi afzalliklarni yaratib beradi. Shularga muvofiq, universitetlarda konsalting xizmatlari quyidagi asosiy turlarga ajratiladi:

- ilmiy-texnik konsalting. Ilmiy-texnik konsalting universitetlarning ilmiy salohiyatiga asoslanadi va yangi texnologiyalarni ishlab chiqish, ilmiy-tadqiqot natijalarini tijoratlashtirish, innovatsion mahsulotlar yaratish va texnologik muammolarni hal etish kabilarni o‘z ichiga oladi.

- boshqaruv va strategik konsalting. Ushbu yo‘nalish strategik rejalashtirish, tashkiliy tuzilmani optimallashtirish, kadrlar boshqaruvi va samaradorlikni oshirish bo‘yicha tavsiyalar kabilarni o‘ziga qamrab oladi.

- ta’lim konsaltingi. Ta’lim konsaltingi o‘quv dasturlarini ishlab chiqish, ta’lim sifatini baholash, pedagogik texnologiyalarni joriy etish va malaka oshirish kurslari tashkil etish kabi xizmatlarni o‘z ichiga oladi.

Biroq, universitetlarda konsalting xizmatlarini rivojlantirishda quyidagi yo‘nalishlardagi muammolar mavjuddir:

- huquqiy va tashkiliy muammolar. Ularning tarkibiga me’yoriy-huquqiy bazaning yetarli emasligi, byurokratik to‘siqlar va moliyaviy mustaqillikning cheklanganligi kabilar kiradi.

- kadrlar va motivatsiya muammolari. Bu o‘z ichiga professor-o‘qituvchilar bandligi, konsalting faoliyati uchun rag‘bat yetishmasligi va amaliy tajribaning kamligi kabilarni oladi.

Shuningdek, universitetlarda konsalting xizmatlarini rivojlantirish quyidagi omillarga ajratiladi:

- ilmiy salohiyat va kadrlar bazasi. Ya’ni, konsalting xizmatlarining muvaffaqiyati universitetdagi ilmiy kadrlar salohiyatiga bog‘liq bo‘ladi. Bu holatda professor-o‘qituvchilar tajribasi, ilmiy darajasi va amaliy bilimlari asosiy resurs bo‘lib hisoblanadi.

- moddiy-texnik baza. Unga asosan, zamonaviy laboratoriyalar, axborot texnologiyalari, kutubxonalar va ilmiy infratuzilma konsalting xizmatlarining sifatini oshiradi.

- tashqi hamkorlik. Unga ko‘ra, davlat tashkilotlari, xususiy sektor va xalqaro tashkilotlar bilan hamkorlik konsalting xizmatlarini kengaytirishga xizmat qiladi.

Shulardan kelib chiqib, universitetlarda konsalting xizmatlarini rivojlantirish quyidagi asosiy yo‘nalishlarga ajratiladi:

- maxsus konsalting markazlarini tashkil etish. Bu borada universitetlarda konsalting markazlarini, innovatsiya va transfer ofislarini va startap inkubatorlarni tashkil etish zarur. Ushbu tuzilmalar konsalting xizmatlarini tizimli va professional asosda amalga oshirish imkonini beradi.

- raqamli konsalting xizmatlarini rivojlantirish. Unga ko‘ra, raqamli texnologiyalar asosida onlayn maslahatlarni hamda masofaviy ekspertiza va raqamli platformalar orqali konsalting xizmatlarini yo‘lga qo‘yish zarur.

- talabalarni konsalting jarayonlariga jalb etish. Bu bo‘yicha talabalar amaliy ko‘nikmalarga ega bo‘ladilar, real loyihalarda ishtirok etadi va mehnat bozoriga tayyor holda chiqadilar.

Fikrimizcha, universitetlarda konsalting xizmatlarini rivojlantirish quyidagi xususiyatlarga ega bo‘ladi (1-jadval).

1-jadval

Universitetlarda konsalting xizmatlarini rivojlantirish asoslari

№	Rivojlantirish yo‘nalishlari	Asosiy mazmun	Amalga oshirish mexanizmlari
1	Konsalting markazlarini tashkil etish	Universitet huzurida maxsus konsalting tuzilmalarini yaratish	Konsalting markazi, innovatsiya ofisi va transfer markazini tashkil etish
2	Ilmiy-texnik konsalting	Ilmiy tadqiqot natijalarini amaliyotga joriy etish	Laboratoriyalar, ilmiy guruhlar va shartnomalar asosida ishlarni bajarish
3	Boshqaruv va strategik konsalting	Tashkilotlar uchun boshqaruv bo‘yicha maslahatlar berish	Ekspert guruhlar, tahlil va audit xizmatlari
4	Ta’lim konsaltingi	Ta’lim sifatini oshirish bo‘yicha xizmatlar	O‘quv dasturlarini ishlab chiqish va treninglar o‘tkazish
5	Raqamli konsalting	Onlayn va masofaviy maslahatlar berish	Raqamli platformalar, vebinarlar va onlayn maslahat berish
6	Talabalarni konsalting jarayoniga jalb etish	Amaliy ko‘nikmalarni shakllantirish	Loyiha asosida ta’lim va startaplarni yaratish
7	Xalqaro hamkorlik asosida konsalting	Xalqaro loyihalar va grantlarni yaratish	Qo‘shma loyihalar va ekspert almashinuvini yo‘lga qo‘yish
8	Moliyaviy va investitsiya konsaltingi	Biznes-rejalar va investitsiya tahlilini amalga oshirish	Iqtisodiy tahlil va moliyaviy modellashtirish
9	Marketing va PR konsaltingi	Bozor tahlili va brend rivojini ta’minlash	Marketing tadqiqotlari va strategiyalarni shakllantirish
10	Huquqiy konsalting	Huquqiy maslahatlar	Yuridik ekspertiza va shartnomalar tuzish

Ushbu 1-jadval ma’lumotlari universitetlarda konsalting xizmatlarini rivojlantirish ko‘p qirrali va tizimli jarayon ekanligini ko‘rsatadi. Avvalo, konsalting markazlarini tashkil etish

universitetlar uchun institutsional asos yaratib, xizmatlarni markazlashtirish va professional darajada ko‘rsatish imkonini beradi. Bu esa konsalting faoliyatining barqarorligi va samaradorligini ta’minlaydi. Ilmiy-texnik konsalting yo‘nalishining rivojlanishi universitetlarda olib borilayotgan ilmiy tadqiqotlarni amaliyot bilan uzviy bog‘lashga xizmat qiladi. Natijada, innovatsion mahsulotlar, yangi texnologiyalar va intellektual mulk ob’ektlari yaratiladi. Ushbu jarayon universitetlarni innovatsion iqtisodiyotning faol ishtirokchisiga aylantiradi. Boshqaruv, moliyaviy va marketing konsaltingi kabi yo‘nalishlar esa universitet ekspertlarining iqtisodiyotning real sektori bilan hamkorligini kuchaytiradi. Korxonalar uchun ishlab chiqilgan strategik tavsiyalar ularning raqobatbardoshligini oshirishga va boshqaruv qarorlarining sifati yaxshilanishiga olib keladi. Bu bilan universitetlar uchun qo‘shimcha moliyaviy tushum manbalari shakllanadi. Ta’lim konsaltingi va talabalarni konsalting jarayonlariga jalb etish ta’lim sifatini oshirishda muhim ahamiyatga ega. Talabalarning amaliy loyihalarda ishtirok etishi ularda kasbiy ko‘nikmalarni shakllantiradi, mehnat bozori talablariga mos kadrlar tayyorlashga xizmat qiladi. Bu esa bitiruvchilarning ishga joylashish ko‘rsatkichlarini yaxshilaydi. Raqamli va xalqaro konsalting xizmatlarining rivojlanishi universitet konsaltingi geografiyasini kengaytiradi. Onlayn platformalar orqali xizmat ko‘rsatish vaqt va xarajatlarni qisqartiradi, xalqaro hamkorlik esa ilg‘or tajribalarni joriy etish va universitet nufuzini oshirish imkonini beradi.

Xulosa. Universitetlarda konsalting xizmatlarini rivojlantirish zamonaviy ta’lim tizimining muhim yo‘nalishlaridan biridir. Ushbu jarayon ilmiy salohiyatni amaliyot bilan bog‘lash, kadrlar tayyorlash sifatini oshirish va iqtisodiy rivojlanishga hissa qo‘shish imkonini beradi. Bu borada tizimli yondashuv, zamonaviy boshqaruv va xalqaro tajribadan foydalanish universitet konsalting xizmatlarining samaradorligini oshiradi. Shularga muvofiq, universitetlarda konsalting xizmatlarini rivojlantirish uchun konsalting xizmatlarini innovatsion iqtisodiyotning muhim bo‘g‘iniga aylantirish, ta’lim va ishlab chiqarish integratsiyasini kuchaytirish va universitetlar moliyaviy barqarorligini ta’minlash maqsadga muvofiq. Chunki, davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlash, xususiy sektor bilan hamkorlik va raqamli texnologiyalar ushbu jarayonning asosiy drayverlari bo‘lib namoyon bo‘ladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Xolbutayeva Sh.A. Konsalting xizmatlarini rivojlantirishda xorij tajribasini O‘zbekiston Respublikasida tatbiq etish masalalari. // “Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar” ilmiy-elektron jurnali, №4, iyul-avgust, 4/2018 (№00036). - 1-8 b.
2. Yuldashev K.Sh. Turizm sohasida axborot-konsalting xizmatlar ko‘rsatishni takomillashtirish yo‘llari. // “Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar” ilmiy-elektron jurnali, №5, sentabr-oktabr, 5/2020 (№ 00049). - 362 b.
3. Чудновский А.Д., Жукова М.А., Жуков В.А., Захаров Г.В., Офицерова Н.А. Консалтинговая деятельность с участием высших учебных заведениях в современных условиях. // Инновации и инвестиции, №10, 2022. - с. 108.
4. Захаров Г.В. Консалтинговые услуги как область деятельности высших учебных заведений. // Индустриальная экономика, №4, том3, 2021. - с. 221.
5. Gunter H.M., Mills C. (2017). Consultants and Consultancy in Education. In: Consultants and Consultancy: the Case of Education. Educational Governance Research, Vol4. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-48879-0_1

ASSESSING THE ROLE OF INNOVATIONS IN DIVERSIFYING THE GROSS DOMESTIC PRODUCT IN UZBEKISTAN

Saydalieva Dilrabo Bakhriddin kizi
Tashkent State University of Economics,
Assistant teacher, Department of Economic Theory
https://doi.org/10.5281/zenodo.20696062

Annotatsiya. *Ushbu maqola O‘zbekistonda innovatsiyalarning yalpi ichki mahsulotni (YaIM) diversifikatsiyalashdagi rolini baholashga bag‘ishlangan. Maqolada innovatsion faoliyatning iqtisodiy o‘sish va sektorlararo muvozanatni ta’minlashdagi ahamiyati ilmiy asoslangan holda tahlil qilingan. Tadqiqot davomida diversifikatsiya darajasi va innovatsion ko‘rsatkichlar o‘rtasidagi bog‘liqlikni aniqlash uchun statistik va iqtisodiy modellar qo‘llanilgan.*

Maqola oxirida, innovatsion faoliyatni qo‘llab-quvvatlash uchun strategik yo‘nalishlar taklif etilgan. Xususan, davlat tomonidan innovatsiyalarni rag‘batlantirish mexanizmlarini takomillashtirish, ilm-fan va ishlab chiqarish o‘rtasidagi hamkorlikni kuchaytirish, shuningdek, xalqaro tajribadan foydalanish bo‘yicha amaliy tavsiyalar berilgan.

Kalit so‘zlar: *diversifikatsiya, innovatsiya, patentlar, eksport, pandemiya.*

Аннотация*. Данная статья посвящена оценке роли инноваций в диверсификации валового внутреннего продукта (ВВП) Узбекистана. В статье научно проанализирована важность инновационной деятельности для обеспечения экономического роста и межсекторного баланса. В ходе исследования применялись статистические и экономические модели для выявления взаимосвязи между уровнем диверсификации и инновационными показателями.*

В конце статьи предложены стратегические направления для поддержки инновационной деятельности. В частности, даны рекомендации по совершенствованию механизмов стимулирования инноваций со стороны государства, укреплению сотрудничества между наукой и производством, а также использованию международного опыта.

Ключевые слова: *диверсификация, инновации, патенты, экспорт, пандемия.*

Abstract*. This article is dedicated to evaluating the role of innovations in the diversification of Gross Domestic Product (GDP) in Uzbekistan. The article scientifically analyzes the importance of innovative activities in ensuring economic growth and inter-sectoral balance. During the research, statistical and economic models were applied to identify the relationship between the degree of diversification and innovation indicators.*

At the end of the article, strategic directions for supporting innovative activities are proposed. In particular, recommendations are provided on improving mechanisms for promoting innovations by the government, strengthening collaboration between science and industry, and utilizing international experience.

Keywords: *diversification, innovation, patents, export, pandemic.*

Introduction

The economic reforms and structural changes implemented in the Republic of Uzbekistan in recent years have made diversification of GDP one of the state's priority goals. In particular, measures are being undertaken to enhance the competitiveness of the economy by reducing dependence on raw material exports, developing high-tech sectors of industry, expanding the service sector, and introducing innovations.

Innovations are one of the key mechanisms of economic diversification, serving to expand the economy and ensure its sustainability through the creation of new technologies, products and services, and the improvement of production processes. Therefore, analyzing innovations as the main driver of economic development and assessing their impact on the diversification process within GDP structure is an urgent scientific and practical issue.

This article analyzes the role of innovations in diversifying GDP in the economy of Uzbekistan. The study examines the current state of the diversification process and its main drivers, particularly opportunities and challenges in the development of innovations. Statistical and economic methods are also used to identify the relationship between innovations and diversification and economic growth. The main objective of the article is to assess the contribution of innovations to economic diversification and to develop practical recommendations for improving this process in the future.

Literature Review

Innovations and their role in economic development have been the focus of many researchers and economic policymakers. In particular, theoretical and applied research on the role of innovations in economic diversification has been conducted in several key directions. Below is an analysis of scholarly investigations carried out on this topic.

Innovations are considered an important driving force of economic growth. In J. Schumpeter's theory of economic development, innovations are assessed as the primary factor reorganizing the economy on the basis of the concept of "creative destruction." According to Schumpeter, innovations increase economic growth rates and ensure the development of new sectors. The significance of this theory for Uzbekistan is further heightened in the process of freeing the economy from dependence on raw material exports.

In the process of diversification, innovations are one of the key factors, playing an important role in the production of new goods, modernization of technologies, and enhancement of competitiveness. International economic research highlights the importance of diversification in achieving sustainable economic development (Hausmann and Hidalgo, 2010). These studies emphasize that an increase in the degree of diversification is directly linked to the development of innovations.

In the Republic of Uzbekistan, reforms aimed at diversifying the economy are being implemented through the development of new industrial sectors, expansion of the services sector, and promotion of technological innovations. In particular, a number of measures for the development of innovative activity have been adopted within the framework of the "Innovative Development Strategy." Assessing the practical outcomes of this policy is important for determining the contribution of innovations to the diversification process within the GDP structure.

Empirical research on studying the relationship between innovations and diversification shows that economies with higher levels of innovation exhibit greater GDP diversification. For example, the experience of Asia-Pacific region countries demonstrates that promoting innovations leads to broadening the export structure and development of industrial sectors. Conducting a similar analysis in Uzbekistan, taking local conditions into account, is of significant scientific and practical importance.

The literature identifies technological gaps, low human capital, and financial constraints as the main challenges encountered in the process of developing innovations. At the same time, the necessity of developing a national innovation system for the successful implementation of economic diversification is specifically emphasized.

The above literature review shows that for the Uzbek economy, the processes of developing innovations and diversifying the economy through them are inextricably interrelated. It is necessary to conduct research in this direction and develop practical recommendations by assessing statistical indicators related to diversification.

Methodology

This study applies a comprehensive scientific-methodological approach to assess the impact of innovations on diversification processes within the GDP structure of Uzbekistan. The research methodology is based on a combination of theoretical, empirical, and statistical methods. The main methods used in the study are presented below:

- Relationship between innovations and diversification: To identify the interrelationship between innovations and diversification within the GDP structure, a theoretical analysis is carried out based on Schumpeter's theory of innovative development and the Hausmann and Hidalgo diversification indices.

- Characteristics of the Uzbek economy: To assess the role of innovation and diversification processes in the economy of Uzbekistan, local economic and innovation policy documents, strategies, and reforms are reviewed.

Data Collection: Key statistical data on innovative activity and economic diversification in Uzbekistan are collected. These data are sourced from the State Statistics Committee, the World Bank, the International Monetary Fund, and other international organizations.

Results and Analysis

The statistical data on the Gross Domestic Product (GDP) growth rate reflects the economic development trends of the Republic of Uzbekistan over the period 2017–2023. An analysis of these data is provided below.

During 2017–2019, the GDP growth rate increased annually. In particular, the growth rate reached 106.8% in 2019. This period demonstrates that economic reforms and modernization policies had a positive impact on the country's economy.

Pandemic Impact: In 2020, the GDP growth rate declined to 101.6%. This is associated with the COVID-19 pandemic and its negative impact on the global economy. During this period, many countries experienced economic restrictions and crises.

In 2021, the GDP growth rate reached 108%, the highest figure in the last 7 years. This is the result of post-pandemic economic recovery, stimulation of domestic production, and intensified export activity.

In 2022, the GDP growth rate was 106%, and in 2023 it reached 106.3%. During this period, the growth rate was relatively stable. This indicates that a balanced development and diversification policy continued in the economy during this time.

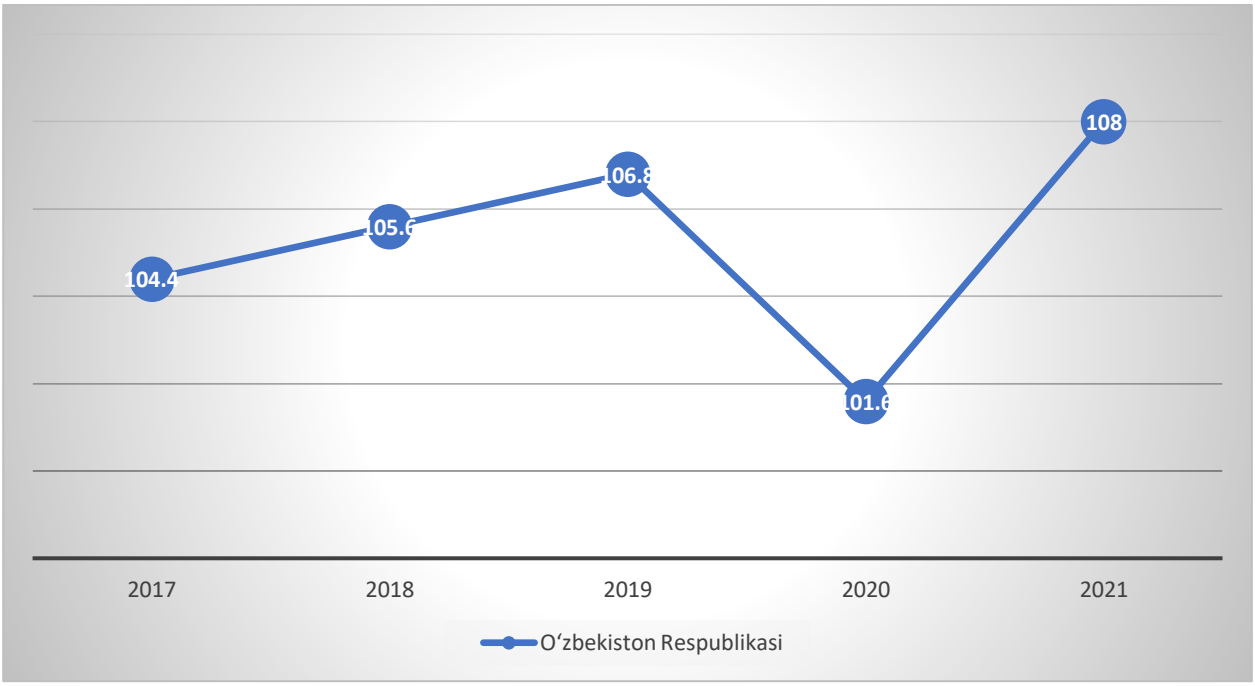


Figure 1. GDP Growth Rate (calculated by production method, annual)

2017–2019: The gradual increase in the growth rate is evidence of the effectiveness of reforms implemented for economic modernization. [8]

2021–2023: After recovery, the economy became relatively stable, indicating the consistent influence of internal and external factors on the economy. Investments directed toward infrastructure and production projects supported the GDP growth rate.

The increase in the share of diversified export products had a positive impact on GDP. From 2021 onward, measures aimed at liberalizing the economy and developing the private sector accelerated economic growth.

The GDP growth rate in Uzbekistan demonstrates an overall positive trend. Despite the crisis of 2020, the economic recovery rate was high, indicating the successful implementation of reforms.

The stabilization of the growth rate in 2023 is evidence that economic balance has been achieved. At the same time, long-term high growth rates must be maintained by supporting the innovative development of the economy.

The dynamics of Gross Regional Product (GRP) growth rates for 2020–2023 reflect economic development processes across the regions of the Republic of Uzbekistan. These statistical data show economic disparities by region, development rates, and the results of economic policy.

In 2020, economic activity declined under the influence of the pandemic (101.6%), but in 2021 the GRP growth rate recovered to 108%. In 2022 and 2023, growth stabilized at 106% and 106.3% respectively. Significant disparities exist in the economic development rates of different

[8] https://stat.uz/uz/rasmiy-statistika/national-accounts-2

regions, explained by regional resources, types of economic activity, and the specifics of local governance policies. A record figure of 117.1% was recorded in 2021. This reflects the region's developed infrastructure, active business environment, and high investment potential. The highest growth (109.2%) was maintained in 2023 as well.

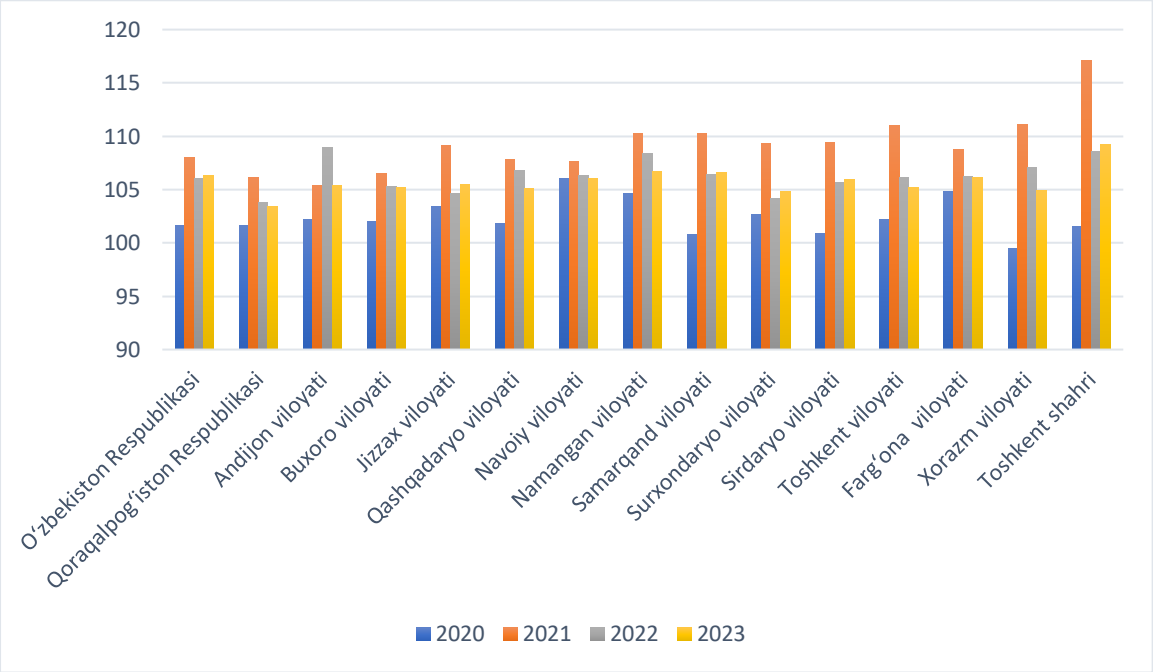


Figure 2. Growth Rates of Gross Regional Product (annual) — statistical analysis.

Khorezm region recorded high growth of 111.1% in 2021, but this figure declined to 104.9% in 2023. This may have been influenced by variability in the region's agricultural and tourism potential. Namangan region: 110.3% in 2021 and 106.7% in 2023. Stable development of production volume and agriculture was observed in the region. Samarkand region recorded growth of 110.3% in 2021, and this figure was 106.6% in 2023. Development of agriculture and the service sector is observed in the region.

Relatively Low Growth Rates: Republic of Karakalpakstan — 103.4% in 2023; these low figures are associated with economic constraints and limited resources in the region. Bukhara region — 105.2% in 2023, reflecting lower growth compared to other regions. Surkhandarya region — growth rate of 104.8% in 2023, indicating limited economic growth opportunities in the region.[9]

The COVID-19 pandemic caused a decline in growth rates across all regions. Khorezm region had the lowest figure at 99.5%. Interregional disparities were restored after the pandemic. Tashkent city, and regions such as Namangan and Samarkand, led in growth. Slowdowns were observed in Karakalpakstan, Khorezm, and Surkhandarya regions. Development of industry, infrastructure, and tourism is needed in less developed regions.

Economic diversification — effectively utilizing the natural resources and economic potential of each region — enhances economic activity. These data serve as a basis for balancing the economic development strategy of the republic at the regional level.

Conclusion

[9] https://stat.uz/uz/rasmiy-statistika/national-accounts-2

Developing innovations in the economy of Uzbekistan and their effective application in diversifying GDP is one of the important factors for ensuring the country's economic stability and enhancing its global competitiveness. The research results revealed the following main conclusions.

Relationship between innovations and economic diversification. Developing innovative activity enables the creation of added value in various sectors. In particular, the development of high-tech manufacturing and the service sector promotes diversification of economic branches.

The implementation of innovation processes can serve to reduce regional economic disparities. At the same time, although the introduction of innovations has shown high results in leading regions such as Tashkent city, Samarkand, and Namangan, the development of innovative projects in other regions is also required in order to expand resource utilization opportunities.

It is necessary to strengthen investment and the training of qualified personnel for the introduction of innovations. Enhancing integration between science, education, and technological production will serve to further diversify the economy.

The innovative environment and supporting programs created by the state are providing important conditions for economic growth. At the same time, it is necessary to develop targeted strategies for directing innovations toward economic diversification.

Expanding cooperation between the public and private sectors for the development of innovations. Increasing investments allocated to research and technological projects to ensure regional development. Broadly engaging new technologies in production by developing the innovation ecosystem.

REFERENCES

1. Schumpeter, J. A. (1934). The Theory of Economic Development. Harvard University Press.
2. World Bank Group (2021). Uzbekistan: Unlocking the Potential of a New Economy.
3. 3.OECD (2020). Innovation in Central Asia: Towards Economic Diversification and Growth.
4. Ministry of Innovative Development of the Republic of Uzbekistan (2023). Reports on Innovative Development Programs.
5. UNDP Uzbekistan (2022). Innovations for Sustainable Economic Growth in Uzbekistan.
6. Statista (2023). Uzbekistan - Gross Domestic Product by Sector. https://stat.uz/uz
7. Qodirov, A. Kh. (2021). The Importance of Innovations in the Economy of Uzbekistan. Scientific Journal of Economics and Innovations. https://doi.org/10.xxxx/iqtisodiyot-innovatsiyalar
8. UNESCO (2021). Science, Technology, and Innovation Policy in Uzbekistan. https://unesdoc.unesco.org/ark:/48223/pf0000377918
9. Asian Development Bank (ADB) (2020). Innovative Solutions for Economic Growth in Uzbekistan. https://www.adb.org/uzbekistan-innovations
10. National Statistics Committee of Uzbekistan (2023). Statistical Indicators of Uzbekistan's GDP.

MINTAQADA SANOAT KORXONALARI FAOLIYATINI TRANSFORMATSIYALASHNING O‘ZIGA XOS XUSUSIYATLARI

Kadirov San’at Yuldashevich
Urganch Ranch universiteti “Iqtisodiyot” kafedrasi katta o‘qituvchisi, PhD
https://doi.org/10.5281/zenodo.20696471

Annotatsiya. *Ushbu maqolada mintaqada sanoat korxonalari faoliyatini transformatsiyalash zaruriyati, mavjud imkoniyatlari, ta’sir qiluvchi omillarning ishtirori va o‘ziga xos xususiyatlari yoritilgan. Shuningdek, mintaqada sanoat korxonalari faoliyatini transformatsiyalashnini amalga oshirish yuzasidan xulosa bayon etilgan.*

Аннотация*. В данной статье рассматриваются необходимость, существующие возможности, влияние факторов и особенности трансформации промышленных предприятий в регионе. Также делаются выводы о реализации трансформации промышленных предприятий в регионе.*

Abstract*. This article discusses the need for, existing opportunities, influence of influencing factors and specific features of the transformation of industrial enterprises in the region. Also, a conclusion is made on the implementation of the transformation of industrial enterprises in the region.*

Kalit so‘zlar. *Mintaqa, sanoat, sanoat korxonalari, korxona, transformatsiyalash, salohiyat, omil.*

Ключевые слова. *Регион, промышленность, промышленные предприятия, предприятие, трансформация, потенциал, фактор.*

Key words*. Region, industry, industrial enterprises, enterprise, transformation, potential, factor.*

Kirish. Bugungi global iqtisodiyot sharoitida sanoat korxonalarini transformatsiyalash iqtisodiy o‘sishni ta’minlash, raqobatbardoshlikni oshirish va resurslardan samarali foydalanish sharti bo‘lib hisoblanadi. Ya’ni, sanoat korxonalarini transformatsiyalash mintaqaviy iqtisodiyotni barqaror rivojlantirish, innovatsion o‘sishga erishish va jahon bozorida munosib o‘rin egallash uchun zarur bo‘ladi. Bu jarayonda transformatsiya korxonalar faoliyatini zamonaviy talablarga mos ravishda qayta tashkil etish, raqamli texnologiyalarni joriy qilish, boshqaruv va ishlab chiqarish jarayonlarini takomillashtirishga qaratiladi. Shu bois, mintaqalarda sanoat korxonalarini transformatsiyalash, ayniqsa, hududiy iqtisodiyotni diversifikatsiya qilish, yangi ish o‘rinlari yaratish va eksport salohiyatini oshirishda muhim o‘rin tutadi. Ushbu jarayonda korxonalar an’anaviy ishlab chiqarish usullaridan innovatsion va texnologiyaga asoslangan modellarga tayanadi.

Adabiyotlar sharhi. Mintaqada sanoat korxonalari faoliyatini transformatsiyalashning o‘ziga xos xususiyatlarini tadqiq qilish yuzasidan turli tadqiqotlar olib borilgan. Xususan, ayrim tadqiqotlarga ko‘ra, raqamli transformatsiya jarayonida to‘plangan bilim va tajriba korxonaning maqsadlari va rivojlanish yo‘lini aniqlash uchun qimmatli manba bo‘lib hisoblanadi [1]. Unga

ko‘ra, sanoat korxonasining raqobatbardosh bo‘lishi raqamli transformatsiyadan foydalanishni talab qiladi. Bu esa strategik menejmentning beqaror tashqi muhitda rivojlanishni boshqarish metodologiyasini takomillashtirishni taqozo qiladi. Ularga muvofiq, raqamli muhitda qo‘llaniladigan strategiya tamoyillari va usullari yanada takomillashtirilishi va kengaytirilishi lozim. Boshqa yana bir tadqiqotlarda esa model raqamli transformatsiyaga ta’sir qiluvchi omillarni tizimlashtirishga imkon berib, mintaqaviy xususiyatlarni hisobga olgan holda innovatsion yechimlarni moslashtirish uchun uslubiy vositalarni taklif etadi. Unga asosan, tadqiqot natijalari global raqamli transformatsiya sharoitida ularning raqobatbardoshligini oshirishni ta’minlaydigan mintaqaviy iqtisodiy tizimlarni raqamlashtirish strategiyasini ishlab chiqish uchun qo‘llaniladi [2]. Boshqa yana bir tadqiqotlarga asosan, sanoatning raqamli transformatsiyasi samaradorligini oshirish omili bo‘lib davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlash hisoblanadi. Jumladan, ushbu tadqiqotda mintaqaviy rivojlanish sharoitida sanoatni raqamli o‘zgartirishga davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlashning ta’siri masalalari to‘liq o‘rganilmagan [3].

Yana bir tadqiqotlar ko‘rsatishicha, sanoat majmuasining transformatsion o‘zgarishlarga tayyorligini baholashda uslubiy vositalar sanoatning imkoniyatlarini baholash va korxonalarda axborot-kommunikatsiya texnologiyalaridan foydalanish darajasini tahlil qilish statistik tahlil usullarga asoslanadi [4]. Ya’ni, sanoat sektorini texnologik modernizatsiya qilish uchun barqaror muhitni shakllantirishga hissa qo‘shadigan institutsional tartibga solish muhim ahamiyat kasb etadi. Yana boshqa xil tadqiqotlarda esa sanoatni transformatsiyalash omillari tadqiq qilinadi. Bu borada sanoatni transformatsiyalash jarayoniga har bir hududning o‘ziga xos tabiiy-geografik sharoitlari, mehnat va boshqa iqtisodiy resurslar salohiyati, ixtisoslashuv, mahalliy bozor kon’yukturasi, investitsiya muhiti, korxonalarni joylashtirish omili sifatida infratuzilma ob’ektlari holati ta’sir qiladi [5]. Yana boshqa bir tadqiqotlarda esa sanoatning sifat jihatidan transformatsiyasi tahlil qilinadi. Unga binoan, ishlab chiqarishning sifat jihatidan transformatsiyasi yoki o‘zgarishi kelajakda mintaqaviy sanoatning o‘sishi va rivojlanishiga sezilarli ta’sir ko‘rsatadi [6].

Tahlil va natijalar. Sanoat korxonalarini transformatsiyalash quyidagi ichki va tashqi omillarga bog‘liq bo‘ladi:

- ichki omillar: korxona moliyaviy holati, ishlab chiqarish texnologiyalari darajasi, kadrlar salohiyati va malakasi hamda boshqaruv tizimining samaradorligi.

- tashqi omillar: davlat siyosati va qo‘llab-quvvatlash mexanizmlari, bozor kon’yunkturasi va raqobat muhiti, investitsiya muhiti va ilmiy-texnik taraqqiyot darajasi.

Mazkur omillarni hisobga olgan holda transformatsiya jarayonini rejalashtirish yuqori samaradorlikka olib keladi. Bu borada mintaqada sanoat korxonalari faoliyatini transformatsiyalash quyidagi xususiyatlarga ega bo‘ladi (1-jadval).

1-jadval

Mintaqada sanoat korxonalari faoliyatini transformatsiyalash va uning xususiyatlari

№	Asosiy xususiyatlar	Eng muhim jihatlari va qisqacha mazmuni
1	Hududiy ixtisoslashuv	Har bir mintaqa o‘z resurslari va iqtisodiy salohiyatiga mos tarmoqlarda rivojlanadi
2	Resurslarga bog‘liqlik	Transformatsiya mahalliy xom ashyo va mehnat resurslariga asoslanadi

3	Infratuzilma darajasi	Transport, energetika va logistika rivojlanganligi transformatsiya samaradorligini belgilaydi
4	Raqamli texnologiyalarni joriy etish	Avtomatlashtirish va raqamlashtirish darajasi korxonalar samaradorligini oshiradi
5	Investitsiya muhiti	Xorijiy va mahalliy investitsiyalar jalb etish imkoniyatiga ega bo‘ladi
6	Kadrlar salohiyati	Malakali kadrlar mavjudligi transformatsiya jarayonini tezlashtiradi
7	Davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlash	Imtiyozlar, subsidiyalar va dasturlar orqali rivojlanish rag‘batlantiriladi
8	Ekologik omillar	Ekologik toza va energiya tejamkor texnologiyalarga o‘tish talab etiladi

Ushbu jadvalga asosan, mintaqada sanoat korxonalarini transformatsiyalash jarayonining asosiy o‘ziga xos jihatlarini aks ettiradi. Birinchi navbatda, hududiy ixtisoslashuv va resurslarga bog‘liqlik transformatsiyaning asosiy yo‘nalishini belgilab beradi. Ya’ni, har bir mintaqa o‘z tabiiy va iqtisodiy imkoniyatlaridan kelib chiqib rivojlanadi. Infratuzilma darajasi va raqamli texnologiyalarni joriy etish esa jarayon samaradorligini oshirishda zarur bo‘lib hisoblanadi. Investitsiya muhiti va davlat qo‘llab-quvvatlashi esa transformatsiyani moliyaviy va institutsional jihatdan ta’minlaydi. Kadrlar salohiyati va ekologik omillar esa uzoq muddatli barqaror rivojlanishni ta’minlaydi. Mazkur xususiyatlar o‘zaro bog‘liq holda amal qilib, mintaqada sanoat korxonalarini samarali transformatsiya qilishga xizmat qiladi.

Shularga asosan, transformatsiya jarayoni quyidagi ustuvor yo‘nalishlarda amalga oshiriladi:

- raqamli transformatsiya. Ushbu texnologiyalarni (ERP, CRM, IoT, Big Data) joriy qilish orqali ishlab chiqarish va boshqaruv jarayonlarini avtomatlashtirishga imkon berib, xarajatlarni kamaytiradi va samaradorlikni oshiradi.

- innovatsion rivojlanish. Bu bo‘yicha yangi texnologiyalar va mahsulotlarni joriy qilish, ilmiy tadqiqotlar natijalarini amaliyotga tatbiq etish orqali korxonalar raqobatbardoshligini oshiradi.

- boshqaruv tizimini modernizatsiya qilish. Bu borada zamonaviy menejment usullarini joriy qilish korxona faoliyati samaradorligini oshiradi.

- energiya va resurs tejamkorligi. Shu orqali energiya samarador texnologiyalardan foydalanish orqali xarajatlarni kamaytirish va ekologik barqarorlikka erishish mumkin.

- eksportga yo‘naltirilgan ishlab chiqarish. Bu bilan xalqaro standartlarga mos mahsulot ishlab chiqarish va tashqi bozorlarga chiqishni kengaytirish mumkin.

Shular bilan birgalikda, sanoat korxonalarini transformatsiyalashda investitsiyalarni jalb qilish (to‘g‘ridan-to‘g‘ri xorijiy investitsiyalar), davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlash (soliq imtiyozlari va subsidiyalar), industrial zonalar va klasterlarni rivojlantirish, davlat-xususiy sheriklik mexanizmlarini shakllantirish va kadrlar tayyorlash va qayta tayyorlash tizimini yo‘lga qo‘yish kabi mexanizmlardan samarali foydalanish lozim, deb hisoblaymiz. Mazkur vositalar orqali transformatsiya jarayoni tizimli ravishda amalga oshiriladi. Shular qatori mintaqada sanoat korxonalarini transformatsiyalashda hududiy resurslar, infratuzilma va ixtisoslashuv muhim

ahamiyatga ega. Bu holat qishloq xo‘jaligi rivojlangan hududlarda agrosanoat korxonalarini modernizatsiya qilish, xom ashyo bazasiga yaqin joylarda qayta ishlash sanoatini rivojlantirish va logistika infratuzilmasini takomillashtirishga asoslanadi. Buning uchun har bir hudud uchun alohida strategiya ishlab chiqish zarur.

Xulosa. Mintaqada sanoat korxonalari faoliyatini transformatsiyalash iqtisodiy rivojlantirish bevosita raqamli texnologiyalarni joriy etish, innovatsiyalarni qo‘llash va boshqaruv tizimini takomillashtirish orqali amalga oshiriladi. Unga asosan, tizimli va kompleks yondashuv asosida amalga oshirilgan transformatsiya jarayoni hududiy iqtisodiyotni barqaror rivojlantirish, raqobatbardosh mahsulot ishlab chiqarish va jahon bozorida munosib o‘rin egallash imkonini beradi. Chunki, mintaqada sanoat korxonalari faoliyatini transformatsiyalash zaruriyati zamonaviy iqtisodiy sharoitlar, kuchayib borayotgan raqobat va texnologik taraqqiyot bilan bog‘liq bo‘ladi. Bu esa an’anaviy ishlab chiqarish usullari samaradorlikni ta’minlab bermaydi, shuning uchun korxonalarni modernizatsiya qilish, raqamli texnologiyalarni joriy etish va innovatsion yondashuvlarga o‘tish talab etiladi. Shunday ekan, sanoat korxonalarini transformatsiyalash, ishlab chiqarish hajmini oshirish, mahsulot sifatini yaxshilash, eksport salohiyatini oshirish, yangi ish o‘rinlarini yaratish va raqobatbardoshlik darajasini yuksaltirish kabi natijalarni ta’minlaydi. Bu orqali korxonalar moliyaviy barqarorligi va investitsion jozibadorligi ortadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Glukhov V.V., Gileva T.A., Galimova M.P., Karimov D., Malevskaia-Malevich E.D. (2023). Industrial Enterprise Digital Transformation Navigator: Stages and Tools for Strategic Change. In: Ilin I., Petrova M.M., Kudryavtseva T. (eds) Digital Transformation on Manufacturing, Infrastructure & Service. DTMIS 2022. Lecture Notes in Networks and Systems, vol 684. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-031-32719-3_69
2. Гнатышина Е.И. Инновационно-институциональная среда цифровой трансформации регионального промышленного комплекса. // Поволжский государственный университет сервиса, Выпуск: Том16, №2, 2025. - с. 86-99. https://journals.ssau.ru/eco/article/view/28925
3. Anna T., Marina I., Grigory K., Evgenii T. Model of State Support for The Digital Transformation of The Manufacturing Industry in Russian Regions. // International Journal of Technology, Volume13(7), 2022. - pp. 1538-1547. https://ijtech.eng.ui.ac.id/article/view/6219
4. Васильева З.А. Особенности цифровой трансформации промышленного комплекса региона. // Экономика, предпринимательство и право, 2023, Т.13, №10. - С. 4037-4054. - DOI 10.18334/epp.13.10.119315. - EDN IIZVBK. https://1economic.ru/lib/119315
5. Abulkasimov X.P., Murodxo‘jayeva F.M. Namangan viloyati sanoatini transformatsiyalash jarayonlarining mintaqaviy xususiyatlari. // Iqtisod va moliya, 2023, 1 (161) - 4 b. https://cyberleninka.ru/article/n/namangan-viloyati-sanoatini-transformatsiyalash-zharayonlarining-minta-aviy-hususiyatlari
6. Якубова Э.Т. Пространственные факторы качественной трансформации промышленности Узбекистана. // Большая Евразия: развитие, безопасность, сотрудничество, 2023. - с. 368. https://cyberleninka.ru/article/n/prostranstvennye-faktory-kachestvennoy-transformatsii-industrialnogo-sektora-uzbekistana

RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA QISHLOQ XO‘JALIGI KORXONALARINING RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISH YO‘LLARI

Sherqo‘ziyeva Umida Ulug‘bek qizi
Toshkent kimyo texnologiyalari instituti Yangiyer filiali,
"Iqtisodiyot va ijtimoiy fanlar" kafedrasi stajyor o‘qituvchisi
https://doi.org/10.5281/zenodo.20748004

Annotatsiya. *Ushbu maqolada raqamli iqtisodiyot sharoitida qishloq xo‘jaligi korxonalarining raqobatbardoshligini oshirishning nazariy va amaliy jihatlari tadqiq etilgan. Maqolada aniq dehqonchilik, narsalar interneti (IoT), sun'iy intellekt, blockchain texnologiyalari va elektron tijoratning agrar sektordagi roli ko‘rib chiqilgan. O‘zbekiston qishloq xo‘jaligini raqamlashtirish holati baholanib, taqqoslama mamlakatlar bilan qiyosiy tahlil o‘tkazilgan. Natijalar asosida korxonalar raqobatbardoshligini oshirish bo‘yicha amaliy tavsiyalar ishlab chiqilgan. Tadqiqot raqamli iqtisodiyot va agrar sektor kesishmasida ilmiy bilim bazasini kengaytirishga hissa qo‘shadi.*

Kalit so‘zlar: *raqamli iqtisodiyot, raqobatbardoshlik, qishloq xo‘jaligi, agrotexnologiya, aniq dehqonchilik, IoT, sun'iy intellekt, elektron tijorat, O‘zbekiston.*

Аннотация. *В данной статье исследованы теоретические и практические аспекты повышения конкурентоспособности сельскохозяйственных предприятий в условиях цифровой экономики. Рассматривается роль точного земледелия, интернета вещей (IoT), искусственного интеллекта, технологии блокчейн и электронной коммерции в аграрном секторе. Проведена оценка состояния цифровизации сельского хозяйства Узбекистана и сравнительный анализ с рядом стран. На основе полученных результатов разработаны практические рекомендации по повышению конкурентоспособности предприятий. Исследование вносит вклад в расширение научной базы знаний на стыке цифровой экономики и аграрного сектора.*

Ключевые слова: *цифровая экономика, конкурентоспособность, сельское хозяйство, агротехнологии, точное земледелие, IoT, искусственный интеллект, электронная коммерция, Узбекистан.*

Abstract. *This article investigates the theoretical and practical aspects of enhancing the competitiveness of agricultural enterprises in the context of the digital economy. The roles of precision agriculture, the Internet of Things (IoT), artificial intelligence, blockchain technology, and e-commerce in the agrarian sector are examined. The current state of agricultural digitalization in Uzbekistan is assessed through a comparative analysis with selected countries. Based on the findings, practical recommendations for improving enterprise competitiveness are developed. The study contributes to the expanding body of knowledge at the intersection of the digital economy and the agricultural sector.*

Keywords: *digital economy, competitiveness, agriculture, agrotechnology, precision farming, IoT, artificial intelligence, e-commerce, Uzbekistan.*

KIRISH

Hozirgi globallashuv va jadal texnologik taraqqiyot davrida raqamli iqtisodiyot barcha tarmoqlar, jumladan agrar sektor uchun ham asosiy rivojlanish vektoriga aylanib bormoqda. Jahon iqtisodiy forumining 2023-yilgi ma'lumotlariga koʻra, raqamli texnologiyalarning qishloq xoʻjaligiga integratsiyasi global miqyosda mehnat unumdorligini 25 foizgacha oshirish imkoniyatini beradi. Oʻzbekistonda esa qishloq xoʻjaligi yalpi ichki mahsulotning taxminan 26–28 foizini tashkil etib, ushbu soha milliy iqtisodiyotning tayanch ustunlaridan biri hisoblanadi.

Qishloq xoʻjaligi korxonalarining raqobatbardoshligi nafaqat mahsulot sifati va narxiga, balki texnologik imkoniyatlar, ta'minot zanjirining samaradorligi va bozorga kirish qulayligiga ham bogʻliq. Shu sababdan, raqamli iqtisodiyot sharoitida an'anaviy agrar ishlab chiqarish usullarini zamonaviy raqamli yechimlar bilan boyitish zarurati tobora dolzarb boʻlib bormoqda.

Ushbu maqolaning maqsadi — Oʻzbekiston qishloq xoʻjaligi korxonalari uchun raqamli texnologiyalar orqali raqobatbardoshlikni oshirishning optimal yoʻllarini ilmiy asoslash va amaliy tavsiyalar ishlab chiqishdan iborat. Belgilangan maqsadga erishish uchun quyidagi vazifalar qoʻyilgan: raqamli iqtisodiyotning nazariy asoslarini tahlil etish; Oʻzbekiston qishloq xoʻjaligining raqamlashtirish holatini baholash; asosiy raqamli texnologiyalarning ta'sirini oʻrganish; hamda raqobatbardoshlikni oshirish boʻyicha amaliy tavsiyalar ishlab chiqish.

ADABIYOTLAR TAHLILI

Raqamli iqtisodiyot tushunchasi ilk bor Don Tapscott tomonidan 1994-yilda kiritilgan boʻlib, u raqamli ma'lumotlar va kommunikatsiya texnologiyalarining iqtisodiy faoliyatga integratsiyasini bildiradi. Klaus Schwab esa raqamli inqilobni «Toʻrtinchi sanoat inqilobi» deb ta'riflaydi: u jismoniy, raqamli va biologik dunyolar oʻrtasidagi chegara yoʻqolishi bilan xarakterlanadi.

Michael Porter'ning «Raqobatbardoshlik afzalliklari» nazariyasiga muvofiq, korxona raqobatbardoshligi toʻrtta omilning — ishlab chiqarish omillari, talab sharoitlari, qoʻshimcha tarmoqlar va raqobat muhitining — oʻzaro ta'siri natijasida shakllanadi. Ushbu «olmos modeli» qishloq xoʻjaligiga tatbiq etilganda, raqamli texnologiyalar barcha toʻrt oʻlchovni bir vaqtda kuchaytirish vositasi sifatida namoyon boʻladi.

FAO ma'lumotlariga koʻra, 2050-yilga kelib dunyo aholisini oziq-ovqat bilan ta'minlash uchun qishloq xoʻjaligi mahsuloti ishlab chiqarishni 70 foizga oshirish talab etiladi va bu vazifani faqat raqamli inqilob orqali amalga oshirish mumkin. IFPRI mutaxassislariga koʻra, raqamli ta'minot zanjiri tizimlariga ega boʻlgan mamlakatlar global oziq-ovqat inqirozidan kamroq zarar koʻrgan, chunki mahsulot yoʻnalishlarini tezroq qayta moslashtirishga qodir boʻlgan.

Aral, Brynjolfsson va Wu (2012) tadqiqotlari shuni koʻrsatadiki, raqamli texnologiyalar va inson kapitalining muvofiq kombinatsiyasi korxona samaradorligini 20–25 foizga oshiradi. Mahalliy ilmiy adabiyotlarda esa agrar sektorni raqamlashtirish masalasi hali yetarlicha oʻrganilmagan boʻlib, bu sohada yangi empirik tadqiqotlar zaruriyati mavjud.

METODOLOGIYA

Tadqiqotda quyidagi ilmiy metodlardan foydalanilgan: qiyosiy tahlil, statistik tahlil, monografik usul va tizimli yondashuv. Birlamchi ma'lumotlar sifatida Oʻzbekiston Respublikasi Davlat Statistika Qoʻmitasining 2022–2023-yilgi hisobotlari, xalqaro tashkilotlar (OECD, FAO, World Bank, IFPRI) ma'lumotlari hamda Accenture, Deloitte, McKinsey va CGIAR tadqiqot kompaniyalarining sohaviy hisobotlari ishlatilgan.

Qiyosiy tahlil uchun O‘zbekiston bilan iqtisodiy va geografik jihatdan taqqoslanadigan mamlakatlar — Turkiya va Xitoy — tanlab olindi. OECD o‘rtacha ko‘rsatkichlari esa etalon qiymati sifatida ishlatildi. Taqqoslov mezoni sifatida ettita ko‘rsatkich belgilandi: qishloq xo‘jaligining YaIMdagi ulushi, raqamli texnologiyalarni qabul qilish darajasi, eksport hajmi, hosildorlik, sug‘orish samaradorligi, internet qamrovi va fermer xo‘jaliklari soni.

Tadqiqotning cheklovlari sifatida quyidagilarni qayd etish lozim: O‘zbekiston bo‘yicha bir qator ko‘rsatkichlarning rasmiy statistikasi to‘liq mavjud emasligi, shuningdek, taqqoslama mamlakatlar uchun yagona metodologiya asosida yig‘ilgan ma'lumotlarning cheklanganligi tadqiqot natijalarini qisman cheklab qo‘yishi mumkin.

NATIJALAR VA MUHOKAMA

4.1. O‘zbekiston qishloq xo‘jaligining raqamlashtirish holati

O‘zbekiston Respublikasi Statistika qo‘mitasining 2023-yilgi ma'lumotlariga ko‘ra, mamlakatda 4,3 milliondan ziyod qishloq xo‘jaligi sub'ekti faoliyat ko‘rsatadi. Ularning 93,7 foizini dehqon va fermer xo‘jaliklari tashkil etadi. Shu bilan birga, ushbu korxonalarning atigi 8,4 foizi zamonaviy agrotexnologiyalardan foydalanadi — bu esa sohaning raqamli transformatsiya bo‘yicha jiddiy salohiyatga ega ekanligini ko‘rsatadi.

OECD hisobotiga binoan, O‘zbekiston qishloq xo‘jaligi unumdorligi Yevropa Ittifoqi mamlakatlariga nisbatan 3,2 barobar past bo‘lib, bu tizimli raqamlashtirish orqali bartaraf etish mumkin bo‘lgan tarkibiy zaiflik hisoblanadi. 1-jadvalda O‘zbekiston va taqqoslama mamlakatlarning asosiy ko‘rsatkichlari keltirilgan.

1-jadval. O‘zbekiston va qo‘shni mamlakatlar qishloq xo‘jaligi raqobatbardoshlik ko‘rsatkichlari (2022–2023 yy.)

Ko‘rsatkich	O‘zbekiston	Turkiya	Xitoy	OECD o‘rtachasi
QX ulushi YaIMda (%)	26.8	6.8	7.1	1.8
Raqamli texn. qabul darajasi (%)	8.4	34.7	58.3	67.2
QX eksporti (mlrd AQSh $)	3.7	25.3	91.5	—
Bug‘doy hosildorligi (t/gekt.)	4.2	3.1	5.9	7.4
Sug‘orish samaradorligi (%)	52	74	71	85
Qishloqda internet qamrovi (%)	61.4	81.2	72.5	88.0

Ko‘rsatkich	O‘zbekiston	Turkiya	Xitoy	OECD o‘rtachasi
Fermer xo‘jaliklari soni (ming)	4 300	3 021	298 000	—

Manba: OECD (2022), O‘zbekiston Davlat Statistika Qo‘mitasi (2023), World Bank (2023), FAO (2022) ma'lumotlari asosida muallif tomonidan tuzilgan.

1-jadval ma'lumotlariga ko‘ra, O‘zbekiston qishloq xo‘jaligi YaIMdagi ulushi jihatidan taqqoslama mamlakatlar o‘rtasida yetakchi o‘rinni egallaydi (26,8%). Biroq raqamli texnologiyalarni qabul qilish darajasi (8,4%) va sug‘orish samaradorligi (52%) bo‘yicha sezilarli orqada qolmoqda. Bu ko‘rsatkichlar o‘rtasidagi nomutanosiblik strategik raqamlashtirish dasturlari orqali eng katta ijobiy qaytimga erishish imkoniyati mavjudligini ko‘rsatadi.

4.2. Raqamli texnologiyalarning samaradorlik tahlili

Aniq dehqonchilik — GPS, sun'iy yo‘ldosh tasvirlari, dronlar va sensor texnologiyalarini qo‘llagan holda ekinlarni boshqarishning ma'lumotlarga asoslangan yondashuvi. Accenture Research kompaniyasining 2022-yilgi tadqiqotiga ko‘ra, aniq dehqonchilik usullarini joriy etgan fermerlar o‘g‘it sarfini o‘rtacha 20 foizga, suv sarfini 30 foizga qisqartirgan holda hosildorlikni 15–25 foizga oshirish imkoniyatiga ega bo‘lgan.

IoT texnologiyalari tuproq namligi, harorat, atmosfera bosimi va zararkunanda faolligini real vaqt rejimida kuzatish imkonini beradi. Deloitte Insights ma'lumotlariga ko‘ra, aqlli ferma texnologiyalarining global bozori 2025-yilga kelib 22 milliard AQSh dollaridan oshib ketishi kutilmoqda. Sensor tizimlari fermerga kasallik va zararkunandalar paydo bo‘lishidan 5–7 kun oldin ogohlantirish berib, pestitsid xarajatlarini 35 foizga kamaytiradi.

Sun'iy intellekt (AI) algoritmlari ob-havo ma'lumotlari, tuproq tahlili va bozor narxlarini sintez qilib, fermerga ekish vaqti, hosil yig‘ish muddati va sug‘orish jadvali bo‘yicha aniq tavsiyalar beradi. McKinsey Global Institute hisobotiga ko‘ra, AI texnologiyalarini qishloq xo‘jaligiga joriy etish 2030-yilga qadar global agrar YaIMni 500 milliard dollarga oshirishi mumkin. CGIAR tashkilotining 2023-yilgi hisobotida qayd etilishicha, AI asosidagi kasallik aniqlash tizimlari bug‘doy zang kasalligini 94,8 foiz aniqlikda aniqlashga qodir.

Blockchain texnologiyasi mahsulotlarning kelib chiqishi, saqlash va tashish sharoitlarini o‘zgartirib bo‘lmaydigan tarzda qayd etish imkonini beradi. Jahon oziq-ovqat sammitining 2021-yilgi xulosasiga ko‘ra, blockchain ta'minot zanjirida nazorat xarajatlarini 20 foizga, oziq-ovqat isrofini esa 11 foizga kamaytiradi. Raqamli platformalar orqali esa fermerning daromad ulushi umumiy zanjir qiymatining 23 foizidan 47 foizigacha oshishi aniqlangan.

4.3. Raqobatbardoshlikni oshirishning asosiy mexanizmlari

Tahlil natijalari asosida O‘zbekiston qishloq xo‘jaligi korxonalari uchun quyidagi besh strategik mexanizm aniqlanadi va tavsiya etiladi:

Birinchi mexanizm — davlat-xususiy sheriklik va siyosiy qo‘llab-quvvatlash. O‘zbekiston Respublikasining «Raqamli O‘zbekiston – 2030» strategiyasi agrar sohani raqamlashtirishni asosiy ustuvorlik sifatida belgilagan. Qishloq xo‘jaligi korxonalari uchun raqamli asbob-uskunalar sotib olishda subsidiyalar, IT-infratuzilmaga soliq imtiyozlari va keng polosali internet tarmoqini qishloq joylarigacha yetkazish bo‘yicha davlat investitsiyasini oshirish zarur.

Ikkinchi mexanizm — agrotexnopark va inkubator markazlari tarmog‘ini kengaytirish. Vazirlar Mahkamasining 2021-yilgi 220-son qaroriga muvofiq, agrotexnopark va inkubator markazlari tashkil etish tartibi belgilangan. Har bir viloyatda kamida bitta agrotexnopark va har bir tumanida ko‘rsatma «Aqllo Agro» ferma tashkil etish raqamli texnologiyalarni keng ommaga yetkazishda hal qiluvchi rol o‘ynaydi.

Uchinchi mexanizm — kadrlar tayyorlash va raqamli savodxonlikni oshirish. Raqamli texnologiyalarni o‘zlashtirishning asosiy to‘sig‘i inson kapitalining yetarli darajada tayyorlanmaganligi hisoblanadi. Agrar oliy o‘quv yurtlarida «Aqlli qishloq xo‘jaligi» va «Precision Farming» ixtisosliklarini joriy etish hamda fermerlar uchun intensiv kurslar tashkil etish zarur.

To‘rtinchi mexanizm — kooperativ va klaster tizimi orqali miqyos effektiga erishish. Kichik fermerlik xo‘jaliklarining raqamli texnologiyalarni yakka tartibda joriy etishi moliyaviy jihatdan og‘ir. Bitta texnologik kompleks — drone park, sensor tizimi, bulutli server — bir nechta fermer xo‘jaligi tomonidan birgalikda ishlatilishi kapital xarajatlarni 5–7 barobarga kamaytiradi.

Beshinchi mexanizm — eksport raqobatbardoshligini oshirish va global bozorlarga kirish. Blockchain asosidagi sertifikatlash tizimlari, raqamli fitosanitariya hujjatlari va e-eksport platformalari O‘zbekiston qishloq xo‘jaligi mahsulotlarini Yevropa, Xitoy va Yaqin Sharq bozorlariga kiritishni soddalashtiradi. Organik mahsulotlar segmentida qo‘shilgan qiymat 3–5 baravar yuqori bo‘lib, raqamli sertifikatlash tizimi bozorga kirish muddatini 2–3 barobarga qisqartiradi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Ushbu tadqiqot shuni ko‘rsatadiki, raqamli iqtisodiyot qishloq xo‘jaligi korxonalari uchun nafaqat tahdid, balki cheksiz imkoniyat manbai hisoblanadi. O‘zbekistonning raqamli qabul darajasi (8,4%) taqqoslama mamlakatlardan sezilarli orqada ekanligi aniqlandi, biroq agrar sektorning YaIMdagi 26,8 foizlik ulushi strategik transformatsiya uchun kuchli asos yaratadi.

Aniq dehqonchilik, IoT, sun'iy intellekt, blockchain va elektron tijorat texnologiyalarining sintetik integratsiyasi fermerlik xo‘jaliklarining mahsuldorligini, resurs samaradorligini va bozor raqobatbardoshligini bir vaqtda oshirish imkonini beradi. Tadqiqot natijalari asosida quyidagi takliflar ilgari suriladi:

- «Raqamli O‘zbekiston – 2030» strategiyasi doirasida agrar sektorni raqamlashtirish uchun alohida moliyalashtirish mexanizmini joriy etish;
- Har bir viloyatda agrotexnopark tashkil etish va ularni xorijiy texnologiyalar transferi uchun hub sifatida rivojlantirish;
- Agrar oliy ta'lim muassasalarida raqamli agrar texnologiyalar bo‘yicha maxsus yo‘nalishlar ochish;
- Fermer kooperativlari uchun raqamli infratuzilmaga umumiy investitsiya sxemalarini ishlab chiqish;
- Eksport bozorlariga kirish uchun blockchain asosidagi mahsulot sertifikatlash tizimini yaratish.

Kelgusida raqamli tengsizlikni (digital divide) empirik o‘rganish va agrar sektorda AI ning iqtisodiy samaradorligini miqdoriy baholash dolzarb ilmiy vazifa bo‘lib qoladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. WEF. (2023). Global Competitiveness Report. Geneva: World Economic Forum.
2. World Bank. (2023). Uzbekistan Economic Update: Accelerating Inclusive Growth. Washington DC: World Bank Group.
3. FAO. (2022). Digital Agriculture: Pathways for Transformation. Rome: Food and Agriculture Organization.
4. Schwab, K. (2017). The Fourth Industrial Revolution. Geneva: World Economic Forum / Crown Business.
5. Porter, M. E. (1990). The Competitive Advantage of Nations. New York: Free Press, pp. 73–93.
6. Glauber, J. & Laborde, D. (2022). How Russia-Ukraine war is deepening a global food crisis. IFPRI Blog.
7. Aral, S., Brynjolfsson, E. & Wu, L. (2012). Three-Way Complementarities. Management Science, 58(5), 913–931.
8. O‘zbekiston Respublikasi Davlat Statistika Qo‘mitasi. (2023). Qishloq xo‘jaligi statistikasi. Toshkent: DStQ.
9. OECD. (2022). Agricultural Policy Monitoring and Evaluation. Paris: OECD Publishing.
10. Accenture. (2022). Precision Agriculture: Digital Tools for Smarter Farming. Accenture Research Report.
11. Deloitte Insights. (2022). Future of Agriculture: How technology is changing food and farming. Deloitte.
12. McKinsey Global Institute. (2022). The Bio Revolution: Innovations transforming economies and societies.
13. CGIAR. (2023). Digital tools for smallholder farmers: Evidence from developing countries. Rome: CGIAR.
14. UN Food Systems Summit. (2021). Action Track 5: Building resilience to vulnerabilities. New York: UN.
15. IFPRI. (2023). Digital Tools in Food and Agriculture. Washington DC: International Food Policy Research Institute.
16. O‘zbekiston Respublikasi Prezidenti farmoni PF-6079-son. (2020). «Raqamli O‘zbekiston – 2030» strategiyasi.
17. O‘zRV Mahkamasining 220-son qarori. (2021, 14-aprel). Agrotexnopark va inkubator markazlari tartibi.

INVENTARIZATSIYA NATIJALARI TAHLILI AXBOROTLARINI UMUMLASHTIRISH YO‘LLARI VA BOSHQARUV QARORLARI QABUL QILISHDA FOYDALANISH SAMARADORLIGI

Ruziyeva Dilafruz Faxriddinovna
Samarqand davlat veterinariya meditsinasi, chorvachilik va biotexnologiyalar universiteti
Buxgalteriya hisobi va audit kafedrasi katta o‘qituvchisi (PhD)
https://doi.org/10.5281/zenodo.20748142

Annotatsiya. *Mazkur maqolada inventarizatsiyaning korxona faoliyatidagi ahamiyati, uning buxgalteriya hisobi va ichki nazorat tizimidagi o‘rni yoritilgan. Maqolada inventarizatsiya jarayonining maqsadlari, vazifalari, tashkil etish tartibi hamda tovar-moddiy zaxiralarni boshqarishdagi ahamiyati tahlil qilingan. Shuningdek, inventarizatsiya jarayonida axborot-kommunikatsiya texnologiyalaridan foydalanish, inventarizatsiyani avtomatlashtirishning afzalliklari, zamonaviy dasturiy ta’minot texnologiyalarining qo‘llanilishi ko‘rib chiqilgan.*

Kalit so‘zlar: *Inventarizatsiya, tovar-moddiy zaxiralar, ichki nazorat, avtomatlashtirish, axborot-kommunikatsiya texnologiyalari, inventarizatsiya tizimi, zaxiralarni boshqarish, moliyaviy nazorat, aktivlar hisobi, inventarizatsiya operatsiyalari.*

Аннотация. *В статье освещается значение инвентаризации в деятельности предприятия, ее место в системе бухгалтерского учета и внутреннего контроля. В статье анализируются цели, задачи, порядок организации процесса инвентаризации, а также его значение в управлении товарно-материальными запасами. Также рассмотрены вопросы использования информационно-коммуникационных технологий в процессе инвентаризации, преимущества автоматизации инвентаризации, применение современных программных технологий.*

Ключевые слова: *Инвентаризация, товарно-материальные запасы, внутренний контроль, автоматизация, информационно-коммуникационные технологии, система инвентаризации, управление запасами, финансовый контроль, учет активов, операции инвентаризации.*

Abstract. *The article highlights the importance of inventory in the company's activities, its place in the accounting and internal control system. The article analyzes the goals, objectives, and organization of the inventory process, as well as its importance in inventory management. The issues of using information and communication technologies in the inventory process, the advantages of inventory automation, and the use of modern software technologies were also considered.*

Keywords: *Inventory, inventories, internal control, automation, information and communication technologies, inventory system, inventory management, financial control, asset accounting, inventory operations.*

Kirish. Jahon miqiyosida qishloq xo’jaligi korxonalarida inventarizatsiya o’tkazish va uning natijalarini tahlilini takomillashtirish bo’yicha amalga oshirilayotgan tadqiqotlar ustuvor

yo'nalishlari, avvalo, resurslarning aniq hisobini ta'minlash va ulardan samarali foydalanish imkoniyatlarini kengaytirishga qaratilgan. Zamonaviy ilmiy izlanishlarda raqamli texnologiyalar va geoaxborot tizimlari (GIS) asosida aktivlarni monitoring qilish, dronlar va sensorlar yordamida zaxiralarni baholash, shuningdek, big data tahlili orqali inventarizatsiya jarayonlarini avtomatlashtirishga alohida e'tibor qaratilmoqda. Shu bilan birga, inventarizatsiya natijalarini iqtisodiy tahlil qilishning matematik-statistik modellarini joriy etish, xavf-xatarlarni baholash va prognoz ko'rsatkichlarini shakllantirish yo'nalishlari ham dolzarb hisoblanadi.

Inventarizatsiya korxonalar tomonidan o‘z aktivlarining mavjudligi va holatini aniq hisobga olish uchun qo‘llaniladigan keng tarqalgan ichki nazorat usulidir. Inventarizatsiyaning asosiy kamchiligi shundaki, u ko‘p vaqt talab qiladi, ammo moliyaviy hisobotning to‘g‘riligini ta'minlash uchun zarur.

Inventarizatsiya majburiy va qimmat jarayon bo‘lib, faqat zarur bo‘lganda amalga oshirilishi kerak. Xo‘jalik yurituvchi subyektlar xatlovdan o‘tkazish sanasini mustaqil ravishda belgilashga haqli, bundan xatlovdan o‘tkazish majburiy bo‘lgan ayrim hollar mustasno.

Korxona rahbari tovar-moddiy boyliklar va pul mablag‘larining to‘g‘ri va o‘z vaqtida to‘ldirilishini ta'minlash uchun javobgardir. Barcha xo‘jalik yurituvchi subyektlar qisqa vaqt ichida aktivlarning haqiqatda mavjudligini to‘liq va aniq tekshirishni ta'minlaydigan sharoitlarni yaratishlari kerak (tovarlarni qayta tortish va harakatlantirish uchun ishchi kuchi bilan ta'minlash va boshqalar).

Bosh buxgalter tegishli bo‘limlar va xizmatlar rahbarlari bilan birgalikda inventarizatsiya o‘tkazish va uning natijalarini hisobga olishning belgilangan qoidalariga rioya etilishini diqqat bilan nazorat qilishi kerak.

Inventarizatsiyaning yakuniy natijalari miqdoriy va xarajatlar ifodasiga ega. Bu natijalar taqqoslash vedomostlari orqali aniqlanadigan hujjatlashtirilgan va haqiqiy qoldiqlar o‘rtasidagi tafovutlarga asoslanadi. Biroq, bu faqat raqamlar va qo‘shimcha ma'lumotlarni to‘plash va umumlashtirish kerak.

Shu bilan birga, zaxiralarni nazorat qilishning an'anaviy usuli haqiqiy nazoratning boshqa usullari bilan to‘ldirilishi mumkin. Ba'zi hollarda bu ichki nazorat tuzilmasini mustahkamlashi va sifat jihatidan yangi ma'lumotlarni taqdim etishi mumkin. Buning uchun ko‘pincha ekspertiza, yozma tushuntirishlar olish, ma'lumotnomalar olish kabi usullardan foydalaniladi.

Demak, “ayrim buyumlar, materiallar, tovarlar yoki boshqa qimmatliklarni qayta hisoblash hisoblangan tovar-moddiy zaxiralar har qanday tashkilot uchun muhim iqtisodiy tadbir bo‘libgina qolmay, balki hisob siyosatining tarkibiy qismi hamdir”[10].

Inventarizatsiya jarayonida korxonalar barcha aktivlarining mavjudligi, holati va qiymatini tekshiradi. So‘ngra ular natijalarni hujjatlashtirib, o‘z moliyaviy ma'lumotlarining ishonchliligini ta'minlaydilar. Bu jarayon kompaniyalarga buxgalteriya qoidalariga rioya qilish va aniq hisoblarni yuritishga yordam beradi.

Bugungi biznes muhitida, tashkilotlar tomonidan tovar-moddiy zaxiralarni boshqarish xarajatlari va investitsiyalarini samarali kamaytirish maqsadida, tobora ko‘proq inventarizatsiya operatsiyalari uchinchi tomon xizmat ko‘rsatuvchilar (autsorsing) ga topshirilmoqda. Bu so‘nggi-

[10]Дубров Д. С. Инвентаризация как элемент учетной политики благотворительной организации // Актуальные вопросы экономических наук. 2010. №17-1. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/inventarizatsiya-kak-element-uchetnoy-politiki-blagotvoritelnoy-organizatsii (дата обращения: 16.04.2025).

yillarda rivojlangan umumiy tendentsiya bo‘lib, tashkilotlar samarali nazoratni ta’minlash, qaror qabul qilish jarayonlarini kuzatish va amalga oshirish uchun inventarizatsiya operatsiyalari hamda zaxiralarni boshqarishni vaqti-vaqti bilan ko‘rib chiqish va nazorat qilishga e’tibor qaratishlari sharti bilan amalga oshirilmoqda. Xususan, tovar-moddiy zaxiralarni boshqarish zaxiralar harakatini, buyurtma berish vaqtini, talabni shakllantirish, ta’minot va sotish oqimlari tsikllarini o‘rganishni o‘z ichiga oladi. Bularni hisobga olgan holda, “kompaniyani samarali zaxira boshqarishga yo‘naltirish uchun tovar-moddiy zaxiralarni doimiy ravishda boshqarish va tahlil qilish zarurati paydo bo‘ladi”[11].

Kompaniyadagi zaxiralarni rejalashtiruvchilar zaxiralarni boshqarish vazifasini ta’minot zanjiri logistikasi, moliya, xarid va marketing bo‘limlari bilan uzviy bog‘liq tarzda amalga oshirish mas’uliyatini o‘z zimmalariga oladilar.

Inventarizatsiya buxgalteriya hisobi usulining bir qismi sifatida, dastlabki hujjatlarda aks ettirilmagan hodisa va operatsiyalarni kuzatish hamda keyinchalik qayd etish vositasidir. Boshqacha aytganda, inventarizatsiya buxgalteriya hisobi usulining hujjatlashtirish unsuriga qo‘shimcha hisoblanadi. U nazorat vazifasini bajaradi, samarali boshqarish uchun qarorlar qabul qilishga xizmat qiluvchi ma’lumotlarni to‘plash imkonini beradi, shu bilan birga korxona mol-mulkining saqlanishiga ko‘maklashadi.

Biroq, bunday funktsiyalarning samaradorligi inventarizatsiyani rejalashtiruvchilarning bilimi, ko‘nikmalari va qobiliyatlariga, inventarizatsiyani boshqarish tizimlarining o‘ziga, shuningdek, rahbariyatning e’tibori, ishtiroki va tegishli siyosatlariga juda bog‘liq. Ammo ba’zi hollarda “tovar-moddiy zaxiralar operatsiyalarini boshqarish va nazorat qilish uchinchi tomon xizmat ko‘rsatuvchilarining vakolati va nazorati ostida bo‘ladi va tovar-moddiy zaxiralarni boshqarish guruhi nazoratida bo‘lmaydi. Bunday autsorsing operatsiyalarining ayrim jihatlari tashkilotning tovar-moddiy zaxiralarini boshqarishiga sezilarli ta’sir ko‘rsatishi mumkin bo‘lgan bir nechta muhim nuqtalar va sohalar mavjud. Birinchi navbatda, bularga quyidagilar kiradi: malakasiz ishchi kuchi va xodimlar, yetarlicha bo‘lmagan standart operatsion tartib-tamoyillar, o‘qitish va jarayon muvofiqligiga e’tibor bermaslik”[12].

Inventarizatsiya operatsiyalarini boshqarish jarayonga yo‘naltirilgan faoliyatdir. Har bir harakat va vazifa xodimlar tomonidan bajarilishi kerak, chunki bu yyetkazib berish muddatlari, inventarizatsiya va boshqa ko‘rsatkichlarga ta’sir ko‘rsatadi. Shu sababli, xodim o‘zining operativ vazifalarini chuqur bilishi va o‘z harakatlarining ish jarayoniga ta’sirini tushunishi juda muhimdir.

Inventarizatsiya ishlarini boshqarish murakkab jarayon bo‘lib, ehtiyotkorlik bilan rejalashtirish va amalga oshirishni talab qiladi. Har bir harakat va vazifa yyetkazib berish muddatlari, zaxiralar darajasi va boshqa parametrlarga ta’sir ko‘rsatadi. Operativ xodimlar tovar-moddiy zaxiralarning aniq hisobini yuritish va ularni o‘z vaqtida yetkazib berishni ta’minlash uchun o‘z mas’uliyatlarini va xatti-harakatlarining oqibatlarini tushunishlari muhimdir.

Masalan, tezkor xodimga muhim tarkibiy qismni joylashtirish vazifasi yuklatilganda, u uni qanday saqlashni, qaerga borishini va inventarizatsiya tizimiga qanday yuklashni bilishi

[11]Talatu Muhammad Barwa. Inventory Control as an Effective Decision-Making Model and Implementations for Company’s Growth. *International Journal of Economics, Finance and Management Sciences*. Vol. 3, No. 5, 2015, pp. 465-472. doi: 10.11648/j.ijefm.20150305.18

[12]Talatu Muhammad Barwa. Inventory Control as an Effective Decision-Making Model and Implementations for Company’s Growth. *International Journal of Economics, Finance and Management Sciences*. Vol. 3, No. 5, 2015, pp. 465-472. doi: 10.11648/j.ijefm.20150305.18

muhimdir. Bu ma’lumotlarning aniq va dolzarb bo‘lishini ta’minlaydi, bu esa o‘z navbatida noto‘g‘ri yozuvlar va yyetkazib berishdagi kechikishlarning oldini olishga yordam beradi.

Operativ xodimlar o‘z ishlarida yo‘l qo‘yilgan xatolar, masalan, noto‘g‘ri inventarizatsiya yozuvlari yoki yetkazib berishning kechikishi qanday oqibatlarga olib kelishi mumkinligini bilishlari kerak. Ushbu oqibatlarni tushunib, tezkor xodimlar ularning oldini olish va aniq hisoblarni yuritish choralarini ko‘rishlari mumkin.

Ikkinchidan, shuni ham ta’kidlash kerakki, inventarizatsiyadagi turli buyumlar bilan turlicha muomala qilish kerak. Shu nuqtai nazardan, inventarizatsiya operatorlari vazifani bajarish uchun ulardan nima kutilayotganini va buni qanday amalga oshirishni bilishlari kerak. Bundan tashqari, ular jarayonni kuzatib bormasa, qanday oqibatlarga olib kelishi mumkinligini va nima qilishlari kerakligini bilishlari kerak. Masalan, qutilar ko‘rinishidagi inventarizatsiyani ochish va ichidagi alohida qutilarni skanerlash kerak bo‘lishi mumkin, pallet esa pallet identifikatorini skanerlash va polning belgilangan joyiga joylashtirish kerak bo‘lishi mumkin. Shuning uchun inventarizatsiya bilan shug‘ullanuvchilar butun jarayonda nima qilayotganini va nima uchun bunday qilayotganini tushunish uchun o‘qitilishi kerak.

Xuddi shunday, omborni boshqarish tizimlari (OBT) ancha murakkabligi bilan ajralib turadi. Shuning uchun, omborlar avtomatlashgan tizimlar orqali boshqarilganda, zaxiralarni boshqarish bo‘yicha xodimlar faoliyatini nazorat qilish, avtomatlashgan tizimlar yordamida operatsiyalarni bajarish va tizimga kirish uchun zarur bo‘lgan ko‘nikma, bilim va qobiliyatlarni talab qiladi.

“Kompaniya qarorlarini qabul qiluvchilarga inventarizatsiyani boshqarishni qiyinlashtiradigan bir qancha omillar mavjud. Ushbu omillardan biri biznesning turli qismlarining qarama-qarshi maqsadlaridir. Ba’zi qismlar zaxiralarni ko‘paytirishni, boshqalari esa kamaytirishni xohlashi mumkin, bu esa chalkashlik va qaror qabul qilishda qiyinchiliklarga olib keladi. Bundan tashqari, ko‘pincha mahsulotlarga bo‘lgan kelajakdagi talab haqida noaniqlik mavjud bo‘lib, qachon qancha zaxiraga buyurtma berish kerakligini aniqlash qiyin. Zaxiralarni boshqarish murakkab jarayon bo‘lib, bu omillarning barchasini puxta rejalashtirish va hisobga olishni talab qiladi”[13].

Bir tomondan, moliya bo‘limi va mahsulot ishlab chiqaruvchilar O‘zlarining yangi mahsulotlarini tarqatishni ko‘paytirish uchun zaxiralar darajasini past ushlab turishni xohlashadi. Bundan tashqari, o‘ta muhim masala sifatida yuqori rahbariyat o‘zlarining pul oqimi likvidligini saqlab qolish uchun tovar-moddiy zaxiralar darajasini pasaytirishni xohlaydi. Biroq, bu ikkala bo‘lim ham turli yondashuvlar bilan bo‘lsa-da, rentabellikni oshirish bo‘yicha bir xil maqsadga erishish uchun harakat qilmoqda. Tovar-moddiy zaxiralarga talab va taklifning noaniqligi va oldindan aytib bo‘lmasligi natijasida yuzaga keladigan qiyinchiliklar mavjud, masalan, qisqarish, eskirish, tez buzilish, taqchillik, ta’minot zanjiridagi uzilishlar va yyetkazib beruvchilarning beqaror faoliyati. Ushbu omillar qo‘rg‘oshin vaqtini ta’minlash va xavfsizlik zaxirasini ta’minlash uchun bufer zaxirasini saqlash zarurligiga hissa qo‘shadi.

Biroq talab tomonida yangi tovarlar va innovatsiyalar, umumiy iqtisodiy muhit, mavsumiy sotuv trafigi va boshqa tovarlar bo‘yicha yuqori sotuv hajmi tashkilotni aralash yondashuvga o‘tishga majbur qiladi. Kompaniya ishlab chiqaruvchilari va distribyutorlari uchun bu omillar

[13] Barwa T. M. Inventory control as an effective decision-making model and implementations for company’s growth //International journal of economics, finance and management sciences. – 2015. – Т. 3. – №. 5. – С. 465-472.

minglab sotish uchun mo‘ljallangan tovarlar bir nechta omborlarda va bir nechta joylarda joylashgan bo‘lsa, juda murakkab bo‘lishi mumkin. “Ushbu murakkabliklarga qaramay, zaxiralarni boshqarish va nazorat qilish hali ham mumkin bo‘lgan minimal zaxira miqdorini saqlash va mijozlarning turli ehtiyojlarini qondirish o‘rtasidagi nozik chiziqni ifodalaydi”[14].

Bu jarayon tovar-moddiy zaxiralarni nazorat qilishning fizik jihati bilan bog‘liq. U tovarlarni saqlash, harakatlantirish va qabul qilish, shuningdek, korxonaning tovar-moddiy zaxiralarini umumiy jismoniy boshqarishni o‘z ichiga oladi. Zaxiralarni boshqarishning ushbu jihati yirik va o‘rta kompaniyalarda keng qo‘llaniladi, bu yerda jo‘natmalar kuniga bir necha marta jo‘naydi va keladi. Tovar-moddiy zaxiralarni saqlash birliklarini to‘plamlarni qayta o‘rash, jo‘natish va shtrixli kodlash tovar-moddiy zaxiralarni jismoniy nazorat qilishning barcha jihatlari hisoblanadi. Bundan tashqari, ushbu jarayon ma’lumotlarni kiritish va uni kundalik boshqarish mas’uliyatini ham o‘z ichiga oladi.

“Korxona oladigan va jo‘natadigan barcha mahsulotlar ERP tizimlari orqali kuzatib boriladi. Ushbu ma’lumotlarni o‘z vaqtida va to‘g‘ri hisobga olish juda muhimdir”[15]. Bundan tashqari, tovar-moddiy zaxiralar menejerlari muntazam ravishda jismoniy inventarizatsiya o‘tkazadilar yoki qat’iy tsikllarni hisoblash jadvaliga rioya qiladilar. Bu kompaniyalarga zaxiralar miqdori va joylashuvining kompyuterlashtirilgan yozuvlari haqiqiy zaxiralarga mos kelishini qo‘lda tekshirish imkonini beradi.

Ko‘rib chiqilgan va tahlil qilingan adabiyotlarga asoslanib, tovar-moddiy zaxiralarni boshqarish va nazorat qilish murakkab va qiyin vazifa bo‘lsa-da, yuqori rahbariyatning xarajatlarni kamaytirish va mijozlarning qoniqishini oshirish bo‘yicha bosimi tovar-moddiy zaxiralar menejerlarini ilg‘or va murakkab tovar-moddiy zaxiralar va inventarizatsiyani boshqarish tizimlarini qabul qilish va joriy etishga undamoqda. Ushbu tizimlar ularga zaxiralarni nazorat qilish bo‘yicha qarorlar qabul qilish jarayonida yuqori zaxira xarajatlariga olib keladigan omillarni kamaytirishga yordam beradi.

Zamonaviy jamiyatda axborot-kommunikatsiya texnologiyalari muhim rol o‘ynaydi va ular davlat tomonidan faol ravishda rag‘batlantiriladi hamda qo‘llab-quvvatlanadi.

“Boshqa ilmiy-texnik yutuqlarga nisbatan, informatika va hisoblash texnologiyalari inson faoliyatining har bir sohasida turli darajada qo‘llaniladi, bu esa texnikaning jadal rivojlanishiga hissa qo‘shmoqda. Hozirgi sharoitda har qanday korxonaning ishlab chiqarish va xo‘jalik faoliyati axborot-kommunikatsiya texnologiyalari (AKT) bilan chambarchas bog‘liq. Buxgalteriya hisobida AKT samaradorlikni oshirish, mehnat sarfini kamaytirish va ko‘plab faoliyat turlarini (ishlab chiqarish, qurilish, xizmat ko‘rsatish, tibbiyot va boshqa xo‘jalik yurituvchi subyektlar) amalga oshirishda axborotdan foydalanish jarayonini takomillashtirish uchun qo‘llaniladi. Bugungi kunda jadal rivojlanayotgan raqamli iqtisodiyotda buxgalteriya hisobini AKTsiz tasavvur qilib bo‘lmaydi. Shuni ta’kidlash joizki, buxgalteriya hisobi tizimining faol rivojlanishi va doimiy takomillashuvi axborot texnologiyalarini rivojlantirishni taqozo etadi”[16].

[14] Lee C. C. Two-warehouse inventory model with deterioration under FIFO dispatching policy //European Journal of Operational Research. – 2006. – Т. 174. – №. 2. – С. 861-873.
[15] Barwa T. M. Inventory control as an effective decision-making model and implementations for company’s growth //International journal of economics, finance and management sciences. – 2015. – Т. 3. – №. 5. – С. 465-472.
[16] Губачев В. А. и др. Анализ использования цифровых технологий управления на предприятиях сельского хозяйства. – 2023.

Qishloq xo‘jaligi faoliyati sohasidagi qonunchilikning doimiy ravishda o‘zgarib turishi sharoitida buxgalterlardan zudlik bilan munosabat bildirish va buxgalteriya hisobini qonunchilik talablariga muvofiq tuzish talab etiladi. Shuning uchun bugungi kunda ko‘plab qishloq xo‘jaligi tashkilotlari bir qator muammolarga duch kelmoqda, jumladan:

- Top-menejerlar va o‘rta bo‘g‘in mutaxassislarining malakasi pastligi;
- korxonalar faoliyati uchun dasturiy mahsulotlarni noto‘g‘ri tanlash;
- tezkor ma’lumotlarni olishni qiyinlashtiradigan qonunchilikdagi o‘zgarishlarga sekin munosabat bildirish va eski qoidalar bo‘yicha hisob yuritish yoki katta hajmdagi ma’lumotlarni qo‘lda kiritish;
- tashkilotning tarkibiy bo‘linmalari o‘rtasida buxgalteriya hisobining tarqoqligi va turli dasturiy mahsulotlar bo‘yicha xizmat ko‘rsatish, bu unifikatsiyaga to‘sqinlik qiladi.

Axborot-kommunikatsiya texnologiyalarini tasniflash buxgalteriya hisobini tashkil etishning dolzarb vazifasidir. Ko‘plab manbalar uning turli xil variantlarini ko‘rib chiqadi. Buxgalteriya hisobi biznesning poydevori bo‘lib, kompaniya moliyaviy farovonligi uni yuritishning to‘g‘riligiga bog‘liq.

Klassik buxgalteriya hisobi buxgalterlardan murakkab va mashaqqatli mehnat talab qiladi. Ular muntazam ravishda turli operatsiyalarni bajaradilar, bir xil ketma-ketlik va hisoblash tartiblarini takrorlaydilar, turli xil hujjatlar, registrlar, jurnallar va hisobotlarni tayyorlaydilar. Axborot texnologiyalari qo‘l mehnatini avtomatlashtirilgan mehnat bilan almashtirish imkonini beradi. Hozirda buxgalterlardan axborotni kiritish va qayta ishlash operatorlari sifatida emas, balki ko‘proq tahlilchi va nazoratchi sifatida foydalanilmoqda.

Albatta, dasturiy ta’minot bosh buxgalterning o‘rnini bosa olmaydi. Lekin hisobdagi barcha matematik xatolarni topib, ularni bartaraf etish hisobiga ularning ish vaqtini tejash mumkin. Shuningdek, u korxonaning hozirgi moliyaviy ahvoli va uning istiqbolini baholay oladi. Dasturiy ta’minot tez-tez o‘zgarib turadigan qonunchilikni o‘rganishi va funksiyalarni boshqarish uchun vaqt ajratishi mumkin.Agar buxgalteriya hisobida uchrashi mumkin bo‘lgan xatoliklarni ko‘rib chiqadigan bo‘lsak, ular quyidagi sabablarga ko‘ra yo‘l qo‘yilishi mumkin:

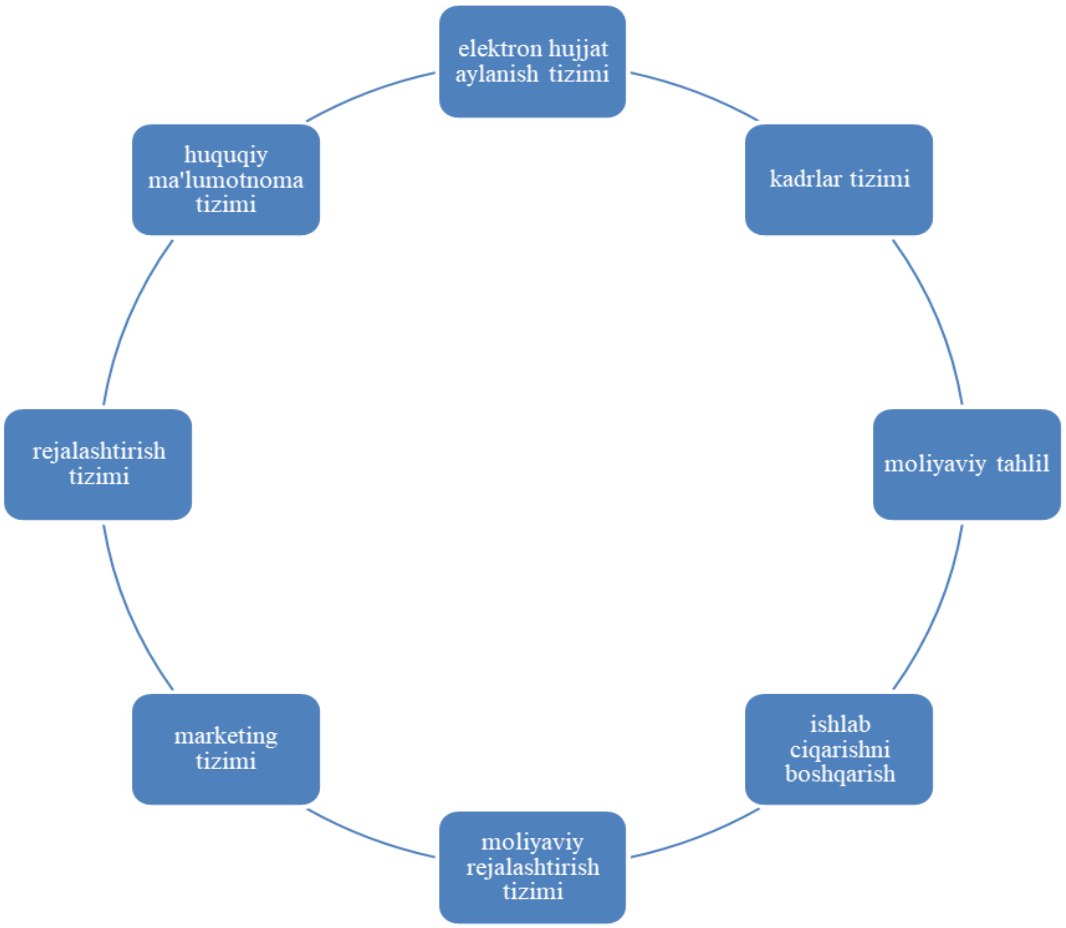
- e’tiborsizlik tufayli (masalan, arifmetik xatolar);
- tajriba va mahoratning yo‘qligi sababli (kadrlar bilan bog‘liq muammolar);
- qasddan noqonuniy harakatlar tufayli.

“E’tiborsizlik tufayli sodir etilgan xatolar axborotni qayta ishlash bo‘yicha maxsus buxgalteriya dasturlarini kiritish orqali bartaraf etilishi mumkin, albatta, xatolarni 100% bilan yo‘q qilib bo‘lmaydi, ammo katta ehtimol bilan bo‘lishi mumkin.

Garchi dunyoda buxgalterlar uchun mingdan ortiq dasturiy ta’minot mavjud bo‘lsada, buxgalterlar va tadbirkorlar bugungi iqtisodiyot sharoitlari uchun mos keladigan, mamlakatda ishlab chiqilgan paketlarni, buxgalteriya hisobini tartibga soladigan qonunchilik o‘zgarishi variantlarini va mahalliy ishlab chiqaruvchilarda foydalanish imkoniyatlarini afzal ko‘radi”[17].

Sifatli va tizimli buxgalteriya hisobi avtomatlashtirishi korxonani samarali boshqarishning asosini tashkil etadi.

[17] Конева М. В. Использование информационных и коммуникационных технологий в бухгалтерском учете строительных компаний //Естественно-гуманитарные исследования. – 2020. – №. 3 (29). – С. 444-450.



3.6-rasm. Buxgalteriya hisobi tizimida axborot[18]

To‘g‘ri ishlov berilgan, tizimlashtirilgan va tuzilmali axborot tashkilotni samarali boshqarish kafolatidir. Aksincha, aniq va ishonchli ma’lumotlarning yetishmasligi noto‘g‘ri qarorlar qabul qilinishiga va ehtimol, jiddiy yo‘qotishlarga olib kelishi mumkin.

Uzoq vaqt davomida axborot xavfsizligini ta’minlash muammosi mavjud edi.

Axborot xavfsizligi - bu maxfiy ma’lumotlarni himoya qilish bo‘yicha turli chora-tadbirlar o‘rganiladigan, ishlab chiqiladigan va amalga oshiriladigan faoliyat sohasi hisoblanadi.

Buxgalteriya hisobi tizimi jadal rivojlanmoqda va doimiy ravishda takomillashmoqda. Buxgalter qo‘l mehnatiga murojaat qilmasdan imkon qadar tezroq ma’lumot olish imkoniyatiga ega. “Dasturiy mahsulotlarda ma’lumotlarni guruhlash tartibi qo‘lda bajariladigan usullardan shunisi bilan farqlanadiki, bir xil ma’lumotlar turli hisobot shakllarida bir necha marta aks ettirilishi mumkin, bu esa hisob-kitob jarayonini soddalashtirish va sezilarli darajada tezlashtirishga yordam beradi”[19].

Zamonaviy korxonaning muvaffaqiyati, eng avvalo, boshqaruv hisobi uchun mustahkam “poydevor” yarata olishiga bog‘liq. Bunday poydevorning asosi sifatida sifatli shakllantirilgan buxgalteriya axborot tizimi xizmat qiladi. Chunki barcha amaliy xo‘jalik operatsiyalari va moliyaviy ko‘rsatkichlar aynan buxgalteriya tizimida aks ettiriladi. Boshqaruv hisobi esa bu

[18] Muallif ishlanmasi.
[19] Конева М. В. Использование информационных и коммуникационных технологий в бухгалтерском учете строительных компаний //Естественно-гуманитарные исследования. – 2020. – №. 3 (29). – С. 444-450.

ma’lumotlarga tayanadi, ularga rejalashtirilgan ko‘rsatkichlarni qo‘shadi va tahlil uchun asos yaratadi.

Sifatli buxgalteriya axborot tizimi quyidagi mezonlarga javob berishi lozim:

Rejalashtirish va hisobot ko‘rsatkichlarini shakllantirish uchun puxta ishlab chiqilgan uslubiy asosga ega bo‘lishi;

Xo‘jalik jarayonlari va operatsiyalarining maksimal darajada avtomatlashtirilganligi;

Hisob ma’lumotlari va ularning asosidagi axborotlarning ishonchliligi;

Hisob operatsiyalarining bajarilish tezligi va o‘z vaqtida yangilanib borilishi;

Umuman buxgalteriya hisobining tashkil etilish darajasi va samaradorligi.

Ushbu omillar muvaffaqiyatli boshqaruv hisobi tizimini shakllantirish, samarali qarorlar qabul qilish va korxona faoliyatini barqaror olib borishda muhim ahamiyatga ega.

Buxgalteriya hisobini avtomatlashtirishning eng muhim tomoni tegishli dasturiy yechimni tanlashdir. Texnikaning jadal rivojlanishi bilan buxgalteriya hisobi sohasida jarayonlarni avtomatlashtirishga bo‘lgan talab ortib bormoqda. Buning natijasida ko‘plab buxgalteriya dasturlari ishlab chiqildi va to‘yingan bozor paydo bo‘ldi.

Lekin buxgalteriya hisobini avtomatlashtirishni joriy etish bir qator qiyinchiliklarni keltirib chiqaradi. Yaxshi dasturni tanlashning o‘zi yetarli emas, balki barcha biznes-jarayonlarni tashkil etish va optimallashtirish zarur. Buxgalteriya hisobini avtomatlashtirish qimmatga tushadigan, ko‘p vaqt talab qiladigan, murakkab ish bo‘lib, u hech qachon tugamaydi, chunki doimo yangi jarayonlar paydo bo‘lib turadi. Barcha foydalanuvchilarning talablariga to‘liq javob beradigan dasturni yaratish deyarli mumkin emas. Dasturlar amal qiladigan muhit va ular bajarishi lozim bo‘lgan talablar doimo o‘zgarib turadi.

Avtomatlashtirishda eng muhimi vaqt tejalishi aniq. Bu avtomatlashtirilgan inventarizatsiya jarayonining asosiy va eng muhim afzalligidir. Inventarizatsiya jarayonini avtomatlashtirishning boshqa ijobiy jihatlariga quyidagilar kiradi:

Tovar-moddiy zaxiralar va mulkni boshqarishning boshqa vazifalari uchun mehnat xarajatlarini minimallashtirish.

Mulkni yo‘qotish yoki o‘g‘irlash xavfini kamaytirish.

Mol-mulkning yaroqlilik muddatini O‘z vaqtida aniqlash.

Asosiy vositalar va tovar-moddiy zaxiralar ustidan tezkor nazoratni takomillashtirish.

Asosiy vositalarni qabul qilish yoki tasarruf etishda yo‘l qo‘yilgan xatolarni bartaraf etish.

Mas’ul shaxslar tomonidan moliyaviy suiiste’molliklarni aniqlash.

Analitik va sintetik hisobda hujjatlarning to‘g‘riligini tekshirish.

Qo‘shimcha mulkiy ma’lumotlarni qayta ishlash va tahlil qilish.

Tovar-moddiy zaxiralarni boshqarishni avtomatlashtirish monitoring bilan bog‘liq xarajatlarni kamaytirishi yoki iqtisodiy foyda miqdoriga ta’sir ko‘rsatadigan audit jarayonining xususiyatini o‘zgartirishi mumkin. Shuning uchun avtomatlashtirilgan inventarizatsiya tizimini joriy etishning ta’sirini ikki toifaga bo‘lish mumkin: miqdoriy va miqdoriy bo‘lmagan.

Agar biz axborot tizimini joriy etishning maqsadga muvofiqligini baholashda faqat investitsiyalarning rentabelligiga tayanadigan bo‘lsak, biz nazorat va audit jarayonlarini takomillashtirish maqsadini buzish yoki yo‘qotish xavfi ostida qolamiz.

Asosiy vositalar va moddiy boyliklar harakatini tezkor nazorat qilish darajasini oshirish, analitik va sintetik hisobda ma’lumotlarni qayd etishdagi noaniqliklarni aniqlash, inventarizatsiya

o‘tkazishda ma’lumotlarni qayta ishlash aniqligi va tezkorligini oshirish, aktivlar foydali xizmat muddatining tugashini o‘z vaqtida aniqlash kabi maqsadlarga erishish uchun sarflangan xarajatlarni aniq miqdoriy baholash mumkin emas. Ta’sirni inventarizatsiya xarajatlarini qo‘lda va avtomatlashtirilgan tarzda taqqoslash orqali hisoblash mumkin.

Umuman olganda, nazorat-taftish faoliyati bilan bog‘liq xarajatlar ichki auditorlar, auditorlar, nazoratchilar mehnatiga haq to‘lash xarajatlari va ularning ishini axborot bilan ta’minlash xarajatlarini o‘z ichiga oladi.

Tovar-moddiy zaxiralar uchun mehnat xarajatlarini hisoblash uchun tovar-moddiy zaxiralarga sarflangan umumiy soatlarni ular ustida ishlayotgan odamlar soniga va har bir xodimning soatbay ish haqiga ko‘paytirish kerak. Avtomatlashtirilgan inventarizatsiya tizimida asbob-uskunalar va dasturiy ta’minot narxi, shuningdek, tizimni joriy etish hisobiga xarajatlar ham oshadi. Biroq, qo‘l soatlari soni sezilarli darajada kamayadi, bu avtomatlashtirishning asosiy afzalligi bo‘ladi. Zamonaviy inventarizatsiya texnologiyasining asosiy g‘oyasi ma’lumotlar bazasida elementlarni kuzatish va qayd etish uchun shtrix-kodlardan foydalanishdir.

Respublikada tobora ko‘proq korxonalar samarali va aniq inventarizatsiya o‘tkazishga intilayotganligi sababli, inventarizatsiyani boshqarishning zamonaviy texnologiyasini qo‘llash tobora kuchayib bormoqda. Avtomatlashtirilgan tizimlardan foydalanish inventarizatsiya jarayonida ma’lumotlarni qayta ishlash aniqligi va tezligini oshiradi, inson xatosi xavfini kamaytiradi va buxgalteriya hisobi jarayonlarining ishonchliligini oshiradi.

Xulosa

Qishloq xo‘jaligi korxonalarining samarali faoliyati bevosita ularning moliyaviy ko‘rsatkichlari bilan chambarchas bog‘liq bo‘lib, bu ko‘rsatkichlar korxona faoliyati natijasida shakllangan muhim iqtisodiy mezonlar hisoblanadi.

Moliyaviy natijalar korxonaning daromadliligini, moliyaviy barqarorligini va investitsiyaviy jozibadorligini baholashda muhim ahamiyat kasb etadi. Xususan, sof foyda, rentabellik koeffitsiyentlari, aktivlardan foydalanish samaradorligi, O‘zlik kapital rentabelligi kabi ko‘rsatkichlar korxona moliyaviy natijalarining asosiy indikatorlari hisoblanadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Дубров Д. С. Инвентаризация как элемент учетной политики благотворительной организации // Актуальные вопросы экономических наук. 2010. №17-1. URL: https://cyberleninka.ru/article/n/inventarizatsiya-kak-element-uchetnoy-politiki-blagotvoritelnoy-organizatsii (дата обращения: 16.04.2025).
2. 2.Talatu Muhammad Barwa. Inventory Control as an Effective Decision-Making Model and Implementations for Company’s Growth. *International Journal of Economics, Finance and Management Sciences*. Vol. 3, No. 5, 2015, pp. 465-472. doi: 10.11648/j.ijefm.20150305.18
3. 3.Talatu Muhammad Barwa. Inventory Control as an Effective Decision-Making Model and Implementations for Company’s Growth. *International Journal of Economics, Finance and Management Sciences*. Vol. 3, No. 5, 2015, pp. 465-472. doi: 10.11648/j.ijefm.20150305.18
4. 4.Barwa T. M. Inventory control as an effective decision-making model and implementations for company’s growth //International journal of economics, finance and management sciences. – 2015. – Т. 3. – №. 5. – С. 465-472.

5. 5.Lee C. C. Two-warehouse inventory model with deterioration under FIFO dispatching policy //European Journal of Operational Research. – 2006. – Т. 174. – №. 2. – С. 861-873.
6. 6.Barwa T. M. Inventory control as an effective decision-making model and implementations for company's growth //International journal of economics, finance and management sciences. – 2015. – Т. 3. – №. 5. – С. 465-472.
7. 7.Губачев В. А. и др. Анализ использования цифровых технологий управления на предприятиях сельского хозяйства. – 2023.
8. 8.Конева М. В. Использование информационных и коммуникационных технологий в бухгалтерском учете строительных компаний //Естественно-гуманитарные исследования. – 2020. – №. 3 (29). – С. 444-450.
9. 9.Конева М. В. Использование информационных и коммуникационных технологий в бухгалтерском учете строительных компаний //Естественно-гуманитарные исследования. – 2020. – №. 3 (29). – С. 444-450.
10. Methodological Approaches to The Inventory Process at An Agricultural Enterprise Based on The Generalization of Foreign and Domestic Practice Academic Journal of Digital Economics and Stability 2025, 38(2), 430-437 https://economics.academicjournal.io/index.php/economics/
11. Qishloq xo‘jaligi korxonalarida inventarizasiya o‘tkazishning nazariy asoslari
12. "Iqtisodiy taraqqiyot va tahlil ilmiy elektron jurnal" UO‘K: 657.371.1; www.e-itt.uz 10 soni oktyabr 2024-yil 183-196 b.
13. Improving inventory and financial analysis of its results in agricultural clusters Best journal of innovation in science, research and development ISSN: 2835-3579 Volume:03 Issue:02|2024. 330-334 betlar.
14. Characteristics of inventory of basic equipment in agrocluster International scientific e-conference “Problems and prospects of digital transformation economies in the conditions of deepening integration processes of developing countries”- Kraków, Poland 7th february., 2024. 37-41 p.
15. Qishloq xo‘jaligi korxonalarida tayyor mahsulotlar inventarizatsiyasi natijalarini buxgalteriya hisobida aks ettirish xususiyatlari “Aktuar moliya va buxgalteriya hisobi” ilmiy jurnali 2024, 4 (Maxsus son), 334-343. Vol. 4 Special Issue | pp. 334-343 | ISSN: 2181-1865

SANOAT KLASTERLARI VA ERKIN IQTISODIY ZONALARNING HUDUDIY RIVOJLANISHGA TA'SIRI

Doniyorova Madina Turdali qizi
UNIVERSITY BUSINESS AND SCIENCE TOSHKENT FILIALI "Iqtisodiyot" kafedrasi o'qituvchisi
https://doi.org/10.5281/zenodo.20748166

Annotatsiya. *Ushbu maqolada O'zbekistonda sanoat klasterlari va erkin iqtisodiy zonalar (EIZ)ning hududiy rivojlanishga ta'siri ilmiy tahlil qilingan. Maqolada klasterlar va EIZlarning nazariy asoslari ko'rib chiqilgan, O'zbekistondagi mavjud klaster va EIZ tizimining holati baholanib, xorijiy davlatlar tajribasi bilan qiyosiy tahlil o'tkazilgan. Hududiy tengsizlik, investitsiya oqimlari va ish o'rinlari yaratish ko'rsatkichlari asosida empirik tahlil amalga oshirilgan. Natijalar asosida sanoat klasterlari va erkin iqtisodiy zonalarning hududiy rivojlanishga ijobiy ta'sirini kuchaytirish bo'yicha amaliy tavsiyalar ishlab chiqilgan.*

Kalit so'zlar: *sanoat klasterlari, erkin iqtisodiy zonalar, hududiy rivojlanish, investitsiya, ish o'rinlari, O'zbekiston, hududiy tengsizlik, klaster siyosati.*

Аннотация. *В данной статье проведён научный анализ влияния промышленных кластеров и свободных экономических зон (СЭЗ) на региональное развитие в Узбекистане. Рассматриваются теоретические основы кластеров и СЭЗ, оценивается состояние существующей системы в Узбекистане и проводится сравнительный анализ с опытом зарубежных стран. На основе показателей регионального неравенства, инвестиционных потоков и создания рабочих мест проведён эмпирический анализ. По результатам разработаны практические рекомендации по усилению положительного влияния промышленных кластеров и свободных экономических зон на региональное развитие.*

Ключевые слова: *промышленные кластеры, свободные экономические зоны, региональное развитие, инвестиции, рабочие места, Узбекистан, региональное неравенство, кластерная политика.*

Abstract. *This article scientifically analyses the impact of industrial clusters and free economic zones (FEZs) on regional development in Uzbekistan. The theoretical foundations of clusters and FEZs are examined, the current state of the existing cluster and FEZ system in Uzbekistan is assessed, and a comparative analysis with foreign countries' experience is conducted. An empirical analysis is performed based on indicators of regional inequality, investment flows, and job creation. Based on the results, practical recommendations for strengthening the positive impact of industrial clusters and free economic zones on regional development are developed.*

Keywords: *industrial clusters, free economic zones, regional development, investment, employment, Uzbekistan, regional inequality, cluster policy.*

KIRISH

Jahon iqtisodiy amaliyotida sanoat klasterlari va erkin iqtisodiy zonalar hududiy rivojlanishni rag'batlantirishning eng samarali vositalaridan biri sifatida e'tirof etilgan. Globallashuv sharoitida mamlakatlarning iqtisodiy raqobatbardoshligi ko'p jihatdan alohida

hududlar va shaharlarning ixtisoslashgan ishlab chiqarish klasterlariga integratsiyasiga bog‘liq. O‘zbekiston ham ushbu yo‘nalishda tizimli islohotlarni amalga oshirib, 2017-yildan boshlab erkin iqtisodiy zonalar va sanoat klasterlari tarmog‘ini jadal sur'atda rivojlantirmoqda.

Biroq klaster va EIZlarning hududiy rivojlanishga ta'sirini ob'ektiv baholash, ular orqali yuzaga keladigan iqtisodiy ulashish effektini o‘lchash va hududlar o‘rtasidagi tengsizlikni kamaytirishdagi rolini aniqlashtirish ilmiy muammo sifatida dolzarb bo‘lib qolmoqda. O‘zbekistonning geografi k xilma-xilligi, viloyatlar o‘rtasidagi iqtisodiy farqlar va demografik xususiyatlar klaster siyosatini shakllantirishda differensial yondashuv zaruratini vujudga keltirmoqda.

Ushbu tadqiqotning maqsadi — O‘zbekistondagi sanoat klasterlari va erkin iqtisodiy zonalarning hududiy rivojlanishga ta'sirini empirik ma'lumotlar asosida tahlil etish va hududiy tengsizlikni kamaytirishga qaratilgan siyosiy tavsiyalar ishlab chiqishdan iborat. Belgilangan maqsadga erishish uchun quyidagi vazifalar qo‘yilgan: sanoat klasterlari va EIZlarning nazariy asoslarini tahlil etish; O‘zbekistondagi klaster va EIZ tizimining holatini baholash; xorijiy tajribani qiyosiy tahlil qilish; klaster va EIZlarning hududiy rivojlanishga ta'sirini miqdoriy baholash; hamda amaliy tavsiyalar ishlab chiqish.

ADABIYOTLAR TAHLILI

Sanoat klasterlarining ilmiy asoslari Michael Porter tomonidan 1990-yilda ishlab chiqilgan bo‘lib, u klasterni "bir-biriga bog‘liq kompaniyalar, ixtisoslashgan etkazib beruvchilar, xizmat ko‘rsatuvchi firmalar, tegishli tarmoqlardagi korxonalar va muayyan sohada raqobatlashadigan hamda bir vaqtning o‘zida hamkorlik qiladigan institutlarning geografik jihatdan ulashgan guruhhi" sifatida ta'riflagan. Porter'ning "Olmos modeli" klaster rivojlanishining to‘rt asosiy omilini aniqlaydi: omil sharoitlari, talab sharoitlari, bog‘liq va qo‘llab-quvvatlovchi tarmoqlar va firma strategiyasi.

Erkin iqtisodiy zonalar nazariyasi iqtisodiy geografiya va savdo siyosati kesishmasida joylashgan. Myint (1958) va Balassa (1965) eksportga yo‘naltirilgan sanoatlashtirish doktrinasida EIZlarni rivojlanayotgan mamlakatlar uchun texnologiya transferi va eksport raqobatbardoshligini oshirishning asosiy vositasi sifatida ko‘rib chiqqan. Amirahmadi va Wu (1995) esa EIZlarning uch asosiy maqsadini ajratib ko‘rsatadi: xorijiy investitsiyalarni jalb etish, eksportni kengaytirish va texnologiya hamda menejment tajribasini o‘tkazish.

Krugman (1991) tomonidan ishlab chiqilgan "yangi iqtisodiy geografiya" nazariyasi klasterlanish va hududiy agglomeratatsiyaning matematik modelini taklif etadi. Ushbu nazariyaga ko‘ra, klasterlar "centripetal forces" (tortish kuchlari) — miqyos iqtisodiyoti, mehnat bozori ulashish va bilim to‘kilishi — hisobiga o‘z-o‘zini kuchaytiruvchi xususiyatga ega.

Mahalliy ilmiy adabiyotlarda Abdullayev va Toshmatov (2021) O‘zbekistondagi EIZlarning investitsiya oqimlariga ta'sirini tahlil qilgan, Mirzayev (2022) esa sanoat klasterlarini hududiy rivojlanish mexanizmi sifatida tadqiq etgan. Shu bilan birga, klasterlar va EIZlarning hududiy tengsizlikka ta'sirini kompleks baholashga qaratilgan empirik tadqiqotlar hali yetarli darajada olib borilmagan.

METODOLOGIYA

Tadqiqotda quyidagi ilmiy metodlardan foydalanilgan: qiyosiy tahlil, regression tahlil, klaster xaritalashtirish, statistik tahlil va tizimli yondashuv. Birlamchi ma'lumotlar sifatida O‘zbekiston Respublikasi Davlat Statistika Qo‘mitasining 2018–2023-yilgi hududiy statistika

to‘plamlari, Investitsiyalar va tashqi savdo vazirligi hisobotlari, UNCTAD ma'lumotlari bazasi va Jahon banki regional rivojlanish ko‘rsatkichlari ishlatilgan.

Hududiy tengsizlikni o‘lchash uchun Djini koeffitsientining hududiy modifikatsiyasi va Williamson (1965) tomonidan taklif etilgan VR (Coefficient of Variation Weighted) ko‘rsatkichi qo‘llanilgan. Klaster va EIZlarning hududiy rivojlanishga ta'sirini baholash uchun "farq-farqida" (Difference-in-Differences, DiD) metodologiyasi asosida kvazieksperimental tahlil o‘tkazilgan — bunda EIZ tashkil etilgan hududlar nazorat guruhiga (EIZ yo‘q hududlar) nisbatan baholanган.

Qiyosiy tahlil uchun iqtisodiy rivojlanish darajasi va geografik xususiyatlari jihatidan O‘zbekistonga taqqoslanadigan mamlakatlar — Xitoy va Janubiy Koreya (klaster siyosati jihatidan), Malayziya va Misr (EIZ tajribasi jihatidan) — tanlab olindi. Tadqiqotning vaqt doirasi 2018–2023-yillarni qamrab oladi.

NATIJALAR VA MUHOKAMA

4.1. O‘zbekistondagi klaster va EIZ tizimining holati

O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yilgi PF-5663-son farmoni bilan tasdiqlangan "Raqamli O‘zbekiston – 2030" strategiyasi va sanoat siyosati doirasida mamlakatda 2023-yilga kelib 23 ta erkin iqtisodiy zona va 65 dan ortiq ixtisoslashgan sanoat klasterlari faoliyat ko‘rsatmoqda. Investitsiyalar va tashqi savdo vazirligining 2023-yilgi hisobotiga ko‘ra, EIZlarga jalb etilgan to‘g‘ridan-to‘g‘ri xorijiy investitsiyalar hajmi 2018–2023-yillar davomida 5,2 milliard AQSh dollarini tashkil etdi.

Hududiy kesimda klaster va EIZlar aksariyat hollarda Toshkent shahri, Toshkent viloyati, Navoiy va Jizzax viloyatlarida to‘planganligini kuzatish mumkin. Respublika bo‘yicha EIZlarning geografik taqsimoti 1-jadvalda keltirilgan.

1-jadval. O‘zbekistondagi erkin iqtisodiy zonalar va ularning asosiy ko‘rsatkichlari (2023 y.)

EIZ nomi	Tashkil etilgan yil	Ixtisoslik	Investitsiya (mln $)	Ish o‘rinlari (ming)
Navoiy EIZ	2008	Sanoat, logistika	1 840	23,4
Angren EIZ	2012	To‘qimachilik, kimyo	620	14,2
Jizzax EIZ	2013	Mashinasozlik, to‘qimachilik	480	9,7
Urgut EIZ	2019	Teri-poyabzal, to‘qimachilik	215	6,1
Nukus EIZ	2020	Engil sanoat, qurilish	190	4,8
Zomin EIZ	2021	Agrosanoat, oziq-ovqat	145	3,5
Boshqa 17 EIZ	2019–2023	Turli ixtisoslik	1 710	28,3

Manba: O‘zbekiston Respublikasi Investitsiyalar va tashqi savdo vazirligi (2023) ma'lumotlari asosida muallif tomonidan tuzilgan.

1-jadval ma'lumotlaridan ko‘rinib turibdiki, Navoiy EIZ 2008-yildan beri faoliyat ko‘rsatib kelayotgan va eng yirik investitsiya hajmiga (1,84 milliard AQSh dollari) ega zona hisoblanadi. Biroq EIZlarning hududiy taqsimotida sezilarli nomutanosiblik kuzatilmoqda: investitsiyalar va ish o‘rinlarining 62 foizi atigi to‘rtta viloyatda — Toshkent, Navoiy, Jizzax va Samarqandda — to‘plangan.

4.2. Hududiy rivojlanishga ta'sirining miqdoriy tahlili

DiD metodologiyasi asosida o‘tkazilgan kvazieksperimental tahlil natijalari shuni ko‘rsatadiki, EIZ tashkil etilgandan so‘nggi 5 yil ichida tegishli tumanlar va viloyatlarda quyidagi ijobiy o‘zgarishlar kuzatilgan: umumiy mahalliy yalpi qo‘shilgan qiymat o‘rtacha 18,4 foizga oshgan; rasmiy bandlik darajasi 12,7 foiz punktga ko‘tarilgan; iqtisodiy faol aholining daromadi o‘rtacha 23,1 foizga o‘sgan. 2-jadvalda EIZ hududlari va nazorat hududlari o‘rtasidagi farq ko‘rsatkichlari keltirilgan.

2-jadval. EIZ hududlari va nazorat hududlari bo‘yicha qiyosiy ko‘rsatkichlar (2018–2023 yy.)

Ko‘rsatkich	EIZ hududlari (2018)	EIZ hududlari (2023)	Nazorat hududlari (2018)	Nazorat hududlari (2023)
YaQQ o‘sishi (%, yillik)	6.2	11.8	5.9	7.1
Bandlik darajasi (%)	58.4	71.1	57.8	62.3
O‘rtacha oylik ish haqi (ming so‘m)	3 210	5 890	3 080	4 420
Eksport hajmi (mln $)	124	387	98	156
Soliq tushumi (mln so‘m)	8 450	19 730	7 890	12 340
Tadbirkorlik sub'ektlari soni (ming)	12.3	21.7	11.8	15.4

Manba: O‘zbekiston Davlat Statistika Qo‘mitasi (2018, 2023), Investitsiyalar va tashqi savdo vazirligi (2023) ma'lumotlari asosida muallif tomonidan tuzilgan.

2-jadval tahlili shuni ko‘rsatadiki, EIZ hududlarida YaQQ yillik o‘sish sur'ati 5 yil ichida 6,2 foizdan 11,8 foizga yetgan, ya'ni ikki barobarga yaqin tezlashgan. Nazorat hududlarida esa o‘sish 5,9 foizdan 7,1 foizgacha ko‘tarilgan xolos. Bu DiD farqi (11,8 − 7,1) − (6,2 − 5,9) = 4,4 foiz punktni tashkil etib, EIZlarning hududiy rivojlanishga sof ijobiy ta'sirini ifodalaydi.

4.3. Sanoat klasterlarining hududiy ta'siri va agglomeratatsiya samarasi

O‘zbekistonda 2019-yildan bosh bo‘lib rivojlantirilayotgan to‘qimachilik, mevachilik-uzumchilik, chorvachilik va qurilish materiallari klasterlari hududiy iqtisodiyotda muhim o‘rin egalladi. Xorazm viloyatidagi to‘qimachilik klasteri misolida olib borilgan tahlil shuni ko‘rsatdiki, klaster tashkil etilgandan so‘ng viloyatdagi sanoat korxonalari soni 2,3 baravar, eksport hajmi esa 3,1 baravar ortgan.

Klasterlanishning agglomeratatsiya samarasi uchta asosiy kanal orqali yuzaga keladi. Birinchidan, mehnat bozori ulashish: bir xududda to‘plangan ixtisoslashgan korxonalar chuqur

malakali mutaxassislar bozorini vujudga keltiradi. Ikkinchidan, etkazib beruvchi ixtisoslashtirish: klaster makonida ixtisoslashgan komponent ishlab chiqaruvchilar paydo bo‘lib, tranzaksiya xarajatlarini kamaytiradi. Uchinchidan, bilim to‘kilishi: klaster doirasida korxonalar o‘rtasida texnologik va boshqaruv bilimlarining norasmiy uzatilishi sodir bo‘ladi.

Regression tahlil natijalari (n=63 tuman, 2018–2023) ko‘rsatishicha, klaster mavjudligi koeffitsienti ($\beta = 0,342$, $p < 0,01$) hududiy iqtisodiy faollik darajasi bilan statistik jihatdan muhim musbat korrelyatsiyaga ega. EIZ mavjudligi koeffitsienti esa undan ham yuqori ($\beta = 0,481$, $p < 0,001$) bo‘lib, EIZlarning hududiy rivojlanishga ta'siri klasterlarga nisbatan bir oz kuchliroq ekanligini ko‘rsatadi.

4.4. Xorijiy tajriba bilan qiyosiy tahlil

Xitoyning maxsus iqtisodiy zonalari (MEZ) — Shenzhen, Zhuhai, Shatou va Xiamen — 1980-yillardan beri hududiy rivojlanishning eng muvaffaqiyatli modeli sifatida jahonda tan olingan. Xitoy MEZlari tajribasi shuni ko‘rsatadiki: EIZlar nafaqat o‘z hududida, balki atrofdagi viloyatlarda ham «spillover» effekti orqali iqtisodiy o‘sishni rag‘batlantiradi; bu ta'sir masofa bilan kamayib boradi va taxminan 200-300 km radiusda ijobiy bo‘lib qoladi.

Janubiy Koreya texnoparklar va klaster siyosatida Daedok (Daejeon) ilmiy-sanoat klasteri eng muvaffaqiyatli misoldir. 1973-yilda tashkil etilgan Daedok klasterida bugun 100 dan ortiq tadqiqot instituti, 1 500 dan ziyod texnologik kompaniya faoliyat ko‘rsatadi. O‘zbekiston tajribasi bilan taqqoslaganda, Janubiy Koreya ilmiy-sanoat klasterlari 3-jadvalda ko‘rsatilgan parametrlar bo‘yicha sezilarli ustunlikka ega.

3-jadval. O‘zbekiston, Xitoy va Janubiy Koreya klaster va EIZ ko‘rsatkichlarining qiyosiy tahlili

Ko‘rsatkich	O‘zbekiston	Xitoy (MEZ o‘rtachasi)	Janubiy Koreya	Malayziya (Penang)
EIZ / klaster soni	23 / 65+	219 / 200+	7 / 15	12 / 8
TXI jalb qilish (% YaIMga)	3.2	4.8	2.1	3.9
Eksport ulushi (%)	18.4	52.3	38.7	44.2
O‘rtacha ish haqi (zona ichida, $)	420	1 240	2 870	890
Zona va mahalliy iqt. integratsiyasi (1–5 ball)	2.8	4.2	4.7	3.9
Innovatsiya indeksi (solishtiruvchan)	34.6	57.8	63.4	47.2

Manba: UNCTAD (2023), World Bank (2023), O‘zbekiston Investitsiyalar vazirligi (2023) ma'lumotlari asosida muallif tomonidan tuzilgan.

3-jadval qiyosiy tahlilidan ko‘rinib turibdiki, O‘zbekiston EIZ va klasterlari zona ichidagi ish haqi darajasi va mahalliy iqtisodiyot bilan integratsiya ko‘rsatkichlari bo‘yicha xorijiy analoglaridan sezilarli orqada turibdi. Ayniqsa, «zona va mahalliy iqtisodiyot integratsiyasi»

koʻrsatkichi boʻyicha (2,8 ball) Janubiy Koreya (4,7 ball) va Xitoydan (4,2 ball) katta farq mavjud. Bu holat Oʻzbekiston EIZlarining mahalliy zanjir bilan aloqasi hali yetarli darajada oʻrnatilmaganligini bildiradi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Ushbu tadqiqot natijalari shuni koʻrsatadiki, Oʻzbekistondagi sanoat klasterlari va erkin iqtisodiy zonalar hududiy rivojlanishga statistik jihatdan muhim ijobiy ta'sir koʻrsatmoqda. DiD tahlili EIZlarning tegishli hududlarda YaQQ oʻsishini yiliga 4,4 foiz punktga oshirishini aniqladi. Biroq xorijiy tajriba bilan qiyosiy tahlil bir qancha tarkibiy muammolarni ham koʻrsatib berdi: EIZlarning mahalliy iqtisodiyot bilan integratsiyasining pastligi, hududiy nomutanosiblik — klaster va EIZlarning asosan markaziy viloyatlarda toʻplanishi va innovatsiya indeksining nisbatan qoloklik).

Tadqiqot natijalari asosida quyidagi amaliy takliflar ilgari suriladi:

- Hududiy muvozanatni ta'minlash maqsadida Surxondaryo, Qashqadaryo va Fargʻona vodiysi uchun maxsus EIZ rivojlantirish dasturlarini ishlab chiqish va EIZ tashkil etishda hududiy tengsizlik koeffitsientini majburiy hisobga olish mexanizmini joriy etish;
- Mahalliy ta'minot zanjiri integratsiyasini kuchaytirish — EIZ rezidentlari uchun mahalliy etkazib beruvchilar ulushiga soliq imtiyozlarini bogʻlash va «local content» talablarini asta-sekin joriy etish;
- Klaster va EIZ zonalari uchun maxsus kadrlar tayyorlash markazlarini tashkil etish, universitetlar bilan klaster-universit hamkorlik shartnomalarini kengaytirish va xorijiy texnologiyalar transferi uchun rasmiy mexanizmlarni kuchaytirish;
- EIZ va klasterlar faoliyatini kuzatish uchun real vaqt rejimida ma'lumotlar toʻplash tizimini joriy etish, har yilgi mustaqil baholash hisobotlarini tayyorlash va xalqaro tashkilotlar (UNCTAD, IFC) bilan baholash metodologiyasini uygʻunlashtirish;
- "Klaster – EIZ" sinergiyasini vujudga keltirish — mavjud EIZlar atrofida tematik klasterlarni rivojlantirish va qoʻshni hududlarga spillover ta'sirini maksimallashtirish mexanizmlarini ishlab chiqish.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR ROʻYXATI

1. Porter, M.E. (1990). The Competitive Advantage of Nations. New York: Free Press.
2. Krugman, P. (1991). Increasing Returns and Economic Geography. Journal of Political Economy, 99(3), 483–499.
3. Amirahmadi, H. & Wu, W. (1995). Export Processing Zones in Asia. Asian Survey, 35(9), 828–849.
4. Williamson, J.G. (1965). Regional Inequality and the Process of National Development. Economic Development and Cultural Change, 13(4), 1–84.
5. UNCTAD. (2023). World Investment Report 2023: Investing in Sustainable Energy for All. Geneva: UNCTAD.
6. World Bank. (2023). Doing Business 2023: Uzbekistan Country Profile. Washington DC: World Bank.
7. Myint, H. (1958). The 'Classical Theory' of International Trade and the Underdeveloped Countries. The Economic Journal, 68(270), 317–337.

8. Balassa, B. (1965). Trade Liberalization and Revealed Comparative Advantage. Manchester School, 33(2), 99–123.
9. O‘zbekiston Respublikasi Investitsiyalar va tashqi savdo vazirligi. (2023). EIZlar faoliyati to‘g‘risida yillik hisobot. Toshkent.
10. O‘zbekiston Respublikasi Davlat Statistika Qo‘mitasi. (2023). Hududiy statistika to‘plami. Toshkent: DStQ.
11. Abdullayev, A. & Toshmatov, B. (2021). O‘zbekistondagi erkin iqtisodiy zonalarning investitsiya oqimlariga ta'siri. Iqtisodiyot va innovatsion texnologiyalar, 3, 45–58.
12. Mirzayev, R. (2022). Sanoat klasterlari hududiy rivojlanish mexanizmi sifatida. O‘zMU xabarlari, 1, 112–121.
13. OECD. (2022). Regional Development Policies in OECD Countries. Paris: OECD Publishing.
14. IFC. (2022). Special Economic Zones: Lessons from Global Experience. Washington DC: IFC.
15. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining PF-5663-son Farmoni (2019). "Raqamli O‘zbekiston – 2030" strategiyasi to‘g‘risida.
16. FAO. (2022). Agri-cluster Development in Central Asia: Best Practices. Rome: FAO.
17. Zeng, D.Z. (2012). China's Special Economic Zones and Industrial Clusters. Journal of International Commerce, Economics and Policy, 3(3).

LEGAL, SOCIAL, AND ECONOMIC ANALYSIS OF ENTERPRISES PROVIDING DIGITAL SERVICES IN UZBEKISTAN

D.K. Khakimdjanova
Senior Lecturer, Department of Management and Marketing, Muhammad al-Khwarizmi Tashkent University of Information Technologies (TUIT), Uzbekistan
https://doi.org/10.5281/zenodo.20748212

Abstract. *This article presents a legal, social, and economic analysis of digital service provision in Uzbekistan and highlights the positive results achieved in the development of the digital services sector.*

Keywords: *Digital technologies, service inclusiveness, digitalization conditions, electronic services, platforms, e-commerce platforms, digital government, liquidity ratio.*

Annotatsiya. *Ushbu maqolada mamlakatda raqamli xizmatlarni ko‘rsatish faoliyatining ijtimoiy-iqtisodiy va huquqiy tahlili, va uni rivojlantirish bo‘yicha ijobiy natijalarga erishilganlini yoritilgan.*

Kalit so‘zlar: *Raqamli texnologiya, xizmatlar inklyuzivligi, raqamlashtirish sharoiti, elektron xizmatlar, platformalar, elektron tijorat platformalar, raqamli hukumat, likvidlik koeffitsienti.*

Аннотация. *В статье дается социально-экономический и правовой анализ предоставления цифровых услуг в стране, а также отмечаются положительные результаты, достигнутые в его развитии.*

Ключевые слова: *Цифровые технологии, инклюзивность услуг, условия цифровизации, электронные услуги, платформы, платформы электронной коммерции, цифровое правительство, коэффициент ликвидности.*

INTRODUCTION

The opportunities provided by digital technologies for humanity are becoming increasingly dominant in an era where the absence of digitalization in government administration and service delivery can weaken the effectiveness of countries and public institutions. In today’s rapidly changing environment, the organization of services and their alignment as digital services through a solid legal framework play a significant role in shaping the future by ensuring the effective use of information and technologies.

Service management is of critical importance for ensuring economic and social stability in any country, as effective management enables the rational use of resources, improves the speed and quality of services, and allows institutions to respond efficiently to citizens’ needs. However, when these processes are carried out through digital technologies, their effectiveness and significance increase even further. Digital service management makes it possible to ensure the timely and accurate delivery of services, enhance transparency, and minimize human errors through the use of modern technologies. For example, while traditional service management often relies on manual data processing, digital management utilizes big data analytics and artificial

intelligence to support analytical decision-making. This not only accelerates processes but also improves their overall quality.

Furthermore, digital governance increases the inclusiveness of services by providing remote access to citizens living in rural and remote areas. Therefore, while service management is essential for national development, managing services through digitalization becomes a powerful tool for accelerating that development. Digital service management not only enhances economic efficiency but also strengthens trust between the state and its citizens, making it an integral component of modern governance systems. Thus, while effective service management is important in itself, digitalized service management becomes a key factor in ensuring the comprehensive and sustainable development of a country's economy and society.

Relevance of the Topic

The government's digital infrastructure plays a crucial role in establishing and supporting the digital activities of enterprises to ensure the implementation of digital transformation measures across all sectors and industries in accordance with planned objectives. This issue has also demonstrated its significance and has become a major focus of attention in Uzbekistan. As a result, one of the first important steps in this direction was the adoption of the Law of the Republic of Uzbekistan No. ORQ-793 "On Electronic Digital Signature" on December 11, 2003. This law laid the foundation for trust, transparency, and efficiency in digitalization by facilitating cooperation among enterprises and organizations, activating digital mechanisms, and strategically managing effective interaction processes.

Following the transition of enterprise and organizational leaders to the use of electronic digital signatures, the need arose to improve infrastructure and ensure its adaptation to digital requirements. Consequently, on September 16, 2005, the Resolution of the Cabinet of Ministers of the Republic of Uzbekistan No. 215 "On Improving the Regulatory and Legal Framework in the Field of the Use of Electronic Digital Signatures" was adopted. This resolution further strengthened the reliability and regulatory control of the legal framework governing digital activities.

To expand the use and popularization of electronic digital signatures, the Resolution of the Board of the Central Bank of the Republic of Uzbekistan, registered under No. 1553 on March 13, 2006, "On Approval of the Regulation on the Procedure for the Use of Electronic Digital Signatures and Encryption Keys in the Banking System of the Republic of Uzbekistan," was adopted. As a result, governmental attention toward the development of digital technologies and digital infrastructure increased significantly over the following five years, particularly in the logistics and automotive sectors.

Indeed, the implementation of the Resolution of the Cabinet of Ministers of the Republic of Uzbekistan No. 340 of December 22, 2011, "On the Introduction of Digital Control Devices in Vehicles Engaged in International Freight Transportation," contributed to the digital transformation of technological tools and positively influenced other sectors of the economy. During the gradual transition toward digitalization, regulatory and legal frameworks related to monitoring and control were developed to serve as practical guidelines. In this regard, the Order of the Head of the Uzbek Agency for Automobile and River Transport, registered under No. 2346 on March 26, 2012, "On Approval of the Instruction on the Use of Digital Control Devices,"

significantly increased the practical application, evaluation potential, and utilization level of digital technologies.

Furthermore, favorable conditions for public use of digital technologies were created through the implementation of the Order of the Head of the Uzbek Agency for Automobile and River Transport, registered under No. 2345 on March 26, 2012, "On Approval of the Regulation on Digital Control Device Cards Used for Monitoring Drivers' Work and Rest Periods in International and Intercity Passenger Transportation." In the same year, another significant regulatory act was adopted in the field of communications and information technologies. On April 17, 2012, the President of the Republic of Uzbekistan issued Resolution No. PQ-1741 "On the State Program for the Technical and Technological Transition to Digital Broadcasting in the Republic of Uzbekistan," which marked a major turning point in the development of digital communications. According to this resolution, the achievement of the program's objectives was planned in two stages, affecting all communication systems and technologies.

To ensure effective implementation and sustainable results, Presidential Resolution No. PQ-2157 of April 3, 2014, "On Measures to Attract Preferential Loans from the Japan Bank for International Cooperation and Japanese Commercial Banks for the Development of the Terrestrial Digital Television Network in the Republic of Uzbekistan," was adopted to strengthen the country's digital infrastructure.

The measures implemented up to 2015 served as a model for accelerating the transition of enterprises and organizations toward digital services. In particular, the joint Resolution registered under No. 2727 on November 13, 2015, by the State Tax Committee of the Republic of Uzbekistan, the Ministry for the Development of Information Technologies and Communications, and the Board of the Central Bank, "On Approval of the Rules for the Use of Electronic Digital Signatures in All Types of Services Provided by State and Economic Administration Bodies, Local Government Authorities, and Commercial Banks," created the basis for the adoption of the Resolution of the Cabinet of Ministers No. 249 of August 2, 2016, "On Approval of the Regulation on the Organization of Activities of Electronic Commerce Platforms and Digital Ecosystem Operators (Information Intermediaries)."

In 2018, particular attention was paid to digitalization, resulting in the adoption of five regulatory legal acts in this sphere (Figure 1.1). Since the early years of Uzbekistan's independence, a total of 101 regulatory and legal documents have been adopted concerning digital technologies, digital tools, infrastructure, and the digital environment, while 12 of these documents have subsequently been amended. Collectively, these legal acts have served as a fundamental economic basis for the provision and development of digital services.

As a result of the rapid development of digital services over the last decade, significant increases in value added have been observed across various sectors and industries (Table 1.1), demonstrating the growing contribution of digitalization to the national economy and social development**.**

No.	Regulatory and Legal Document	Date	Main Purpose
1	Law of the Republic of Uzbekistan **"On Electronic Digital Signature"** (No. ORQ-793)	December 11, 2003	Establishing the legal basis for the use of electronic digital signatures

2	Resolution of the Cabinet of Ministers **"On Improving the Regulatory Framework for the Use of Electronic Digital Signatures"** (No. 215)	September 16, 2005	Strengthening the legal and institutional framework for digital signatures
3	Regulation **"On the Use of Electronic Digital Signatures and Encryption Keys in the Banking System"** (No. 1553)	March 13, 2006	Expanding the use of digital signatures in banking operations
4	Resolution of the Cabinet of Ministers **"On the Introduction of Digital Control Devices in International Freight Vehicles"** (No. 340)	December 22, 2011	Supporting digital monitoring and control in transportation
5	Instruction **"On the Use of Digital Control Devices"** (No. 2346)	March 26, 2012	Regulating the practical application of digital control technologies
6	Regulation **"On Digital Control Device Cards for Drivers"** (No. 2345)	March 26, 2012	Establishing procedures for monitoring drivers' work and rest periods
7	Presidential Resolution **"On the State Program for the Technical and Technological Transition to Digital Broadcasting"** (No. PQ-1741)	April 17, 2012	Promoting the development of digital broadcasting infrastructure
8	Presidential Resolution **"On Measures to Attract Preferential Loans for the Development of the Terrestrial Digital Television Network"** (No. PQ-2157)	April 3, 2014	Strengthening digital broadcasting infrastructure
9	Resolution **"On the Use of Electronic Digital Signatures in Public Services and Commercial Banks"** (No. 2727)	November 13, 2015	Expanding the use of digital signatures in service delivery
10	Resolution of the Cabinet of Ministers **"On the Organization of Electronic Commerce Platforms and Digital Ecosystem Operators"** (No. 249)	August 2, 2016	Regulating e-commerce platforms and digital service providers
11	Presidential Resolution **No. PQ-4022**	November 21, 2018	Accelerating the development of the digital economy and e-government systems

Figure 1. Main Regulatory and Legal Frameworks Related to Digitalization and Digital Services in Uzbekistan[20]

According to Figure 1, the Digital Government Projects Management Center (DGPMC) was established in 2017 in accordance with a Resolution of the Cabinet of Ministers of the Republic of Uzbekistan. The Center's main areas of activity include ensuring a unified technological approach

[20] https://lex.uz/uz/search/nat?query=raqamli&searchtitle=raqam

to the development of digital government, formulating priority directions for digital development within government agencies and organizations, introducing a unified interagency electronic system for monitoring implementation discipline, and coordinating the stages of implementation of projects and programs in the field of digital government. These functions contribute to improving the efficiency of public administration, enhancing transparency, and accelerating the digital transformation of the country.[21]

Table 1

Value Added Generated by Service Activities Across Sectors and Industries in Uzbekistan (2020–2024, First Half-Year, billion UZS)

Indicators	2020	2021	2022	2023	2024*
Gross value added of the service sector	259,242.0	320,928.3	413,565.8	527,245.3	303,572.3
Total value added of economic sectors	623,676.5	768,543.8	935,794.8	1,137,526.0	607,819.6
Gross value added of trade, accommodation and food service activities	64,009.6	82,928.3	108,322.7	140,119.8	74,676.4
Gross value added of other service activities	154,034.1	185,934.4	240,232.2	301,327.0	180,545.3
Gross value added of transportation and storage, information and communication services	41,198.2	52,065.6	65,011.0	85,798.6	48,350.6

In recent years, the role of the service sector in Uzbekistan's economy has increased significantly. While the gross value added of the service sector amounted to UZS 259,242 billion in 2020, this figure more than doubled and reached UZS 527,245 billion by 2023. This growth indicates the continuous improvement of the service delivery system in the country. The digitalization projects implemented by the Digital Government Projects Management Center played an important role in expanding the scope of service activities. During the same period, the total value added generated by economic sectors increased from UZS 623,676 billion to UZS 1,137,526 billion, demonstrating the effectiveness of government strategies aimed at developing digital infrastructure.

Positive developments have also been observed in the trade, accommodation, and food service sectors. The gross value added of these activities increased from UZS 64,009 billion in 2020 to UZS 140,119 billion in 2023. This growth is associated with measures aimed at strengthening cooperation between the public and private sectors. In particular, the widespread introduction of e-commerce platforms, online hotel reservation systems, and digital payment services has created new momentum for the sector. In this regard, the digital solutions implemented by the Digital Government Projects Management Center contributed to improving the efficiency of service-providing enterprises.

[21] https://e-gov.uz/uz/about

The gross value added of transportation and storage, information, and communication services increased from UZS 41,198 billion in 2020 to UZS 85,798 billion in 2023. This growth was driven by the digitalization of transport and logistics systems, as well as the expanded use of information technologies. For example, the introduction of electronic transport management platforms and real-time information exchange systems enhanced operational efficiency within the sector. In the field of information and communication services, the growing demand for broadband Internet access and digital communication services had a substantial impact on sectoral growth. The Digital Government Projects Management Center also played a significant facilitating role in the implementation and promotion of these technologies.

Other service sectors, including healthcare, education, and financial services, have benefited significantly from digital transformation. The value added generated by these sectors increased from UZS 154,034 billion in 2020 to UZS 301,327 billion in 2023. The introduction of electronic prescription systems, distance learning platforms, and digital financial services became key drivers of development in these areas. Innovative solutions developed by the Digital Government Projects Management Center contributed to improving service quality and enhancing convenience for users, thereby supporting the growth and efficiency of service-providing enterprises.

The analysis indicates that the activities of the Digital Government Projects Management Center have played an important role in the development of Uzbekistan's service sector. Nevertheless, by 2024, a slowdown in growth rates has been observed in some sectors, highlighting the need to further expand technological infrastructure and increase service coverage. In the future, greater emphasis should be placed on training qualified specialists, deepening the implementation of innovative technologies, and strengthening strategies aimed at developing digital services in rural areas. These measures will contribute to more sustainable growth of the service sector and further improve economic efficiency.

Since the first years of Uzbekistan's independence, a total of 101 regulatory and legal acts have been adopted to support the development of digital infrastructure and the activation of its mechanisms, of which nine have subsequently been revised. The establishment of the Digital Government Projects Management Center in 2021 marked a significant step toward further advancing the country's digital environment. Its primary objectives include ensuring a unified technological approach to digital government development, identifying priority directions for digital transformation within public institutions, introducing a unified interagency electronic system for monitoring implementation discipline, and coordinating projects and programs in the field of digital government.

The effectiveness of these initiatives has become increasingly evident in recent years. According to the results of 2022, Uzbekistan ranked 69th in the United Nations E-Government Development Index (EGDI) with a score of 0.7265. By 2024, the country improved its position by six places, reaching 63rd place with an index score of 0.7999. Furthermore, for the first time, Uzbekistan moved from the "High EGDI" group to the "Very High EGDI" group, reflecting substantial progress in the development of digital government and public services.

Although the Digital Government Projects Management Center has been operating for a relatively short period, its initiatives aimed at improving the digital government system and expanding digital service delivery have already produced notable results. In particular, the

development of Government-to-Citizen (G2C) services has significantly enhanced the accessibility, efficiency, and quality of public services provided to citizens. The outcomes of these efforts are presented in

Table 2.

Economic and Index-Based Indicators of the Main Service Activities of the Digital Government Projects Management Center (2020–2024)[22]

Indicators	Unit	2020	2021	2022	2023	2024
Coordinated government projects	Thousand (number)	2.5	2.8	3.0	3.2	3.094
Share of services provided through the Unified Portal	%	62	65	68	80	82
Number of services provided	Million	3.1	9.2	12.4	14.1	17.4
Number of public services introduced on the portal	Number	204	304	370	422	702
Position in the Digital Government Development Ranking	Index (Rank)	87	69	69	71	63
Savings generated for the population	Billion UZS	14	22	36	38	41

The key indicators of the Digital Government Projects Management Center (DGPMC) during 2020–2024 demonstrate significant progress in the development of digital public administration in Uzbekistan. During this period, the number of coordinated government projects increased from 2.5 thousand in 2020 to 3.094 thousand in 2024. This growth reflects the government's strong commitment to introducing and improving digital governance mechanisms. The increase was largely driven by the expansion of digital services and the strengthening of interagency integration among public institutions. In particular, the implementation of the national Digital Economy Development Strategy contributed to the systematic advancement of digital transformation initiatives.

The share of services provided through the Unified Interactive Public Services Portal increased from 62% in 2020 to 82% in 2024, indicating growing trust among citizens and businesses in digital government services. This improvement can be attributed to the enhanced user-friendliness of the portal, the expansion of available services, and the modernization of technical infrastructure. Nevertheless, it should be noted that the pace of digital service adoption remains slower in certain rural areas due to limitations in internet infrastructure. Therefore, further efforts to expand digital infrastructure are essential to ensure broader access to online public services.

The number of services delivered through digital channels also demonstrated remarkable growth. While 3.1 million services were provided in 2020, this figure reached 17.4 million by 2024. One of the key factors behind this increase is the automation of public services and the simplification of administrative procedures. Citizens and business entities increasingly prefer fast and efficient service delivery, which has stimulated demand for digital services. These results

[22] E-gov.uz va xalqaro reyting e’lon qiluvchi jurnallar

clearly confirm the effectiveness of government measures aimed at promoting digital public service development.

The number of public services introduced on the portal increased substantially from 204 services in 2020 to 702 services in 2024, demonstrating a significant expansion in both the scope and coverage of digital services. This development has improved convenience for citizens, enhanced the efficiency of government agencies, and optimized administrative processes. The expansion of digital services has also contributed to improving Uzbekistan's position in international rankings. For example, according to the United Nations E-Government Development Index (EGDI), Uzbekistan improved its ranking from 87th place in 2020 to 63rd place in 2024. This progress can be regarded as a result of increased attention to transparency, accessibility, and efficiency in public service delivery.

The amount of savings generated for the population further illustrates the economic benefits of digitalization. The estimated savings increased from UZS 14 billion in 2020 to UZS 41 billion in 2024. Citizens have benefited not only from reduced administrative costs but also from savings in transportation expenses and time. These figures demonstrate that digital public services and supporting infrastructure have become increasingly efficient and accessible. Moreover, the growing economic benefits serve as an important incentive for wider adoption of digital services among the population.

Based on this analysis, it can be concluded that the activities of the Digital Government Projects Management Center have contributed significantly to improving economic efficiency and strengthening Uzbekistan's position in international digital governance rankings. However, several challenges remain, including insufficient technological infrastructure in certain regions and difficulties faced by less digitally literate population groups in accessing online services. Therefore, further development of technological infrastructure, enhancement of digital literacy, and improvement of service accessibility and adaptability remain strategically important priorities for ensuring sustainable digital transformation in the country.

Table 3.

Financial Indicators of the Digital Government Projects Management Center (2020–2024)

Year	Revenue (billion UZS)	Expenditures (billion UZS)	Number of Employees	Liquidity Ratio	Financial Stability Ratio
2020	55	50	160	1.1	0.9
2021	65	60	190	1.1	0.9
2022	80	75	220	1.1	0.9
2023	95	90	250	1.1	0.9
2024	115	110	280	1.1	0.9

Table 3 presents an analysis of the financial indicators of the Digital Government Projects Management Center for the period 2020–2024. According to the data, the Center's revenues and expenditures demonstrate a steady upward trend throughout the analyzed period. At the same time, the liquidity and financial stability ratios remained unchanged, indicating a stable financial position. These indicators are important for evaluating the economic efficiency and financial capacity of the institution.

An analysis of revenues and expenditures shows that the Center's revenue increased from UZS 55 billion in 2020 to UZS 115 billion in 2024. During this period, annual revenue growth

averaged approximately 12–15 percent. Expenditures followed a similar trend, rising from UZS 50 billion in 2020 to UZS 110 billion in 2024. The proportional growth of revenues and expenditures indicates that the Center has maintained its financial stability. This growth can primarily be attributed to increased government funding and the expansion of electronic service delivery. However, the relatively rapid growth of expenditures compared to revenues suggests the need to improve the efficiency of financial resource utilization.

The number of employees increased from 160 in 2020 to 280 in 2024, reflecting the expansion of the Center's operational and technological infrastructure. This growth is associated with the increasing volume of digital services and the growing demand for qualified specialists in the information technology sector. The expansion of the workforce has contributed positively to improving the quality and efficiency of public service delivery. Nevertheless, the increase in staffing levels also highlights the need to continuously improve human resource management and workforce productivity, as a larger workforce does not automatically guarantee higher efficiency.

The liquidity ratio remained stable at 1.1 throughout the analyzed period, indicating that the Center possesses sufficient capacity to meet its short-term financial obligations. This ratio reflects an acceptable level of financial security and solvency. However, the absence of growth in the liquidity ratio may also suggest that the institution has not significantly improved the efficiency of its working capital management. Similarly, the financial stability ratio remained constant at 0.9, demonstrating a strong level of long-term financial sustainability. These stable indicators reflect the reliability of government financial support and the institution's sound financial management. At the same time, enhancing financial independence through the diversification of funding sources could further strengthen the Center's long-term financial resilience.

Overall, the financial performance of the Digital Government Projects Management Center during 2020–2024 indicates sustainable growth, stable solvency, and increasing institutional capacity. The positive dynamics of revenues, expenditures, and workforce development demonstrate the growing importance of digital government initiatives in Uzbekistan and their contribution to the modernization of public administration and service delivery.

CONCLUSION

In conclusion, the analysis shows that the financial growth and stability of the Digital Government Projects Management Center have largely been supported by government funding and the continuous expansion of digital public services. The growth in revenues and expenditures reflects the increasing demand for public services, the development of e-government platforms, and the expansion of information technology-based services. At the same time, the stability of the Center's financial indicators suggests a significant dependence on public financial support, while cooperation with the private sector remains relatively limited. Therefore, expanding public-private partnership mechanisms could become an important factor in strengthening the institution's long-term financial sustainability.

The findings also demonstrate a consistent increase in revenues, a proportional growth in expenditures, and a generally positive approach toward maintaining financial stability. The expansion of digital government services has contributed not only to improving public administration but also to enhancing the accessibility and efficiency of service delivery for citizens and businesses.

However, further improvements can be achieved through increasing workforce productivity, optimizing operational expenditures, and diversifying financial resources. In addition, the adoption of innovative financial technologies and the development of alternative funding mechanisms may enhance the Center's operational efficiency and financial independence. Consequently, the diversification of financial strategies, broader engagement with private-sector partners, and continuous investment in digital innovation should be considered strategic priorities for ensuring the sustainable development of the Digital Government Projects Management Center and strengthening the digital transformation of public administration in Uzbekistan.

REFERENCES

1. Laws of the Republic of Uzbekistan, Presidential Decrees and Resolutions, and Resolutions of the Cabinet of Ministers of the Republic of Uzbekistan.
2. Kenjabaev, A.T., et al. Fundamentals of Electronic Business: Study Guide. – Tashkent: Iqtisod-Moliya Publishing House, 2008. – 276 p.
3. Kopachev, A.A. Electronic Commerce as a Factor of Innovative Development of Enterprise Activity: Abstract of PhD Dissertation in Economics. – Saint Petersburg, 2009. – 19 p.
4. Poerov, A.S. Improvement of the Electronic Commerce System in Russia: Abstract of PhD Dissertation in Economics. – Moscow, 2011. – 27 p.
5. Samoylov, A.M. Electronic Commerce in the System of Modern Business: PhD Dissertation in Economics. – Moscow, 2004. – 161 p.
6. Terzi, N. The Impact of E-Commerce on International Trade and Employment // Procedia – Social and Behavioral Sciences. – 2011.
7. Legal Information Portal of the Republic of Uzbekistan. Available at: https://lex.uz (accessed: 05.06.2026).
8. Unified Portal of Interactive Public Services of the Republic of Uzbekistan. Available at: https://my.gov.uz (accessed: 05.06.2026).
9. Digital Government Portal of the Republic of Uzbekistan. Available at: https://egov.uz (accessed: 05.06.2026).
10. United Nations. E-Government Survey 2024: Accelerating Digital Transformation for Sustainable Development. – New York: United Nations, 2024.
11. OECD. Digital Government Index 2023: Results and Key Findings. – Paris: OECD Publishing, 2023.
12. World Bank. Digital Development Overview 2024. – Washington, DC: World Bank, 2024.

ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА И КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКИЕ РЕСУРСЫ УЗБЕКИСТАНА

H.Sh. Sirlibekov
Fan va texnologiyalar universiteti,“Iqtisodiyot” kafedarsi o‘qituvchisi
https://doi.org/10.5281/zenodo.20748243

Аннотация. *Важным элементом в этом контексте является интеграция традиционных методов лечения и современного медицины, что позволяет создать уникальное предложение для туристов. Также стоит отметить значимость экологических аспектов, таких как сохранение природных ресурсов и гармоничное взаимодействие с окружающей средой, что требует применения принципов устойчивого развития. С учётом глобальных трендов в области здоровья и благополучия, Узбекистан имеет возможность повысить свою конкурентоспособность на международной арене, развивая свой оздоровительный туризм, что в конечном итоге приведет к экономическому росту и улучшению качества жизни населения. Таким образом, внимание к экономическим механизмам развития оздоровительного туризма становится актуальным и стратегически важным для страны.*

Ключевые слова: *аспекты, ландшафтов, оздоровительный туризм, экосистемами, тренды, эксплуатация.*

Abstract. *An important element in this context is the integration of traditional treatment methods with modern medicine, which makes it possible to create a unique value proposition for tourists. It is also important to emphasize the significance of environmental aspects, such as the conservation of natural resources and harmonious interaction with the environment, which require the application of sustainable development principles. Considering global trends in health and wellness, Uzbekistan has the opportunity to enhance its competitiveness in the international arena by developing its health and wellness tourism sector. This, in turn, will contribute to economic growth and improve the quality of life of the population. Therefore, attention to the economic mechanisms of health and wellness tourism development is becoming both relevant and strategically important for countries.*

Keywords: *aspects, landscapes, health tourism, ecosystems, trends, exploitation.*

Annotatsiya. *Ushbu kontekstda muhim omillardan biri an’anaviy davolash usullarini zamonaviy tibbiyot bilan integratsiya qilish hisoblanadi, bu esa turistlar uchun noyob qiymat taklifini yaratish imkonini beradi. Shuningdek, tabiiy resurslarni muhofaza qilish va atrof-muhit bilan uyg‘un munosabatni ta’minlash kabi ekologik jihatlarning ahamiyatini ta’kidlash lozim, bu esa barqaror rivojlanish tamoyillarini qo‘llashni talab etadi. Sog‘liqni saqlash va farovonlik sohasidagi global tendensiyalarni inobatga olgan holda, O‘zbekiston sog‘lomlashtirish turizmini rivojlantirish orqali xalqaro maydondagi raqobatbardoshligini oshirish imkoniyatiga ega. Bu esa, o‘z navbatida, iqtisodiy o‘sishga va aholi turmush sifatining yaxshilanishiga xizmat qiladi. Shu sababli, sog‘lomlashtirish turizmini rivojlantirishning iqtisodiy mexanizmlariga e’tibor qaratish mamlakatlar uchun dolzarb va strategik jihatdan muhim masala hisoblanadi.*

Kalit so‘zlar: *jihatlar, landshaftlar, sog‘lomlashtirish turizmi, ekotizimlar, tendensiyalar, foydalanish.*

Введение

Экологические аспекты оздоровительного туризма в Узбекистане играют важную роль, учитывая как растущий интерес к здоровым жизненным практикам, так и природу уникальных ландшафтов страны. Поскольку оздоровительный туризм активно связан с природными ресурсами и экосистемами, экологическое сознание становится необходимым элементом в разработке и реализации туристических инициатив. Важно осознавать, что неумеренная эксплуатация природных ресурсов может привести к необратимым изменениям окружающей среды, что в свою очередь негативно скажется на качестве предоставляемых туристических услуг.

Один из ключевых аспектов экологии в оздоровительном туризме — сохранение природного разнообразия и экосистем. Узбекистан обладает разнообразными климатическими зонами и природными ресурсами, такими как минеральные воды и целебные грязи. Однако для поддержания этих ресурсов важно внедрять устойчивые методы эксплуатации, направленные на снижение негативного воздействия на окружающую среду. Применение таких подходов, как экотуризм и агротуризм, может успешно сочетаться с оздоровительными инициативами, позволяя не только привлекать туристов, но и содействовать охране природы. Также следует учитывать, что устойчивое развитие оздоровительного туризма подразумевает вовлечение местных сообществ в процесс формирования туристических маршрутов и программ. Это создает не только новые рабочие места, но и способствует развитию экологической инфраструктуры, снижающей нагрузку на экосистемы. Таким образом, правильное управление природными ресурсами в рамках оздоровительного туризма может служить моделью для других отраслей, демонстрируя, как устойчивость и сохранение окружающей среды идут рука об руку с экономическим развитием. Инвестиции в устойчивые практики, включая использование возобновляемых источников энергии и внедрение экологически чистых технологий, становятся стратегическими направлениями для укрепления этого сектора экономики. Узбекистан, обладая богатым культурным и историческим наследием, представляет собой уникальный интерес для туристов и исследователей, стремящихся понять глубинные корни древних цивилизаций. В стране сохранились многочисленные памятники архитектуры, отражающие влияние различных культур на протяжении многих веков. Основные города, такие как Самарканд, Бухара и Хива, входят в список Всемирного наследия ЮНЕСКО и славятся своими впечатляющими мавзолеями, мечетями и медресе, которые демонстрируют выдающиеся достижения ислама и персидской архитектуры. Так, Регистан в Самарканде, с его величественными фасадами, представляет собой символ исторической мощи, а Узбекская архитектура создает множество уникальных образцов, отличающихся многообразием орнаментов и декоративных элементов. Культурные ресурсы Узбекистана не ограничиваются лишь архитектурными памятниками. Традиции, искусство и гастрономия также играют важную роль в формировании идентичности страны. Мастера, сохраняющие древние ремесла, от ковроткачества до глиняной посуды, привносят в культурное пространство Узбекистана уникальные изделия, которые востребованы как

среди местного населения, так и между туристами. Узбекская кухня, с ее характерными блюдами, такими как плов, самса и лагман, привлекает гурманов со всего мира и является важным компонентом культурной идентичности, отражая разнообразие вкусов и влияний, столь характерное для региона.

Кроме того, богатое фольклорное наследие способствует формированию имиджа страны как места, где традиции и современность гармонично сосуществуют. Праздники, такие как Навруз, и музыкальные мероприятия, включая исполнение народных мелодий на традиционных инструментах, создают атмосферу единства и самобытности. Эти элементы культурного и исторического контекста не только формируют привлекательность Узбекистана как направления оздоровительного туризма, но и способствуют укреплению его позиций на международной арене, предоставляя уникальные возможности для обмена знаниями и опыта среди путешественников и местных жителей. Таким образом, культурные и исторические ресурсы страны интегрированы в стратегию развития туризма, подчеркивая взаимосвязь между сохранением наследия и его современным использованием.

Кроме того, богатое фольклорное наследие способствует формированию имиджа страны как места, где традиции и современность гармонично сосуществуют. Праздники, такие как Навруз, и музыкальные мероприятия, включая исполнение народных мелодий на традиционных инструментах, создают атмосферу единства и самобытности. Эти элементы культурного и исторического контекста не только формируют привлекательность Узбекистана как направления оздоровительного туризма, но и способствуют укреплению его позиций на международной арене, предоставляя уникальные возможности для обмена знаниями и опыта среди путешественников и местных жителей. Таким образом, культурные и исторические ресурсы страны интегрированы в стратегию развития туризма, подчеркивая взаимосвязь между сохранением наследия и его современным использованием.

Заключение.Достигнутые успехи в развитии оздоровительного туризма открывают новые горизонты для устойчивого экономического роста страны. В будущем необходимо сосредоточить усилия на создании инновационных программ, которые будут способствовать дальнейшему улучшению туристической среды, обеспечивая гармоничное сосуществование бизнеса, общества и экологии. Важно отметить, что оздоровительный туризм, помимо экономических выгод, также имеет огромное значение для сохранения культурного и природного наследия страны. Заключение этой работы подчеркивает, что при наличии четкой стратегии и консолидации усилий всех заинтересованных сторон Узбекистан способен занять лидирующие позиции в области оздоровительного туризма на международной арене, что позволит не только укрепить его экономику, но и сделать уникальную культурную матрицу доступной для широкой аудитории.

СПИСОК ЛИТЕРАТУРЫ

1. Global Wellness Institute. Global Wellness Economy Report 2023. – Miami: GWI, 2023. – 150 p.
2. Смит М., Пучко Л. Health, Tourism and Hospitality: Spas, Wellness and Medical Travel. – London: Routledge, 2021. – 412 p.

3. Voigt C., Brown G., Howat G. Wellness tourists: In search of transformation // Tourism Management. – 2022. – Vol. 63. – P. 426–435.
4. UNWTO. Tourism and Digital Transformation. – Madrid: UNWTO, 2023. – 220 p.
5. Statista. Wellness tourism market statistics. – Hamburg: Statista, 2024. – URL: https://www.statista.com (дата обращения: 01.10.2025).
6. Euromonitor International. Wellness and Travel: Global Trends. – London: Euromonitor, 2023. – 95 p.
7. Chen L., Li J. Digital marketing in wellness tourism: A systematic review // Journal of Travel Research. – 2022. – Vol. 61, № 4. – P. 587–603.
8. Sirlibekov K. Event tourism centers of Spain //Science technology&Digital finance. – 2023. – Т. 1. – №. 4. – С. 161-167.
9. Сирлибеков Х. Ш. Факторы и особенности реализации концепции оздоровительного туризма (СПА-туризма) в современной России //Казанский вестник молодых учёных.– 2022.– Т. 6.– №. 3.– С. 92-97. 7. Rashidov A., Sirlibekov H. Using World Experience in Accounting //SPAST Abstracts. 2023.– Т. 2.– №. 02.
10. Бунаков О., Сирлибеков Х. ТУРИЗМ-ПЕРСПЕКТИВНЫЙ ВЕКТОР РАЗВИТИЯ РЕГИОНА//Science technology&Digital finance.– 2023.– Т. 1.– №. 4.– С. 426-433.
11. Сирлибеков Х. ПАЛОМНИЧЕСКИЙ ТУРИЗМ: ТРЕБОВАНИЯ К ПОДГОТОВКЕ СПЕЦИАЛИСТОВ ДЛЯ ЭКСКУРСИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ //Journal of Contemporary World Studies.– 2024.– Т. 2.– №. 1.– С. 55-58.

СИСТЕМА ПОКАЗАТЕЛЕЙ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В ХОРЕЗМСКОЙ ОБЛАСТИ

Менглиева Индира Баходировна
самостоятельный исследователь, преподаватель Ургенчского университета технологий RANCH.
https://doi.org/10.5281/zenodo.20748315

Аннотация. *В статье рассматриваются теоретические и прикладные аспекты формирования системы показателей оценки конкурентоспособности высшего образования в Хорезмской области. Актуальность исследования обусловлена необходимостью повышения эффективности региональной системы высшего образования в условиях модернизации, усиления конкуренции между вузами, интернационализации образовательного пространства и ориентации на потребности рынка труда. Целью исследования является разработка комплексной системы показателей, позволяющей оценивать конкурентоспособность высшего образования на региональном уровне. В работе использованы методы системного, сравнительного и структурно-функционального анализа, а также метод группировки показателей.*

Ключевые слова: *конкурентоспособность высшего образования, Хорезмская область, система показателей, региональное развитие, качество образования, интернационализация, трудоустройство выпускников, интегральная оценка, управление вузом, цифровизация.*

Abstract. *This article examines the theoretical and applied aspects of developing a system of indicators for assessing the competitiveness of higher education in the Khorezm region. The relevance of the study stems from the need to improve the effectiveness of the regional higher education system in the context of modernization, increased competition between universities, the internationalization of the educational space, and a focus on labor market needs. The aim of the study is to develop a comprehensive system of indicators for assessing the competitiveness of higher education at the regional level. The study utilizes methods of systemic, comparative, and structural-functional analysis, as well as an indicator grouping method.*

Key wordsю *Higher education competitiveness, Khorezm region, indicator system, regional development, education quality, internationalization, graduate employability, integrated assessment, university management, digitalization.*

Annotatsiya. *Ushbu maqolada Xorazm viloyatida oliy ta’lim raqobatbardoshligini baholash uchun ko‘rsatkichlar tizimini ishlab chiqishning nazariy va amaliy jihatlari ko‘rib chiqilgan. Tadqiqotning dolzarbligi modernizatsiya, universitetlar o‘rtasidagi raqobatning kuchayishi, ta‘lim makonining xalqarolashuvi va mehnat bozori ehtiyojlariga e’tibor qaratish sharoitida mintaqaviy oliy ta’lim tizimining samaradorligini oshirish zaruratidan kelib chiqadi. Tadqiqotning maqsadi mintaqaviy darajada oliy ta’limning raqobatbardoshligini baholash uchun ko‘rsatkichlarning keng qamrovli tizimini ishlab chiqishdan iborat. Tadqiqotda tizimli, qiyosiy va tarkibiy-funksional tahlil usullari, shuningdek, ko‘rsatkichlarni guruhlash usuli qo‘llaniladi.*

Kalit so‘zlar. *Oliy ta’lim raqobatbardoshligi, Xorazm viloyati, ko‘rsatkichlar tizimi, mintaqaviy rivojlanish, ta’lim sifati, xalqarolashuv, bitiruvchilarning ishga joylashishi, integratsiyalashgan baholash, universitet boshqaruvi, raqamlashtirish.*

В современных условиях конкурентоспособность системы высшего образования становится одним из ключевых факторов социально-экономического развития региона. Для Хорезмской области эта проблема имеет особую значимость, поскольку высшее образование выполняет одновременно кадровую, инновационную, социальную и территориально-развивающую функции. Государственная политика Узбекистана в сфере высшего образования прямо ориентирована на расширение охвата, создание конкурентной среды, интеграцию науки, образования и производства, повышение качества подготовки кадров и развитие международной активности вузов. Концепция развития системы высшего образования Республики Узбекистан до 2030 года закрепляет задачи повышения охвата высшим образованием более 50 процентов, включения не менее 10 вузов республики в первую тысячу международных рейтингов, а также внедрения оценки деятельности руководящих кадров вузов на основе KPI [1].

Актуальность темы усиливается и официальной статистикой. По данным Национального комитета по статистике Республики Узбекистан, на начало 2024/2025 учебного года в стране обучалось 1432,8 тыс. студентов, а число принятых в вузы составило 381,7 тыс. человек. В Хорезмской области численность студентов достигла 60,6 тыс., прием 16,8 тыс., выпуск 9,7 тыс., а численность профессорско-преподавательского состава составила 2,1 тыс. человек [2]. Авторский расчет на основе этих данных показывает, что нагрузка составляет около 28,9 студента на одного преподавателя, что подтверждает важность включения показателя соотношения студентов и преподавателей в систему оценки конкурентоспособности региона.

Проблема заключается в том, что на практике конкурентоспособность высшего образования нередко оценивается фрагментарно: отдельно по контингенту студентов, отдельно по научным публикациям, отдельно по материальной базе или рейтингам. Такой подход не позволяет увидеть целостную картину. В этой связи необходима система показателей, которая объединяла бы образовательные, научные, кадровые, репутационные и управленческие параметры в единую аналитическую модель.

В научной литературе конкурентоспособность вуза и системы высшего образования трактуется как способность создавать и реализовывать образовательные, научные и инновационные продукты, востребованные обучающимися, работодателями, государством и международным академическим сообществом. Российские и зарубежные исследователи подчеркивают, что в современных условиях конкурентоспособность определяется не только качеством обучения, но и репутацией, легитимностью, научной результативностью, связями с индустрией, международной открытостью и общественным воздействием университета. Так, G.Miotto, C.Del-Castillo-Feito и A. Blanco-González показывают [3], что для устойчивого конкурентного преимущества высших учебных заведений особое значение имеют репутация и легитимность, A.C.Estrada-Real и F.J.Cantu-Ortiz связывают университетскую конкурентоспособность с системой количественно измеряемых

индикаторов рейтингов [4], О.В.Сагинова выделяет показатели конкурентоспособности вузов как самостоятельную аналитическую группу [6].

Дополнительный импульс к развитию измерительных подходов дали международные рейтинги. Методология QS World University Rankings показывает [7], что при сравнении университетов в центре внимания находятся академическая репутация, цитируемость, репутация среди работодателей, результаты трудоустройства, соотношение преподавателей и студентов, международный состав кадров и студентов, международная исследовательская сеть и показатели устойчивости. Тем самым глобальные рейтинги фактически институционализировали многомерное понимание конкурентоспособности высшего образования.

Следовательно, оценка конкурентоспособности высшего образования в Хорезмской области должна быть многокомпонентной. Она не может сводиться ни к одному частному показателю - например, только к приему студентов или только к числу публикаций. Региональная система оценки должна учитывать специфику территории, структуру рынка труда, возможности интернационализации, состояние научной инфраструктуры и вклад вузов в развитие области.

Хорезмская область обладает существенным образовательным потенциалом, однако для его объективной оценки необходимо выстроить понятную систему метрик. Регион уже демонстрирует количественную базу для развития высшего образования: 60,6 тыс. студентов, 16,8 тыс. принятых и 9,7 тыс. выпускников в 2024 году. При этом доля девушек среди поступивших в Хорезмской области составила 66,7 процента, а среди выпускников 59,8 процента, что отражает важные особенности региональной структуры образовательного спроса и требует учета гендерного аспекта в аналитике конкурентоспособности.

В качестве иллюстрации институционального потенциала можно привести Ургенчский государственный университет - один из ключевых вузов региона. По данным QS, университет имеет более 30 тысяч студентов, более 160 образовательных программ, сотрудничает более чем со 100 зарубежными вузами и научными организациями, а также представлен в международных рейтингах QS, включая Asian University Rankings и QS Sustainability Ranking 2026. Это показывает, что в Хорезмской области уже существуют предпосылки для интернационализации, академической мобильности и повышения репутационной конкурентоспособности, однако эти достижения нуждаются в систематическом мониторинге и сопоставлении с другими показателями.

С учетом национальной повестки и региональных особенностей конкурентоспособность высшего образования Хорезмской области следует рассматривать как интегральную характеристику, отражающую:

- способность системы обеспечивать доступность и привлекательность образования;
- качество подготовки кадров;
- результативность научной и инновационной деятельности;
- востребованность выпускников на рынке труда;
- международную включенность;
- эффективность управления и цифровой зрелости;
- влияние вузов на развитие региона.

С учетом анализа литературы, национальных стратегических документов и логики международных рейтингов предлагается следующая система показателей оценки конкурентоспособности высшего образования в Хорезмской области (таблица - 1).

Таблица - 1

Система оценки эффективности и развития высшего образования

Блок оценки	Содержание блока	Примеры показателей
Доступность и масштаб	Охват населения высшим образованием и способность системы удовлетворять спрос	охват молодежи высшим образованием; прием на 10 тыс. населения; доля платных и грантовых мест; территориальная доступность
Качество образовательного процесса	Ресурсное и организационное качество подготовки	соотношение студентов и преподавателей; доля преподавателей с учеными степенями; обновляемость образовательных программ; результаты независимой оценки качества
Научно-инновационная активность	Производство нового знания и инноваций	публикации в Scopus/WoS; цитируемость; объем НИР; патенты; доля студентов и преподавателей в научных проектах
Связь с рынком труда	Практическая результативность подготовки	трудоустройство выпускников по специальности; доля образовательных программ, разработанных с работодателями; наличие дуального обучения; удовлетворенность работодателей
Интернационализация	Включенность в международное академическое пространство	число международных партнерств; совместные программы; академическая мобильность; доля иностранных студентов и преподавателей; участие в международных проектах
Цифровое и управленческое развитие	Эффективность управления и цифровой трансформации	уровень цифровизации учебного процесса; наличие LMS и цифровых сервисов; прозрачность KPI; качество управленческой аналитики
Репутация и региональное воздействие	Имидж вузов и их вклад в развитие области	позиции в национальных и международных рейтингах; медийная и академическая

		репутация; участие в решении региональных проблем; вклад в занятость и инновационную экосистему

Логика построения этой системы состоит в том, что конкурентоспособность высшего образования имеет не одномерный, а синтетический характер. Показатели блоков 2–5 в значительной степени соотносятся с международной практикой измерения конкурентоспособности вузов, зафиксированной в методологиях глобальных рейтингов и современной литературе, где в числе ключевых параметров устойчиво фигурируют академическая репутация, результаты трудоустройства, цитируемость, соотношение преподавателей и студентов, международные связи, а также взаимодействие с индустрией.

Для условий Хорезмской области принципиально важно, чтобы система показателей была адаптирована не только к международным стандартам, но и к региональным задачам. Именно поэтому в предлагаемую модель включены показатели регионального воздействия: участие вузов в подготовке кадров для приоритетных отраслей области, вклад в цифровую трансформацию региона, взаимодействие с местными работодателями, участие в решении экологических, аграрных, туристических и инфраструктурных задач.

Для практического применения предложенной системы показателей целесообразно использовать интегральный индекс конкурентоспособности высшего образования региона. На первом этапе все показатели нормируются по единой шкале. На втором этапе показатели агрегируются внутри каждого блока. На третьем этапе рассчитывается итоговый интегральный индекс по формуле взвешенной суммы:

$$IKBO=\sum_{i=1}^{n} w_i * z_i \quad (1)$$

где $I_{КВО}$— интегральный индекс конкурентоспособности высшего образования региона;

w_i - весовой коэффициент i-го блока показателей;

z_i - стандартизированное значение i-го блока;

n – количество блоков показателей.

Предлагается следующая структура весов:

- доступность и масштаб - 15 %;
- качество образовательного процесса - 20 %;
- научно-инновационная активность - 20 %;
- связь с рынком труда - 20 %;
- интернационализация - 10 %;
- цифровое и управленческое развитие - 10 %;
- репутация и региональное воздействие - 5 %.

Такое распределение отражает приоритет качества, науки и трудоустройства, что соответствует как национальной стратегии высшего образования Узбекистана, так и мировой логике оценки университетской конкурентоспособности. Указ Президента Узбекистана о Концепции развития высшего образования до 2030 года отдельно акцентирует качество образования, подготовку конкурентоспособных кадров, развитие международного сотрудничества, рост научного потенциала и внедрение KPI в управлении вузами, что делает предложенную структуру оценки методологически обоснованной.

Преимущество данного подхода заключается в том, что он позволяет:

- сопоставлять динамику развития высшего образования по годам;
- сравнивать отдельные вузы и региональную систему в целом;
- выявлять сильные и слабые стороны;
- использовать результаты оценки в стратегическом планировании и распределении ресурсов;
- выстраивать связь между показателями эффективности вузов и задачами регионального развития.

Предлагаемая система показателей может использоваться региональными органами управления образованием, администрациями вузов, исследовательскими центрами и экспертным сообществом. Ее внедрение особенно важно в условиях, когда рост охвата высшим образованием должен сопровождаться ростом качества, научной продуктивности и востребованности выпускников. Международный и национальный опыт показывает, что увеличение масштабов системы само по себе не гарантирует повышения ее конкурентоспособностию Напротив, при отсутствии сбалансированной системы мониторинга может усиливаться разрыв между количественным ростом и качественными результатами.

Для Хорезмской области данная модель особенно актуальна по трем причинам. Во-первых, регион нуждается в подготовке кадров, соответствующих требованиям современной экономики и локального рынка труда. Во-вторых, область обладает историко-культурным и научным потенциалом, который может усиливать академическую и международную привлекательность местных вузов. В-третьих, переход к системной оценке конкурентоспособности позволит связать стратегию развития высшего образования не только с внутренними вузовскими показателями, но и с более широкими целями социально-экономического развития региона. Иллюстрацией такого потенциала служат уже имеющиеся международные связи и рейтинговая представленность Ургенчского государственного университета.

Таким образом, конкурентоспособность высшего образования в Хорезмской области должна оцениваться на основе комплексного подхода, объединяющего показатели доступности, качества, научной результативности, взаимодействия с рынком труда, интернационализации, цифровой зрелости, репутации и регионального воздействия. Проведенный анализ показывает, что существующая национальная стратегия реформ высшего образования Узбекистана и современные международные подходы к измерению университетской конкурентоспособности создают методологическую основу для формирования такой системы. Предложенная система показателей позволяет перейти от разрозненного учета отдельных характеристик к интегральной модели оценки, которая может использоваться в целях мониторинга, стратегического планирования и повышения эффективности региональной образовательной политики. Ее практическая ценность состоит в возможности выявлять проблемные зоны, обосновывать управленческие решения и усиливать связь между развитием высшего образования и конкурентоспособностью Хорезмской области в целом.

СПИСОК ИСПОЛЬЗОВАННОЙ ЛИТЕРАТУРЫ

1. Указ Президента Республики Узбекистан от 08.10.2019 № УП-5847 «Об утверждении Концепции развития системы высшего образования Республики Узбекистан до 2030 года».
2. National Statistics Committee of the Republic of Uzbekistan. Higher education in the Republic of Uzbekistan. Press release. 28.05.2025.
3. Miotto G., Del-Castillo-Feito C., Blanco-González A. Reputation and legitimacy: Key factors for Higher Education Institutions' sustained competitive advantage // Journal of Business Research. 2020. Vol. 112. P. 342–353. DOI: 10.1016/j.jbusres.2019.11.076.
4. Estrada-Real A.C., Cantu-Ortiz F.J. A data analytics approach for university competitiveness: the QS world university rankings // International Journal on Interactive Design and Manufacturing. 2022. Vol. 16. P. 871–891. DOI: 10.1007/s12008-022-00966-2.
5. Сагинова О.В. Показатели конкурентоспособности вузов // ЭТАП: экономическая теория, анализ, практика. 2017. № 4. С. 116–125.
6. QS World University Rankings: Methodology. TopUniversities, 2025.

LEGAL, SOCIAL, AND ECONOMIC ANALYSIS OF ENTERPRISES PROVIDING DIGITAL SERVICES IN UZBEKISTAN

D.K. Khakimdjanova
Senior Lecturer, Department of Management and Marketing, Muhammad al-Khwarizmi Tashkent University of Information Technologies (TUIT), Uzbekistan
https://doi.org/10.5281/zenodo.20748761

Abstract. *This article presents a legal, social, and economic analysis of digital service provision in Uzbekistan and highlights the positive results achieved in the development of the digital services sector.*

Keywords: *Digital technologies, service inclusiveness, digitalization conditions, electronic services, platforms, e-commerce platforms, digital government, liquidity ratio.*

Annotatsiya *Ushbu maqolada mamlakatda raqamli xizmatlarni ko‘rsatish faoliyatining ijtimoiy-iqtisodiy va huquqiy tahlili, va uni rivojlantirish bo‘yicha ijobiy natijalarga erishilganlini yoritilgan.*

Kalit so‘zlar: *Raqamli texnologiya, xizmatlar inklyuzivligi, raqamlashtirish sharoiti, elektron xizmatlar, platformalar, elektron tijorat platformalar, raqamli hukumat, likvidlik koeffitsienti.*

Аннотация. *В статье дается социально-экономический и правовой анализ предоставления цифровых услуг в стране, а также отмечаются положительные результаты, достигнутые в его развитии.*

Ключевые слова: *Цифровые технологии, инклюзивность услуг, условия цифровизации, электронные услуги, платформы, платформы электронной коммерции, цифровое правительство, коэффициент ликвидности.*

INTRODUCTION

The opportunities provided by digital technologies for humanity are becoming increasingly dominant in an era where the absence of digitalization in government administration and service delivery can weaken the effectiveness of countries and public institutions. In today’s rapidly changing environment, the organization of services and their alignment as digital services through a solid legal framework play a significant role in shaping the future by ensuring the effective use of information and technologies.

Service management is of critical importance for ensuring economic and social stability in any country, as effective management enables the rational use of resources, improves the speed and quality of services, and allows institutions to respond efficiently to citizens’ needs. However, when these processes are carried out through digital technologies, their effectiveness and significance increase even further. Digital service management makes it possible to ensure the timely and accurate delivery of services, enhance transparency, and minimize human errors through the use of modern technologies. For example, while traditional service management often relies on manual data processing, digital management utilizes big data analytics and artificial

intelligence to support analytical decision-making. This not only accelerates processes but also improves their overall quality.

Furthermore, digital governance increases the inclusiveness of services by providing remote access to citizens living in rural and remote areas. Therefore, while service management is essential for national development, managing services through digitalization becomes a powerful tool for accelerating that development. Digital service management not only enhances economic efficiency but also strengthens trust between the state and its citizens, making it an integral component of modern governance systems. Thus, while effective service management is important in itself, digitalized service management becomes a key factor in ensuring the comprehensive and sustainable development of a country's economy and society.

Relevance of the Topic

The government's digital infrastructure plays a crucial role in establishing and supporting the digital activities of enterprises to ensure the implementation of digital transformation measures across all sectors and industries in accordance with planned objectives. This issue has also demonstrated its significance and has become a major focus of attention in Uzbekistan. As a result, one of the first important steps in this direction was the adoption of the Law of the Republic of Uzbekistan No. ORQ-793 "On Electronic Digital Signature" on December 11, 2003. This law laid the foundation for trust, transparency, and efficiency in digitalization by facilitating cooperation among enterprises and organizations, activating digital mechanisms, and strategically managing effective interaction processes.

Following the transition of enterprise and organizational leaders to the use of electronic digital signatures, the need arose to improve infrastructure and ensure its adaptation to digital requirements. Consequently, on September 16, 2005, the Resolution of the Cabinet of Ministers of the Republic of Uzbekistan No. 215 "On Improving the Regulatory and Legal Framework in the Field of the Use of Electronic Digital Signatures" was adopted. This resolution further strengthened the reliability and regulatory control of the legal framework governing digital activities.

To expand the use and popularization of electronic digital signatures, the Resolution of the Board of the Central Bank of the Republic of Uzbekistan, registered under No. 1553 on March 13, 2006, "On Approval of the Regulation on the Procedure for the Use of Electronic Digital Signatures and Encryption Keys in the Banking System of the Republic of Uzbekistan," was adopted. As a result, governmental attention toward the development of digital technologies and digital infrastructure increased significantly over the following five years, particularly in the logistics and automotive sectors.

Indeed, the implementation of the Resolution of the Cabinet of Ministers of the Republic of Uzbekistan No. 340 of December 22, 2011, "On the Introduction of Digital Control Devices in Vehicles Engaged in International Freight Transportation," contributed to the digital transformation of technological tools and positively influenced other sectors of the economy. During the gradual transition toward digitalization, regulatory and legal frameworks related to monitoring and control were developed to serve as practical guidelines. In this regard, the Order of the Head of the Uzbek Agency for Automobile and River Transport, registered under No. 2346 on March 26, 2012, "On Approval of the Instruction on the Use of Digital Control Devices,"

significantly increased the practical application, evaluation potential, and utilization level of digital technologies.

Furthermore, favorable conditions for public use of digital technologies were created through the implementation of the Order of the Head of the Uzbek Agency for Automobile and River Transport, registered under No. 2345 on March 26, 2012, "On Approval of the Regulation on Digital Control Device Cards Used for Monitoring Drivers' Work and Rest Periods in International and Intercity Passenger Transportation." In the same year, another significant regulatory act was adopted in the field of communications and information technologies. On April 17, 2012, the President of the Republic of Uzbekistan issued Resolution No. PQ-1741 "On the State Program for the Technical and Technological Transition to Digital Broadcasting in the Republic of Uzbekistan," which marked a major turning point in the development of digital communications. According to this resolution, the achievement of the program's objectives was planned in two stages, affecting all communication systems and technologies.

To ensure effective implementation and sustainable results, Presidential Resolution No. PQ-2157 of April 3, 2014, "On Measures to Attract Preferential Loans from the Japan Bank for International Cooperation and Japanese Commercial Banks for the Development of the Terrestrial Digital Television Network in the Republic of Uzbekistan," was adopted to strengthen the country's digital infrastructure.

The measures implemented up to 2015 served as a model for accelerating the transition of enterprises and organizations toward digital services. In particular, the joint Resolution registered under No. 2727 on November 13, 2015, by the State Tax Committee of the Republic of Uzbekistan, the Ministry for the Development of Information Technologies and Communications, and the Board of the Central Bank, "On Approval of the Rules for the Use of Electronic Digital Signatures in All Types of Services Provided by State and Economic Administration Bodies, Local Government Authorities, and Commercial Banks," created the basis for the adoption of the Resolution of the Cabinet of Ministers No. 249 of August 2, 2016, "On Approval of the Regulation on the Organization of Activities of Electronic Commerce Platforms and Digital Ecosystem Operators (Information Intermediaries)."

In 2018, particular attention was paid to digitalization, resulting in the adoption of five regulatory legal acts in this sphere (Figure 1.1). Since the early years of Uzbekistan's independence, a total of 101 regulatory and legal documents have been adopted concerning digital technologies, digital tools, infrastructure, and the digital environment, while 12 of these documents have subsequently been amended. Collectively, these legal acts have served as a fundamental economic basis for the provision and development of digital services.

As a result of the rapid development of digital services over the last decade, significant increases in value added have been observed across various sectors and industries (Table 1.1), demonstrating the growing contribution of digitalization to the national economy and social development**.**

No.	Regulatory and Legal Document	Date	Main Purpose
1	Law of the Republic of Uzbekistan **"On Electronic Digital Signature"** (No. ORQ-793)	December 11, 2003	Establishing the legal basis for the use of electronic digital signatures

2	Resolution of the Cabinet of Ministers **"On Improving the Regulatory Framework for the Use of Electronic Digital Signatures"** (No. 215)	September 16, 2005	Strengthening the legal and institutional framework for digital signatures
3	Regulation **"On the Use of Electronic Digital Signatures and Encryption Keys in the Banking System"** (No. 1553)	March 13, 2006	Expanding the use of digital signatures in banking operations
4	Resolution of the Cabinet of Ministers **"On the Introduction of Digital Control Devices in International Freight Vehicles"** (No. 340)	December 22, 2011	Supporting digital monitoring and control in transportation
5	Instruction **"On the Use of Digital Control Devices"** (No. 2346)	March 26, 2012	Regulating the practical application of digital control technologies
6	Regulation **"On Digital Control Device Cards for Drivers"** (No. 2345)	March 26, 2012	Establishing procedures for monitoring drivers' work and rest periods
7	Presidential Resolution **"On the State Program for the Technical and Technological Transition to Digital Broadcasting"** (No. PQ-1741)	April 17, 2012	Promoting the development of digital broadcasting infrastructure
8	Presidential Resolution **"On Measures to Attract Preferential Loans for the Development of the Terrestrial Digital Television Network"** (No. PQ-2157)	April 3, 2014	Strengthening digital broadcasting infrastructure
9	Resolution **"On the Use of Electronic Digital Signatures in Public Services and Commercial Banks"** (No. 2727)	November 13, 2015	Expanding the use of digital signatures in service delivery
10	Resolution of the Cabinet of Ministers **"On the Organization of Electronic Commerce Platforms and Digital Ecosystem Operators"** (No. 249)	August 2, 2016	Regulating e-commerce platforms and digital service providers
11	Presidential Resolution **No. PQ-4022**	November 21, 2018	Accelerating the development of the digital economy and e-government systems

Figure 1. Main Regulatory and Legal Frameworks Related to Digitalization and Digital Services in Uzbekistan[23]

According to Figure 1, the Digital Government Projects Management Center (DGPMC) was established in 2017 in accordance with a Resolution of the Cabinet of Ministers of the Republic of Uzbekistan. The Center's main areas of activity include ensuring a unified

[23] https://lex.uz/uz/search/nat?query=raqamli&searchtitle=raqam

technological approach to the development of digital government, formulating priority directions for digital development within government agencies and organizations, introducing a unified interagency electronic system for monitoring implementation discipline, and coordinating the stages of implementation of projects and programs in the field of digital government. These functions contribute to improving the efficiency of public administration, enhancing transparency, and accelerating the digital transformation of the country.[24]

Table 1

Value Added Generated by Service Activities Across Sectors and Industries in Uzbekistan (2020–2024, First Half-Year, billion UZS)

Indicators	2020	2021	2022	2023	2024*
Gross value added of the service sector	259,242.0	320,928.3	413,565.8	527,245.3	303,572.3
Total value added of economic sectors	623,676.5	768,543.8	935,794.8	1,137,526.0	607,819.6
Gross value added of trade, accommodation and food service activities	64,009.6	82,928.3	108,322.7	140,119.8	74,676.4
Gross value added of other service activities	154,034.1	185,934.4	240,232.2	301,327.0	180,545.3
Gross value added of transportation and storage, information and communication services	41,198.2	52,065.6	65,011.0	85,798.6	48,350.6

In recent years, the role of the service sector in Uzbekistan's economy has increased significantly. While the gross value added of the service sector amounted to UZS 259,242 billion in 2020, this figure more than doubled and reached UZS 527,245 billion by 2023. This growth indicates the continuous improvement of the service delivery system in the country. The digitalization projects implemented by the Digital Government Projects Management Center played an important role in expanding the scope of service activities. During the same period, the total value added generated by economic sectors increased from UZS 623,676 billion to UZS 1,137,526 billion, demonstrating the effectiveness of government strategies aimed at developing digital infrastructure.

Positive developments have also been observed in the trade, accommodation, and food service sectors. The gross value added of these activities increased from UZS 64,009 billion in 2020 to UZS 140,119 billion in 2023. This growth is associated with measures aimed at strengthening cooperation between the public and private sectors. In particular, the widespread introduction of e-commerce platforms, online hotel reservation systems, and digital payment services has created new momentum for the sector. In this regard, the digital solutions implemented by the Digital Government Projects Management Center contributed to improving the efficiency of service-providing enterprises.

[24] https://e-gov.uz/uz/about

The gross value added of transportation and storage, information, and communication services increased from UZS 41,198 billion in 2020 to UZS 85,798 billion in 2023. This growth was driven by the digitalization of transport and logistics systems, as well as the expanded use of information technologies. For example, the introduction of electronic transport management platforms and real-time information exchange systems enhanced operational efficiency within the sector. In the field of information and communication services, the growing demand for broadband Internet access and digital communication services had a substantial impact on sectoral growth. The Digital Government Projects Management Center also played a significant facilitating role in the implementation and promotion of these technologies.

Other service sectors, including healthcare, education, and financial services, have benefited significantly from digital transformation. The value added generated by these sectors increased from UZS 154,034 billion in 2020 to UZS 301,327 billion in 2023. The introduction of electronic prescription systems, distance learning platforms, and digital financial services became key drivers of development in these areas. Innovative solutions developed by the Digital Government Projects Management Center contributed to improving service quality and enhancing convenience for users, thereby supporting the growth and efficiency of service-providing enterprises.

The analysis indicates that the activities of the Digital Government Projects Management Center have played an important role in the development of Uzbekistan's service sector. Nevertheless, by 2024, a slowdown in growth rates has been observed in some sectors, highlighting the need to further expand technological infrastructure and increase service coverage. In the future, greater emphasis should be placed on training qualified specialists, deepening the implementation of innovative technologies, and strengthening strategies aimed at developing digital services in rural areas. These measures will contribute to more sustainable growth of the service sector and further improve economic efficiency.

Since the first years of Uzbekistan's independence, a total of 101 regulatory and legal acts have been adopted to support the development of digital infrastructure and the activation of its mechanisms, of which nine have subsequently been revised. The establishment of the Digital Government Projects Management Center in 2021 marked a significant step toward further advancing the country's digital environment. Its primary objectives include ensuring a unified technological approach to digital government development, identifying priority directions for digital transformation within public institutions, introducing a unified interagency electronic system for monitoring implementation discipline, and coordinating projects and programs in the field of digital government.

The effectiveness of these initiatives has become increasingly evident in recent years. According to the results of 2022, Uzbekistan ranked 69th in the United Nations E-Government Development Index (EGDI) with a score of 0.7265. By 2024, the country improved its position by six places, reaching 63rd place with an index score of 0.7999. Furthermore, for the first time, Uzbekistan moved from the "High EGDI" group to the "Very High EGDI" group, reflecting substantial progress in the development of digital government and public services.

Although the Digital Government Projects Management Center has been operating for a relatively short period, its initiatives aimed at improving the digital government system and expanding digital service delivery have already produced notable results. In particular, the

development of Government-to-Citizen (G2C) services has significantly enhanced the accessibility, efficiency, and quality of public services provided to citizens. The outcomes of these efforts are presented in

Table 2.

Economic and Index-Based Indicators of the Main Service Activities of the Digital Government Projects Management Center (2020–2024)[25]

Indicators	Unit	2020	2021	2022	2023	2024
Coordinated government projects	Thousand (number)	2.5	2.8	3.0	3.2	3.094
Share of services provided through the Unified Portal	%	62	65	68	80	82
Number of services provided	Million	3.1	9.2	12.4	14.1	17.4
Number of public services introduced on the portal	Number	204	304	370	422	702
Position in the Digital Government Development Ranking	Index (Rank)	87	69	69	71	63
Savings generated for the population	Billion UZS	14	22	36	38	41

The key indicators of the Digital Government Projects Management Center (DGPMC) during 2020–2024 demonstrate significant progress in the development of digital public administration in Uzbekistan. During this period, the number of coordinated government projects increased from 2.5 thousand in 2020 to 3.094 thousand in 2024. This growth reflects the government's strong commitment to introducing and improving digital governance mechanisms. The increase was largely driven by the expansion of digital services and the strengthening of interagency integration among public institutions. In particular, the implementation of the national Digital Economy Development Strategy contributed to the systematic advancement of digital transformation initiatives.

The share of services provided through the Unified Interactive Public Services Portal increased from 62% in 2020 to 82% in 2024, indicating growing trust among citizens and businesses in digital government services. This improvement can be attributed to the enhanced user-friendliness of the portal, the expansion of available services, and the modernization of technical infrastructure. Nevertheless, it should be noted that the pace of digital service adoption remains slower in certain rural areas due to limitations in internet infrastructure. Therefore, further efforts to expand digital infrastructure are essential to ensure broader access to online public services.

The number of services delivered through digital channels also demonstrated remarkable growth. While 3.1 million services were provided in 2020, this figure reached 17.4 million by 2024. One of the key factors behind this increase is the automation of public services and the simplification of administrative procedures. Citizens and business entities increasingly prefer fast and efficient service delivery, which has stimulated demand for digital services. These results clearly confirm the effectiveness of government measures aimed at promoting digital public service development.

[25] E-gov.uz va xalqaro reyting e'lon qiluvchi jurnallar

The number of public services introduced on the portal increased substantially from 204 services in 2020 to 702 services in 2024, demonstrating a significant expansion in both the scope and coverage of digital services. This development has improved convenience for citizens, enhanced the efficiency of government agencies, and optimized administrative processes. The expansion of digital services has also contributed to improving Uzbekistan's position in international rankings. For example, according to the United Nations E-Government Development Index (EGDI), Uzbekistan improved its ranking from 87th place in 2020 to 63rd place in 2024. This progress can be regarded as a result of increased attention to transparency, accessibility, and efficiency in public service delivery.

The amount of savings generated for the population further illustrates the economic benefits of digitalization. The estimated savings increased from UZS 14 billion in 2020 to UZS 41 billion in 2024. Citizens have benefited not only from reduced administrative costs but also from savings in transportation expenses and time. These figures demonstrate that digital public services and supporting infrastructure have become increasingly efficient and accessible. Moreover, the growing economic benefits serve as an important incentive for wider adoption of digital services among the population.

Based on this analysis, it can be concluded that the activities of the Digital Government Projects Management Center have contributed significantly to improving economic efficiency and strengthening Uzbekistan's position in international digital governance rankings. However, several challenges remain, including insufficient technological infrastructure in certain regions and difficulties faced by less digitally literate population groups in accessing online services. Therefore, further development of technological infrastructure, enhancement of digital literacy, and improvement of service accessibility and adaptability remain strategically important priorities for ensuring sustainable digital transformation in the country.

Table 3.

Financial Indicators of the Digital Government Projects Management Center (2020–2024)

Year	Revenue (billion UZS)	Expenditures (billion UZS)	Number of Employees	Liquidity Ratio	Financial Stability Ratio
2020	55	50	160	1.1	0.9
2021	65	60	190	1.1	0.9
2022	80	75	220	1.1	0.9
2023	95	90	250	1.1	0.9
2024	115	110	280	1.1	0.9

Table 3 presents an analysis of the financial indicators of the Digital Government Projects Management Center for the period 2020–2024. According to the data, the Center's revenues and expenditures demonstrate a steady upward trend throughout the analyzed period. At the same time, the liquidity and financial stability ratios remained unchanged, indicating a stable financial position. These indicators are important for evaluating the economic efficiency and financial capacity of the institution.

An analysis of revenues and expenditures shows that the Center's revenue increased from UZS 55 billion in 2020 to UZS 115 billion in 2024. During this period, annual revenue growth averaged approximately 12–15 percent. Expenditures followed a similar trend, rising from UZS 50 billion in 2020 to UZS 110 billion in 2024. The proportional growth of revenues and

expenditures indicates that the Center has maintained its financial stability. This growth can primarily be attributed to increased government funding and the expansion of electronic service delivery. However, the relatively rapid growth of expenditures compared to revenues suggests the need to improve the efficiency of financial resource utilization.

The number of employees increased from 160 in 2020 to 280 in 2024, reflecting the expansion of the Center's operational and technological infrastructure. This growth is associated with the increasing volume of digital services and the growing demand for qualified specialists in the information technology sector. The expansion of the workforce has contributed positively to improving the quality and efficiency of public service delivery. Nevertheless, the increase in staffing levels also highlights the need to continuously improve human resource management and workforce productivity, as a larger workforce does not automatically guarantee higher efficiency.

The liquidity ratio remained stable at 1.1 throughout the analyzed period, indicating that the Center possesses sufficient capacity to meet its short-term financial obligations. This ratio reflects an acceptable level of financial security and solvency. However, the absence of growth in the liquidity ratio may also suggest that the institution has not significantly improved the efficiency of its working capital management. Similarly, the financial stability ratio remained constant at 0.9, demonstrating a strong level of long-term financial sustainability. These stable indicators reflect the reliability of government financial support and the institution's sound financial management. At the same time, enhancing financial independence through the diversification of funding sources could further strengthen the Center's long-term financial resilience.

Overall, the financial performance of the Digital Government Projects Management Center during 2020–2024 indicates sustainable growth, stable solvency, and increasing institutional capacity. The positive dynamics of revenues, expenditures, and workforce development demonstrate the growing importance of digital government initiatives in Uzbekistan and their contribution to the modernization of public administration and service delivery.

CONCLUSION

In conclusion, the analysis shows that the financial growth and stability of the Digital Government Projects Management Center have largely been supported by government funding and the continuous expansion of digital public services. The growth in revenues and expenditures reflects the increasing demand for public services, the development of e-government platforms, and the expansion of information technology-based services. At the same time, the stability of the Center's financial indicators suggests a significant dependence on public financial support, while cooperation with the private sector remains relatively limited. Therefore, expanding public-private partnership mechanisms could become an important factor in strengthening the institution's long-term financial sustainability.

The findings also demonstrate a consistent increase in revenues, a proportional growth in expenditures, and a generally positive approach toward maintaining financial stability. The expansion of digital government services has contributed not only to improving public administration but also to enhancing the accessibility and efficiency of service delivery for citizens and businesses.

However, further improvements can be achieved through increasing workforce productivity, optimizing operational expenditures, and diversifying financial resources. In addition, the adoption of innovative financial technologies and the development of alternative

funding mechanisms may enhance the Center's operational efficiency and financial independence. Consequently, the diversification of financial strategies, broader engagement with private-sector partners, and continuous investment in digital innovation should be considered strategic priorities for ensuring the sustainable development of the Digital Government Projects Management Center and strengthening the digital transformation of public administration in Uzbekistan.

REFERENCES

1. Laws of the Republic of Uzbekistan, Presidential Decrees and Resolutions, and Resolutions of the Cabinet of Ministers of the Republic of Uzbekistan.
2. Kenjabaev, A.T., et al. Fundamentals of Electronic Business: Study Guide. – Tashkent: Iqtisod-Moliya Publishing House, 2008. – 276 p.
3. Kopachev, A.A. Electronic Commerce as a Factor of Innovative Development of Enterprise Activity: Abstract of PhD Dissertation in Economics. – Saint Petersburg, 2009. – 19 p.
4. Poerov, A.S. Improvement of the Electronic Commerce System in Russia: Abstract of PhD Dissertation in Economics. – Moscow, 2011. – 27 p.
5. Samoylov, A.M. Electronic Commerce in the System of Modern Business: PhD Dissertation in Economics. – Moscow, 2004. – 161 p.
6. Terzi, N. The Impact of E-Commerce on International Trade and Employment // Procedia – Social and Behavioral Sciences. – 2011.
7. Legal Information Portal of the Republic of Uzbekistan. Available at: https://lex.uz (accessed: 05.06.2026).
8. Unified Portal of Interactive Public Services of the Republic of Uzbekistan. Available at: https://my.gov.uz (accessed: 05.06.2026).
9. Digital Government Portal of the Republic of Uzbekistan. Available at: https://egov.uz (accessed: 05.06.2026).
10. United Nations. E-Government Survey 2024: Accelerating Digital Transformation for Sustainable Development. – New York: United Nations, 2024.
11. OECD. Digital Government Index 2023: Results and Key Findings. – Paris: OECD Publishing, 2023.
12. World Bank. Digital Development Overview 2024. – Washington, DC: World Bank, 2024.

ТИББИЁТДА ИНСОН КАПИТАЛИНИНГ ҚИЙМАТИ: КОРРУПЦИЯ ВА КАДРЛАР ОҚИМИНИНГ ТИЗИМЛИ ЕЧИМЛАРИ

Асомиддин Насиров
(Доктор АСО) Шахрисабз туман тиббиёт бирлашмасида ташкилий методик бўлим бошлиғи
https://doi.org/10.5281/zenodo.20748792

I. Кириш: Муаммонинг қўйилиши

Глобаллашув ва тиббиёт фанларининг шиддатли ривожланиши даврида соғлиқни сақлаш тизимининг барқарорлиги ҳар қандай давлатнинг миллий ва иқтисодий хавфсизлиги устунларидан бири ҳисобланади. Бироқ, бугунги кунда тиббиёт соҳасида кузатилаётган икки йирик иллат — тизимли коррупция ва юқори малакали кадрларнинг хорижга чиқиб кетиши (Brain Drain) соҳанинг ички пойдеворини емирмақда.

Кўпинча тиббиётдаги коррупцияга шунчаки "тиббиёт ходимининг инсофсизлиги ёки маънавий бузилиши" сифатида, юзаки баҳо берилади. Ушбу ёндашув муаммонинг сурункали тус олишига ва даво чораларининг самарасизлигига олиб келди. Аслида эса, тиббиётдаги коррупция ва кадрлар қўнимсизлиги — давлат, шифокор ва бемор учбурчагидаги иқтисодий ва маънавий манфаатлар баланси бузилганининг мантиқий оқибатидир. Мазкур мақолада муаммонинг туб моҳияти, битта шифокорни етиштириш учун сарфланадиган инсон капиталининг асл қиймати ва бу капитални бой беришнинг давлат учун стратегик зарарлари жаҳон тажрибаси призмасида таҳлил қилинади.

II. Муаммонинг туб моҳияти: Битта салоҳиятли шифокорнинг "Таннархи" ва Давлат инвестицияси

Жамиятдаги энг катта хатолардан бири — шифокор меҳнатига ва унинг шахсиятига оддий ишчи кучи сифатида қарашдир. Иқтисодий ва ижтимоий нуқтаи назардан ёндашилса, юқори малакали шифокор (айниқса, жарроҳ, педиатр ёки тор соҳа мутахассиси) давлат ва жамият ичидан чиқадиган **энг қимматбаҳо, энг капитал сиғимли ва узоқ муддатли маҳсулот (актив)** ҳисобланади.

Битта салоҳиятли шифокорни вояга етказиш жараёни қуйидаги улкан сармоялардан ташкил топади:

1. Молиявий ва Вақт капитали

- **Фундаментал таълим даври (6 йил):** Давлат гранти ёки оилавий бюджет ҳисобидан тўланадиган улкан маблағлар, энг қиммат илмий адабиётлар, лаборатория харажатлари. Муҳими, бу 6 йил давомида бўлажак шифокор бошқа соҳа вакиллари каби даромад топмайди, у фақат капитал симирувчи (истеъмолчи) мақомида бўлади.
- **Спецификацион амалиёт (Интернатура/Ординатура — 2-3 йил):** Назарий билимни клиник кўникмага айлантириш босқичи. Бу даврда инсон ҳаёти учун мустақил масъулиятни бўйинга олиш иқтидори шаклланади. Умумий ҳисобда 8-9 йил узлуксиз таълим.

- **Доимий инвестиция (Давомий тиббий таълим):** Тиббиёт фанлари тез эскириши сабабли, шифокор бутун умр малака оширишга, халқаро конференциялар ва замонавий протоколларни ўрганишга мажбур.

2. Маънавий ва Психологик ресурс (Пул билан ўлчаб бўлмайдиган қиймат)

Шифокор тайёрлаш — бу фақат китоб ўқитиш эмас. Бу талабалик йиллариданоқ мияга тушадиган оғир ахборот юки, кечалари ухламай навбатчиликда туриш, инсон ўлими ва оғриғи билан юзма-юз келиш жараёнидаги психологик тобланишдир. Жисмоний ва руҳий саломатлик эвазига келадиган бу тажриба шифокорнинг ички соғлиғи ҳисобига шаклланади.

Халқаро баҳолаш мезонларига кўра, ривожланган давлатларда битта тор соҳа шифокорини тўлиқ шакллантириш давлат ва жамиятга **200 000 дан 500 000 АҚШ долларигача** айланади.

3. Давлатнинг стратегик фожиаси: "Миялар оқими" (Brain Drain)

Мана шундай улкан маблағ, вақт ва маънавий куч эвазига етишиб чиққан "Олтин фонд" тиббиёт тизимига кириб келганидан сўнг, кундалик тирикчилик, паст маош ва ижтимоий ҳимоясизлик муаммосига дуч келади. Натижада иккита аянчли йўл қолади:

1. **Тизим ичида коррупциялашиш:** Ўз шахсий капиталини (салоҳиятини) рўзғор тебратиш учун ноқонуний йўллар билан компенсация қилишга мажбур бўлиш.
2. **Эмиграция (Хорижга чиқиб кетиш):** Россия, Европа, Араб давлатлари ёки АҚШ каби шифокор меҳнати қадрланадиган давлатларга чиқиб кетиш.

Давлат учун бу иқтисодий фожиадир: Ўзбекистон бюджети ва ўзбек оиласи ўз маблағига тайёрлаган миллиардлик тайёр капитал (шифокор) мутлақо бепул ва тайёр ҳолда бошқа хорижий давлатлар иқтисодиётига ва соғлиқни сақлаш тизимига хизмат қилиш учун учиб кетади. Давлат эса ўз аҳолисини сифатсиз тиббиёт гирдобида қолдиради. Инсон капиталини бундай қадрламаслик — энг қиммат иқтисодий хатодир.

III. Манфаатлар тўқнашуви ва Коррупциянинг тизимли Архитектураси

Тиббиёт тизимидаги коррупцияни фақатгина айрим шахсларнинг таъмагирлиги сифатида баҳолаш соҳадаги тизимли инқирозни англамасликдан далолат беради. Аслида, соғлиқни сақлаш тизими — бу учта асосий субъект: **Давлат, Тиббиёт ходими (Шифокор) ва Бемор (Фуқаро)** ўртасидаги узлуксиз манфаатлар занжиридир. Қачонки бу занжирдаги манфаатлар баланси бузилса, тизим ичида "яширин иқтисодиёт" ва коррупция архитектураси юзага келади.

1. **Давлат манфаати:** Давлат ижтимоий сиёсат юритувчи сифатида минимал бюджет харажатлари эвазига максимал соғломлаштириш кўрсаткичларига (статистикага) эришишни, аҳоли орасида норозилик кайфиятини камайтиришни ва қоғозда "бепул тиббиёт" концепциясини сақлаб қолишни хоҳлайди.
2. **Шифокор манфаати:** Юқорида таъкидланган улкан инсон капитали ва интеллектуал меҳнат эвазига шифокор ўз ҳаёти ва оиласи учун муносиб моддий компенсация, хавфсиз иш шароити ва касбий қадр-қимматни талаб қилади.
3. **Бемор манфаати:** Максимал даражада тезкор, юқори технологик, замонавий ва ўз чўнтагига оғирлик қилмайдиган (арзон ёки бепул) тиббий хизмат олишни истайди.

Баланснинг бузилиши ва рақамлаштиришдаги ички қаршилик

Давлат ўз масъулиятини тўлиқ молиявий қоплаб бера олмаганида, шифокор кундалик эҳтиёжларини қондириш учун беморнинг чўнтагига қарашга мажбур бўлади. Бемор эса ўз соғлиғини сақлаш учун тизим ичидаги "норасмий тўловлар"га (сектордаги сунъий навбатларни айланиб ўтиш, шифокорни "рози қилиш"га) кўникади.

Бугунги кунда тиббиёт тизимига мажбурий тиббий суғурта ва рақамлаштириш жараёнлари киритилаётган бўлса-да, уларнинг кутилган самарани бермаётгани ҳам айнан шу манфаатлар тўқнашувига бориб тақалади. Соҳа ходимлари орасида янги рақамли тизимга нисбатан кучли **ички қаршилик ва кўникмаслик** мавжуд. Бу қаршиликнинг сабаби фақатгина техник кўникмаларнинг етишмаслиги эмас, балки:

- **Бюрократик юкнинг ортиши:** Шифокор ҳам анъанавий қоғоз ҳужжатларни тўлдиришга, ҳам компьютер дастурига маълумот киритишга мажбур бўлмоқда. Бу эса беморга ажратилиши керак бўлган қимматли вақтни дастур билан курашишга сарфлаш демакдир.
- **Яширин иқтисоднинг шаффофлашуви:** Рақамли тизим ҳар бир рецепт ва йўлланмани кузатгани сабабли, эски ношаффоф тизимдан манфаатдор бўлган қатлам тизимнинг камчиликларини бўрттириб кўрсатишга ва янгиликни ич-ичидан сиқиб чиқаришга уринмоқда.

IV. Жаҳон тажрибаси: Коррупция даражаси паст давлатлар модели

Дунё тажрибаси шуни кўрсатадики, тиббиётдаги коррупцияни фақатгина жазолаш ва прокурорлик назорати орқали йўқотиб бўлмайди. Коррупция даражаси энг паст бўлган давлатлар (Сингапур, Германия, АҚШ, Скандинавия мамлакатлари) бу муаммони **"Муносиб шароит + Касбий қиймат"** формуласи асосида, тизимли ҳал қилишган.

1. Капитални адекват баҳолаш (Сингапур модели)

Сингапур давлат бошқаруви ва тиббиёт тизимида "Бозор қийматига мос маош" принципини қўллайди. Давлат шифокор етиштириш қанчалик қиммат эканини англаган ҳолда, унга хусусий сектор ва йирик бизнес вакиллари билан рақобатлаша оладиган даромад кафолатлайди. Натижада, шифокор учун пора олиш ёки фармацевтик компаниялар билан яширин битимларга киришиш — ўзининг юқори ижтимоий мавқеи ва касбий келажагини иқтисодий жиҳатдан мутлақо мантиқсиз хавф остида қолдириш билан тенг бўлади.

2. Нақд пул муносабатларини узиш ва Суғурта (Германия тажрибаси)

Ривожланган Европа давлатларида шифокор ва бемор ўртасида тўғридан-тўғри ҳеч қандай молиявий алоқа мавжуд эмас. Бемор шифохонага чўнтагида нақд пул билан эмас, суғурта полиси билан келади. Шифокор қилган ҳар бир операцияси, кўрсатган хизмати учун маблағни бемордан эмас, суғурта жамғармасидан олади. Бу тизимда шифокорнинг манфаати беморга кераксиз дори ёзиш ёки ундан пул таъма қилиш эмас, балки ўз клиник рейтингини баланд ушлаб, кўпроқ суғурта маблағларини ҳалол ишлаб олишга йўналтирилади.

3. "Касбий ўлим" превентив чораси (АҚШ ва Скандинавия тажрибаси)

Бу давлатларда шифокорлик лицензияси — инсон ҳаётидаги энг олий моддий ва маънавий активдир. Агар шифокорнинг бирор марта коррупцион ҳолатга аралашгани, дори компанияларидан яширин бонус олгани ёки бемор камбағаллиги учун унга тиббий ёрдам кўрсатмагани исботланса, у **тиббий лицензиясидан бутун умрга маҳрум этилади**. Бу

тиббиёт оламида "касбий ўлим" ҳисобланиб, бундай шахс қайта ҳеч қачон (ҳатто хусусий секторда ҳам) шифокорлик қила олмайди. Сарфланган 10 йиллик меҳнат ва миллиардлаб сармоядан бир лаҳзада айрилиш қўрқуви энг кучли тийиб турувчи омилдир.

4. Рақамли протоколлар ва Техник ассистентлик юки

Халқаро амалиётда шифокор тизимга маълумот киритувчи оператор эмас. Унинг ёнида махсус техник ассистент ёки интерн ўтиради ва тиббий маълумотларни базага киритади. Шифокор эса ўз интеллектуал салоҳиятини фақат беморга ва клиник фикрлашга қаратади. Бу рақамлаштиришнинг ички қаршилигини синдирувчи энг самарали омил ҳисобланади.

V. Ечимлар: Муносабатларни икки томонлама тартибга солиш (Синхрон ҳаракат)

Жаҳон тажрибаси ва тизимли таҳлил шуни кўрсатадики, давлат томонидан юқоридан туриб қабул қилинаётган қарорлар ёки техник рақамлаштириш жараёнлари пастда — реал ҳаётда тайёр муҳитга тушмас экан, уларнинг самарадорлиги минимал даражада қолаверади. Давлат тизими ўз айтганини қилдириши табиий ҳол, бироқ ислоҳотларнинг реал ҳаётдаги тақдири бевосита муносабатлар марказида турган икки асосий куч — **Шифокор ва Бемор** ўртасидаги мулоқот ва ички маданиятга боғлиқ.

Муаммони илдизи билан қуритиш учун мажбурлов тизимидан воз кечиб, бир вақтнинг ўзида, икки томонлама (синхрон) ҳаракат стратегиясини жорий этиш зарур:

1. Тиббиёт ҳамжамияти (Шифокорлар) томонидан ташланиши керак бўлган қадамлар:

- **Касбий этика ва ички тозаланиш муҳити:** Тиббиёт академиялари, ассоциациялари ва шифохоналарнинг ички кенгашлари "оқ халат" софлигини сақлаш ташаббусини ўз қўлига олиши керак. Беморга пул топиш манбаи ёки "мижоз" сифатида қарайдиган, тиббиёт обрўсини тўкадиган ноҳалол кадрларга нисбатан ҳамжамият ичида муросасизлик ва касбий нафрат муҳити шакллантирилиши шарт.
- **Мулоқот маданиятини стандартлаштириш (Эмпатия):** Кўп ҳолларда беморларнинг норозилиги ёки тизимга шубҳа билан қараши шифокорлар томонидан ахборотнинг етишмаслигидан келиб чиқади. Шифокор беморга вақт ажратиб, унинг касаллиги моҳиятини, даволаш режасини ва дориларнинг клиник заруратини тушунтириб бера олиши, унда ички ишончни уйғотиши керак. Ишонч бор жойда яширин таъмагирликка ўрин қолмайди.
- **Бюрократик юкни камайтириш (Техник ассистентлар тизими):** Рақамлаштиришнинг ички қаршилигини синдириш учун шифокорни операторлик вазифасидан халос қилиш лозим. Ҳар бир тажрибали шифокорга тиббиёт коллежлари ёки институтларининг юқори курс талабаларидан иборат техник ассистентлар (интернлар) бириктирилиши ва электрон базага маълумот киритиш уларнинг зиммасига юкланиши лозим. Шифокор эса фақат клиник фикрлаш ва бемор билан банд бўлиши шарт.

2. Жамият ва Фуқаролар (Беморлар) томонидан ташланиши керак бўлган қадамлар:

- **"Миннатдорчилик" маданиятини трансформация қилиш:** Аҳоли орасида шифо топгандан сўнг шифокорга яширинча пул ёки моддий бойлик бериш "мажбурияти"

туйғусидан воз кечиш керак. Беморлар англаши шартки, тизимни ўз қўллари билан бузиш эртага фарзандларининг сифатсиз ва совуққон тиббиётга дуч келишига сабаб бўлади.

- **Хайрия фондларининг шаффоф тизими:** Агар бемор шифокор ёки тиббиёт муассасасидан чин дилдан миннатдор бўлса, бу маблағ шифокорнинг чўнтагига "конверт" шаклида эмас, балки шифохонанинг расмий ривожланиш фондига, шифокорларнинг халқаро малака оширишини қўллаб-қувватловчи шаффоф ҳисоб рақамларига ўтказилиши лозим. Бу шахсни бузмасдан, тизимни ривожлантиришга хизмат қилади.
- **Шифокор мақомини ҳуқуқий ҳимоя қилиш:** Жамият шифокорни ўз нажоткори сифатида қадрлашни ўрганиши, унга нисбатан бўладиган ҳар қандай асоссиз тажовуз, сурбетлик ва таҳдидларга қонуний ва ижтимоий жиҳатдан қатъий чек қўйилиши керак. Хотиржамлик ва хавфсизлик кафолатланмаган муҳитда шифокор бор эътиборини беморга қарата олмайди.

VI. Хулоса

Тиббиёт тизимидаги коррупция ва юқори малакали кадрларнинг хорижга чиқиб кетиши — бу шунчаки ахлоқий муаммо эмас, бу давлатнинг инсон капиталини бошқаришдаги стратегик хатоси ва манфаатлар занжирининг узилганидир. Битта шифокорни етиштириш учун сарфланадиган миллиардлаб маблағ ва йиллар давомидаги маънавий ресурс давлатнинг энг олий инвестицияси ҳисобланади. Бу капитални қадрламаслик, уни кундалик рўзғор ташвишлари қаршисида ёлғиз қолдириш давлат иқтисодиёти учун улкан йўқотишдир.

Жаҳон тажрибаси шуни исботлайдики, муаммонинг ечими шифокорнинг орқасидан назоратчи қўйишда эмас, балки унинг меҳнатини муносиб молиявий баҳолаш, нақд пул муносабатларини тиббий суғурта орқали узиш ва шифокорлик лицензиясини энг қимматбаҳо активга айлантиришдадир.

Шу билан бир вақтда, давлат ислоҳотлари реал натижа бериши учун шифокор ва бемор ўртасидаги муносабатларни синхрон равишда соғломлаштириш — шифокорларда касбий ғурур ва эмпатияни, жамиятда эса тиббиёт ходимига нисбатан юксак ҳурмат ва ҳалоллик маданиятини шакллантириш лозим. Мана шундагина "оқ халат" ўз софлигини қайта тиклайди ва тиббиётимиз миллат соғлиғини асровчи ҳақиқий қалқонга айланади.

ФОЙДАЛАНИЛГАН АДАБИЁТЛАР / REFERENCES

1. Ўзбекистон Республикаси Президентининг Фармони. "Соғлиқни сақлаш тизимини рақамлаштиришга доир қўшимча чора-тадбирлар тўғрисида" ва "Республикада мажбурий тиббий суғурта тизимини жорий этиш чора-тадбирлари тўғрисида"ги меъёрий-ҳуқуқий ҳужжатлар тўплами.
2. World Health Organization (WHO). (2021). *The Human Capital in Healthcare: Assessing the Cost of Training and Brain Drain in Developing Countries.* Geneva: WHO Press. *(Жаҳон соғлиқни сақлаш ташкилотининг тиббиётдаги инсон капитали ва кадрлар оқими ҳақидаги ҳисоботи).*

3. Hsiao, W. C. (2020). *Healthcare Financing and Insurance Systems: Lessons from Global Practices.* Harvard University Press. *(Тиббиётни молиялаштириш ва суғурта тизимлари бўйича Гарвард университети тадқиқоти).*
4. Lim, J. (2019). *Myth or Miracle: The Singapore Healthcare System.* Singapore: Select Publishing. *(Сингапур соғлиқни сақлаш модели, шифокорлар мотивацияси ва коррупцияга қарши кураш тажрибаси).*
5. Busse, R., & Blümel, M. (2014). *Germany: Health system review.* Health Systems in Transition, 16(2), 1-296. *(Германия тиббиёт тизими ва суғурта баённомалари таҳлили).*
6. World Bank Group. (2023). *Economic Impacts of Anti-Corruption Measures in Public Sector: Healthcare Focus.* Washington, D.C. *(Жаҳон банкининг соғлиқни сақлашда коррупцияга қарши курашнинг иқтисодий самарадорлиги тўғрисидаги маърузаси).*
7. Алимов, А. В., & Исмоилов, С. И. (2022). *Ўзбекистонда соғлиқни сақлаш менежменти ва тиббий этика масалалари.* Тошкент: "Тиббиёт" нашриёти. *(Маҳаллий тиббий муҳит ва этикага оид илмий адабиёт).*

ENERGIYA MAHSULOTLARI MARKETINGINI TASHKIL ETISH XUSUSIYATLARI

Ruzmetov Odambay Atabayevich
Abu Rayhon Beruniy nomidagi Urganch davlat universiteti Biznes va boshqaruv kafedrasi stajyor-o‘qituvchisi
https://doi.org/10.5281/zenodo.20780977

Annotatsiya. *Ushbu maqolada energiya mahsulotlari marketingini tashkil etish zaruriyati, mavjud imkoniyatlari, asosiy ustuvorliklari va ularni amalga oshirishning o‘ziga xos xususiyatlari yoritilgan. Shuningdek, iqtisodiyotni rivojlantirish sharoitida energiya mahsulotlari marketingini samarali tashkil etish va amalga oshirish yuzasidan xulosa yoritilgan.*

Аннотация*. В данной статье рассматривается необходимость организации маркетинга энергетической продукции, его текущие возможности, основные приоритеты и особенности их реализации. Также приводятся выводы об эффективной организации и реализации маркетинга энергетической продукции в контексте экономического развития.*

Abstract*. This article discusses the need for organizing marketing of energy products, its current capabilities, main priorities and specific features of their implementation. It also provides a conclusion on the effective organization and implementation of marketing of energy products in the context of economic development.*

Kalit so‘zlar. *Energiya, mahsulot, energiya mahsuloti, marketing, iste’molchi, kompaniya.*

Ключевые слова*. Энергия, продукт, энергетическая продукция, маркетинг, потребитель, компания.*

Key words*. Energy, product, energy product, marketing, consumer, company.*

Bozor iqtisodiyoti sharoitida energiya mahsulotlari mamlakat iqtisodiyotining muhim tarkibiy qismi bo‘lib hisoblanadi. Elektr energiyasi, tabiiy gaz, neft va neft mahsulotlari, ko‘mir hamda qayta tiklanuvchi energiya manbalari sanoat, qishloq xo‘jaligi, transport va aholi turmushining uzluksiz faoliyatini ta’minlaydi. Shu bois, energiya sohasida marketingni samarali tashkil etish iqtisodiy taraqqiyotning muhim omili bo‘lib hisoblanadi. Chunki, energiya mahsulotlari marketingi energiya resurslarini ishlab chiqaruvchilar va iste’molchilar o‘rtasidagi munosabatlarni boshqarish, bozor ehtiyojlarini o‘rganish, mahsulotlarni yetkazib berish, narx belgilash va iste’molchilar talabini qondirishga qaratilgan faoliyatni belgilaydi. Energiya mahsulotlari marketingi an’anaviy tovarlar marketingidan o‘zining bir qator o‘ziga xos xususiyatlari bilan ajralib turadi. Energiya mahsulotlari marketingining asosiy vazifasi bozor ehtiyojlarini aniqlash va ularni samarali qondirishdan iborat bo‘ladi. Energiya sohasida marketing mahsulot sotish va iste’molchilarni ishonchli va uzluksiz energiya ta’minoti bilan ta’minlashni o‘z ichiga oladi.

Energiya mahsulotlari marketingini tashkil etish yuzasidan turli tadqiqotlar olib borilgan. Xususan, ayrim tadqiqotlarda energetika kompaniyalari tomonidan marketing vositalaridan foydalanish o‘rganilgan, ularning o‘ziga xos xususiyatlari aniqlangan va ushbu korxonalarda marketing yondashuvini joriy etish va amalga oshirish ishlari tavsiflangan [1]. Ya’ni, unda Rossiya iqtisodiyotining energetika sektorida faoliyat yurituvchi zamonaviy korxonalarda marketingni

boshqarishga alohida urg‘u berilgan.Boshqa tadqiqotlarga asosan, raqobatbardosh energiya va quvvat bozoriga o‘tish kompaniya boshqaruvi sifat jihatidan yangi darajaga yetishi, kompaniya rentabelligini ta’minlashi, biznes qiymatini oshirishi, investitsiyalarni jalb qilishi va aksiyalar narxi va rentabelligini oshirishi orqali amalga oshirilishi mumkin [2]. Bu borada mavjud muammolarni hal qilish marketing, savdo, logistika, investitsiya loyihalarini boshqarish, investitsiya operatsiyalari va moliya sohalaridagi menejerlar va mutaxassislarni jalb qilishni talab qiladi. Yana bir tadqiqotlar ko‘rsatishicha, energetika kompaniyalari mahsulotlarining o‘ziga xos xususiyatlarini hisobga olgan holda ularning marketing xususiyatlari yoritib beriladi [3]. Ya’ni, bunda marketing tadqiqotlarining energetika kompaniyalari faoliyatidagi roli batafsil ko‘rib chiqilgan.

Boshqa xildagi tadqiqotlarda qayta tiklanadigan energiya manbalari bozorida marketingning ahamiyati muhokama qilinadi [4]. Xususan, bu tadqiqotlarda muqobil energiya va uning rivojlanishi bevosita mamlakat va hududning iqlim sharoitlariga sezilarli darajada bog‘liq bo‘ladi. Undan tashqari, yana bir tadqiqotlarda energiya bozorlarining o‘ziga xos xususiyatlari va muomalada bo‘lgan mahsulotlar faoliyati tahlil qilinadi. Ya’ni, bu borada energiya bozorida talab va taklifning evolyutsiyasi, shuningdek, prognoz tahlili haqida fikr bildirilgan [5]. Bu borada energiya bozori jarayonini tartibga solishdan ozod qilish bo‘yicha ko‘rilgan aniq qadamlar taqdim etilgan. Yana boshqa tadqiqotlarga asosan, sanoat korxonasining energiya boshqaruvining metodologik unsurlari, energiya boshqaruvi, energiya auditi va nazorati uchun sanoat korxonalarini shakllantirish jihatlari hamda energiya samaradorligi bo‘yicha laboratoriyaning tashkiliy va funksional tuzilmasi ochib berilgan [6]. Jumladan, bu borada energiya tejash tizimlarini yaratish uchun turli energiya turlarini tarkibiy tejashga kompleks yondashuvni ta’minlaydigan energiya boshqaruvini joriy etish zarur.

Avvalo, energiya mahsulotlari iqtisodiyotning barcha tarmoqlari uchun zarur resurs bo‘lib hisoblanadi. Shu bois, energiya bozorida marketing tadqiqotlari orqali talab hajmi, iste’molchilar ehtiyojlari, bozor kon’yunkturasi va raqobat muhiti o‘rganiladi. Bu esa energiya kompaniyalariga o‘z faoliyatini samarali rejalashtirish va bozordagi o‘zgarishlarga tez moslashish imkonini beradi. Bu bo‘yicha marketingning ahamiyati energiya resurslaridan oqilona foydalanish, energiya tejamkor texnologiyalarni joriy etish va iste’molchilar bilan samarali muloqotni yo‘lga qo‘yishda namoyon bo‘ladi.

Energiya mahsulotlariga bo‘lgan talab boshqa ko‘plab tovarlarga nisbatan ancha barqaror bo‘lib hisoblanadi. Chunki, energiya har qanday iqtisodiy faoliyat va kundalik hayot uchun zarur hisoblanadi. Biroq, talab yil fasllari, iqlim sharoiti, aholi soni va iqtisodiy faollik darajasiga qarab o‘zgarishi mumkin. Masalan, qish faslida tabiiy gaz va issiqlik energiyasiga bo‘lgan talab keskin oshadi. Yoz oylarida esa konditsionerlardan foydalanish natijasida elektr energiyasi iste’moli ko‘payishi mumkin. Shu sababli, marketing siyosati talabning mavsumiy o‘zgarishlarini hisobga olgan holda ishlab chiqiladi.

Energiya bozori ko‘p hollarda strategik ahamiyatga ega bo‘lgan sohasi bo‘lib hisoblanadi. Shu sababli, davlat energiya resurslarini ishlab chiqarish, taqsimlash va narx belgilash jarayonlarini nazorat qiladi. Tariflar davlat organlari tomonidan belgilanishi yoki tartibga solinishi mumkin. Mazkur holat marketing qarorlariga bevosita ta’sir ko‘rsatadi. Energiya kompaniyalari o‘z marketing strategiyalarini amaldagi qonunchilik va davlat siyosatidan kelib chiqqan holda shakllantiradilar. Hamda energiya mahsulotlarini iste’molchilarga yetkazib berish maxsus

infratuzilmalar orqali amalga oshiriladi. Elektr energiyasi elektr uzatish tarmoqlari orqali tabiiy gaz esa quvurlar orqali yetkaziladi. Marketing faoliyatida mahsulot sifati va uning uzluksiz va ishonchli yetkazib berilishi muhim ahamiyatga ega. Agar ta'minot tizimida muammolar yuzaga kelsa, bu kompaniya obro'siga salbiy ta'sir ko'rsatishi mumkin.

Energiya mahsulotlari marketingining muhim xususiyati iste'molchilar bilan uzoq muddatli hamkorlikni shakllantirish bo'lib hisoblanadi. Aksariyat hollarda energiya ta'minoti doimiy shartnomalar asosida amalga oshiriladi. Kompaniyalar mijozlarni saqlab qolish maqsadida xizmat sifatini yaxshilash, tezkor texnik yordam ko'rsatish va axborot xizmatlarini rivojlantirishga alohida e'tibor qaratadi. Bu esa mijozlar ishonchini mustahkamlashga xizmat qiladi. Zamonaviy bozor sharoitida energiya kompaniyasining muvaffaqiyati ko'p jihatdan xizmat sifatiga bog'liq bo'ladi. Iste'molchilar energiya ta'minoti uzluksizligini hamda murojaatlarga tezkor javob berish, qulay to'lov tizimlari va shaffof hisob-kitoblarni talab qiladilar. Shu bois, marketing siyosatida korporativ imijni shakllantirish muhim o'rin tutadi. Kompaniyaning ijtimoiy mas'uliyati, ekologiyaga munosabati va jamoatchilik bilan aloqalari uning bozordagi nufuzini oshiradi.

Shunisi muhimki, energiya ishlab chiqarish jarayoni atrof-muhitga ma'lum darajada ta'sir ko'rsatishi mumkin. Shu sababli, energiya kompaniyalari ekologik toza texnologiyalarni joriy etishga va qayta tiklanuvchi energiya manbalaridan foydalanishga ahamiyat bermoqdalar. Bu borada marketing siyosatida "yashil energiya" g'oyalarini targ'ib qilish muhim yo'nalish bo'lib hisoblanadi. Quyosh, shamol va gidroenergetika kabi manbalardan olinadigan energiyani ommalashtirish ekologik barqarorlikni ta'minlaydi va kompaniyaning ijobiy imijini shakllantirishga imkon beradi. Axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining rivojlanishi ham energiya mahsulotlari marketingida yangi imkoniyatlarni yaratadi. Ya'ni, kompaniyalar veb-saytlar, mobil ilovalar va ijtimoiy tarmoqlar orqali iste'molchilar bilan muloqot olib bormoqda. Onlayn to'lov xizmatlari, elektron hisob-kitob tizimlari va shaxsiy kabinetlar iste'molchilar uchun qulaylik yaratadi. Bundan tashqari, Big Data tahlili orqali iste'molchilar xatti-harakatlari o'rganilib, ularga mos marketing strategiyalari ishlab chiqiladi.

Shuningdek, energiya sohasida marketingi orqali energiya mahsulotlariga bo'lgan talabni o'rganish, bozor holatini tahlil qilish, iste'molchilar ehtiyojlarini aniqlash, narx siyosatini shakllantirish, energiya mahsulotlarini samarali taqsimlash, xizmat sifatini oshirish, mijozlar bilan uzoq muddatli munosabatlarni rivojlantirish, energiya tejamkorligi va ekologik madaniyatni targ'ib qilish va kompaniyaning ijobiy imijini shakllantirishga erishiladi.

Xulosa shuki, energiya mahsulotlari marketingini tashkil etish iqtisodiyotning muhim va murakkab sohasi bo'lib hisoblanadi. Ushbu sohada marketing faoliyati talabni o'rganish, iste'molchilar ehtiyojlarini qondirish, xizmat sifatini oshirish va energiya resurslaridan samarali foydalanishga qaratilgan. Energiya mahsulotlari marketingining asosiy xususiyatlari talabning barqarorligi, davlat tomonidan tartibga solinishi, infratuzilmaga bog'liqlik, ekologik omillarni hisobga olish va raqamli texnologiyalardan foydalanish bilan izohlanadi. Samarali marketing siyosati esa energiya kompaniyalar raqobatbardoshligini oshirish, iste'molchilar qoniqishini ta'minlash va mamlakatning barqaror iqtisodiy rivojlanishiga xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. Шестова Ю.В., Блинов Д.В. Отличительные особенности применения маркетингового инструментария энергетическими компаниями. // опубликованная в сборнике докладов

со специальных мероприятий XII Международной конференции «Российские регионы в фокусе перемен» (Екатеринбург, 16-18 ноября 2017 года). - с. 224-228. https://elar.urfu.ru/bitstream/10995/68154/1/978-5-8295-0582-0_2018-44.pdf

2. Татарникова А.Н. Экономика энергетики: Учебное пособие для студентов направления «Электроэнергетика и электротехника» всех форм обучения. / Рубцовский индустриальный институт. - Рубцовск, 2017. - с. 43.
3. Ломовцева А.В., Трофимова Т.В. Особенности маркетинга энергетических компаний. // The Newman In Foreign Policy, №53 (97), Vol.2, март-апрель, 2020 г. - с. 11.
4. Lavrinenko Y., Tinyakova V., Shishkina L., Partevian R. Marketing of renewable energy sources. // E3S Web of Conferences 175, 14006 (2020). - pp. 1-9. INTERAGROMASH, 2020. https://www.e3s-conferences.org/articles/ e3sconf/pdf/2020/35/e3sconf_interagromash2020_14006.pdf
5. Rotaru D.V. Specifics of the energy markets. // CES Working Papers, 2014, Volume VI, Issue3. - pp. 76-85.
6. Shatalova T.N., Chebykina M.V., Zhirnova T.V., Bobkova E.Yu. Controlling System as a Key Factor Energy Management of an Industrial Enterprise. // International Review of Management and Marketing, 2016, 6(S1). - pp. 7-12.

O‘ZBEKISTONDA SANOAT KORXONALARINING MOLIYAVIY HISOBOTLARINI EKONOMETRIK TAHLILIDA MODELLASHTIRISHNING QO‘LLASH.

Jumabaeva Gulmiyra
Qoraqalpoq Davlat universiteti
“Buxgalteriya hisobi va audit” kafedrasi stajyor o‘qituvchi
https://doi.org/10.5281/zenodo.21239783

Annotatsiya. *Ushbu maqolada moliyaviy hisobot tahlilida ekonometrik modellashtirishning ahamiyati va qo‘llanilish usullari tahlil qilinadi. Moliyaviy ma’lumotlarni aniq baholash va prognozlash uchun ekonometrik modellar samarali vosita sifatida foydalaniladi. Tadqiqot davomida moliyaviy tahlilda qo‘llaniladigan asosiy ekonometrik modellarning afzalliklari va ularning amaliy qo‘llanilishi yoritilgan.*

Kalit so‘zlar: *moliyaviy hisobot, ekonometrik modellashtirish, tahlil, regressiya, prognozlash.*

Аннотация. *В данной статье анализируется значение и методы применения эконометрического моделирования при анализе финансовой отчетности. Эконометрические модели используются как эффективный инструмент точной оценки и прогнозирования финансовых данных. В ходе исследования выделены преимущества основных эконометрических моделей, используемых в финансовом анализе, и их практическое применение.*

Ключевые слова: *финансовая отчетность, эконометрическое моделирование, анализ, регрессия, прогнозирование.*

Annotation. *This article analyzes the importance and methods of application of econometric modeling in financial statement analysis. Econometric models are used as an effective tool for accurate assessment and forecasting of financial data. The study highlights the advantages of the main econometric models used in financial analysis and their practical application.*

Keywords: *financial reporting, econometric modeling, analysis, regression, forecasting.*

Kirish.

Moliyaviy hisobot tahlili korxona yoki tashkilotning moliyaviy barqarorligini aniqlash, investitsion qarorlarni qabul qilish hamda biznes jarayonlarini samarali boshqarish uchun muhim vositadir. An’anaviy tahlil usullari bilan bir qatorda, ekonometrik modellashtirish moliyaviy ma’lumotlarni chuqurroq o‘rganish va aniq prognozlar qilish imkonini beradi. Moliyaviy hisobotlarni an’anaviy tahlil usullari bilan bir qatorda, zamonaviy iqtisodiy tadqiqotlarda ekonometrik modellashtirish usullaridan keng foydalanilmoqda. Ekonometrik modellar moliyaviy ko‘rsatkichlar o‘rtasidagi miqdoriy bog‘liqliklarni aniqlash, ularning o‘zgarishiga ta’sir etuvchi omillarni baholash hamda kelgusidagi moliyaviy natijalarni prognozlash imkonini beradi. Bu esa moliyaviy risklarni kamaytirish, investitsion jozibadorlikni baholash va strategik rejalashtirish jarayonlarini yanada takomillashtirishga xizmat qiladi.

Moliyaviy hisobotlar asosida qurilgan ekonometrik modellar yordamida daromadlar, xarajatlar, foyda, aktivlar va majburiyatlar dinamikasi tahlil qilinib, ularning o‘zaro ta’siri ilmiy jihatdan asoslab beriladi. Ayniqsa, regressiya tahlili, korrelyatsiya, vaqt qatorlari modellarining qo‘llanilishi moliyaviy barqarorlik va samaradorlikni aniqlashda muhim vosita bo‘lib xizmat qiladi.

Shu jihatdan, moliyaviy hisobotlarni ekonometik tahlilida modellashtirishning qo‘llanilishini o‘rganish bugungi kunda dolzarb masalalardan biri hisoblanadi. Ushbu mavzu korxonalar moliyaviy faoliyatini chuqur tahlil qilish, ilmiy asoslangan xulosalar chiqarish hamda amaliy tavsiyalar ishlab chiqishda muhim ahamiyatga ega.

Zamonaviy iqtisodiyotda axborotga asoslangan boshqaruv tizimlari korxonalar faoliyatining barqarorligi va raqobatbardoshligini ta’minlovchi muhim omilga aylanib bormoqda. Ayniqsa, moliyaviy hisobotlarda aks ettiriladigan ko‘rsatkichlarning haqqoniyligi va ularni tahlil qilish darajasi korxonaning real moliyaviy holatini baholashda hal qiluvchi ahamiyat kasb etadi. Shu bois moliyaviy ma’lumotlarni faqat tavsifiy emas, balki matematik va statistik yondashuvlar asosida o‘rganish zarurati yuzaga kelmoqda.

Ekonometrik modellashtirish moliyaviy hisobotlar ma’lumotlarini chuqur tahlil qilish imkonini beruvchi samarali ilmiy vosita hisoblanadi. Ushbu yondashuv orqali moliyaviy ko‘rsatkichlarning ichki tuzilmasi, ularning o‘zgarish tendensiyalari hamda tashqi va ichki omillarga bog‘liqligi aniqlanadi. Natijada korxona faoliyatida yuzaga kelishi mumkin bo‘lgan moliyaviy nomutanosibliklar va xavf omillarini oldindan aniqlash imkoniyati yaratiladi.

Moliyaviy hisobotlarni ekonometik tahlil asosida modellashtirish, ayniqsa, resurslardan foydalanish samaradorligini baholash, foyda shakllanish mexanizmini o‘rganish hamda moliyaviy barqarorlik darajasini aniqlashda muhim ahamiyatga ega. Bunday modellar asosida qabul qilingan qarorlar subyektiv fikrlardan holi bo‘lib, aniq hisob-kitoblarga tayangan holda shakllantiriladi.

Shuningdek, ekonometrik modellar moliyaviy jarayonlarni prognozlashda ham keng qo‘llaniladi. Bu esa korxonalar uchun qisqa va uzoq muddatli rejalashtirishni samarali tashkil etish, investitsion qarorlar qabul qilish va moliyaviy strategiyalarni ishlab chiqishda muhim ahamiyat kasb etadi. Shu nuqtayi nazardan, moliyaviy hisobotlarni ekonometik tahlilida modellashtirishning qo‘llanilishini o‘rganish ilmiy va amaliy jihatdan dolzarb hisoblanadi. Ushbu maqolada ekonometrik modellar va ularning moliyaviy hisobot tahlilida qanday qo‘llanilishi o‘rganiladi.

Metodologiya.

Moliyaviy hisobotlarni tahlil qilish har doim katta ahamiyatga ega bo‘lgan. Moliyaviyhisobotshakllariga kiritilgan ko‘rsatkichlarni tahlil qilish korxona samaradorligini aniqlashga imkonberadi. Mazkur tadqiqotning metodologik asosi moliyaviy hisobotlarni chuqur tahlil qilish va ularning ko‘rsatkichlari o‘rtasidagi miqdoriy bog‘liqliklarni aniqlashga qaratilgan zamonaviy ekonometrik usullarga asoslanadi. Tadqiqot jarayonida iqtisodiy hodisa va jarayonlarni tizimli yondashuv asosida o‘rganish, statistik ma’lumotlarni qayta ishlash hamda ilmiy xulosalar chiqarish metodlaridan foydalaniladi.

Tadqiqotda korxonalarning moliyaviy hisobotlari, xususan balans hisoboti, moliyaviy natijalar to‘g‘risidagi hisobot va pul oqimlari hisobotlari asosiy axborot manbai sifatida olinadi. Ushbu ma’lumotlar asosida daromadlar, xarajatlar, sof foyda, aktivlar, majburiyatlar va kapital

kabi asosiy moliyaviy ko‘rsatkichlar shakllantirilib, ularning dinamikasi va o‘zaro bog‘liqligi tahlil qilinadi.

Moliyaviy hisobotlarni ekonometrik tahlil qilishda quyidagi asosiy metodlardan foydalaniladi: iqtisodiy-statistik tahlil, taqqoslash va guruhlash usullari, korrelyatsiya va regressiya tahlili, vaqt qatorlari modellari hamda prognozlash usullari. Xususan, ko‘p omilli regressiya modellari yordamida moliyaviy natijalarga ta’sir etuvchi omillar aniqlanadi va ularning ta’sir darajasi baholanadi.

Shuningdek, tadqiqot jarayonida ekonometrik modellarning ishonchliligini tekshirish maqsadida statistik mezonlar – determinatsiya koeffitsienti (R^2), Fisher va Styudent mezonlari, qoldiqlar tahlili hamda avtoregressiv bog‘liqlikni aniqlash testlaridan foydalaniladi. Model parametrlarining barqarorligi va adekvatligi baholanib, natijalar asosida ilmiy xulosalar chiqariladi.

Tadqiqotda qo‘llaniladigan metodologiya moliyaviy hisobotlar asosida korxonaning moliyaviy holatini kompleks baholash, risklarni aniqlash va kelgusidagi moliyaviy natijalarni prognozlash imkonini beradi. Ushbu yondashuv amaliy jihatdan boshqaruv qarorlarini qabul qilishda, investitsion tahlil va strategik rejalashtirishda samarali vosita bo‘lib xizmat qiladi.

Moliyaviy hisobot ko‘rsatkichlarini tahlil qilishning dolzarbligi moliyaviy tahlil natijalarikorxonaning moliyaviy holati ko‘rsatkichlarini, shu jumladan uning moliyaviy barqarorligi, to‘lovqobiliyatini aniqlashga, faoliyatning ma’lum bir nuqtasida ham, dinamikada hammulkiyholatinibaholashga imkon berishi bilan asoslanadi. Moliyaviy hisobotlarni tahlil qilish, qoida tariqasida, moliyaviy xususiyatga ega bo‘lganvatashkilotning iqtisodiy salohiyatidan foydalanish holati va samaradorligini baholash, shuningdekuning faoliyatini optimallashtirish yoki unda ishtirok etish bo‘yicha boshqaruv qarorlarini qabulqilish uchun mo‘ljallangan tahliliy ma'lumotlar to‘plamidir[1].

Maqolada moliyaviy tahlil uchun quyidagi ekonometrik modellar qo‘llanildi:

Regressiya tahlili – moliyaviy ko‘rsatkichlar va ularning o‘zgarish omillari o‘rtasidagi bog‘liqlikni aniqlash.

Vektor autoregressiya (VAR) – vaqt oralig‘ida moliyaviy ko‘rsatkichlar dinamikasini tahlil qilish.

Panel ma’lumotlar modellashtirish – turli kompaniyalarning moliyaviy natijalari bo‘yicha tahlil o‘tkazish.

ARIMA modeli – moliyaviy ko‘rsatkichlarning kelajakdagi qiymatlarini prognozlash.

Tadqiqotda O‘zbekiston bozorida faoliyat yuritayotgan kompaniyalarning 2018–2023 yillardagi moliyaviy hisobot ma’lumotlari asos sifatida olindi.

Natijalar.

Moliyaviy hisob — bu rasmiy hisob turi bo‘lib, uni yuritish mulkchilikning va biznesni yuritishning shaklidan qat’i nazar, barcha xo‘jalik yurituvchi subyektlar uchun majburiy hisoblanadi. U qabul qilingan tartib-qoida, talablar va andozalar asosida tashkil etilmog‘i lozim. Moliyaviy hisobni tashkil etish respublikaning hisob sohasidagi milliy siyosati o‘z aksini topgan «Buxgalteriya hisobi to ‘g‘risida»gi Qonun va «Buxgalteriya hisobi milliy andozalari» talablari asosida amalga oshiriladi va ular uni boshqarish hamda tashkil etish tizimining asosi hisoblanadi. Bozor iqtisodiyoti sharoitida buxgalteriya (shu jumladan, moliyaviy hisob) hisobi ahamiyatining oshishi, birinchidan, buxgalteriya hisobi xo‘jalik yurituvchi subyektlar faoliyatini boshqarishning

ajralmas boMagiga aylangan bo‘lsa, ikkinchidan, turli xil foydalanuvchilarni hisob ma’lumotlari bilan ta’minlash markaziy masalalaridan biriga aylanganligi, uchinchidan, zamonaviy buxgalter faqatgina hisob ishlarini yuritibgina qolmay, balki buxgalteriya maiumotlarini tahlil qilish, korxona iqtisodiy holatini tavsiflovchi turli xil ko‘rsatkichlarni hisoblash, xo‘jalik jarayonlariga baho berish, korxona istiqbolini belgilay olishi kerak. Bundan tashqari zamonaviy buxgalter auditorlik faoliyati bilan ham shug‘ullana olishi lozim[3].

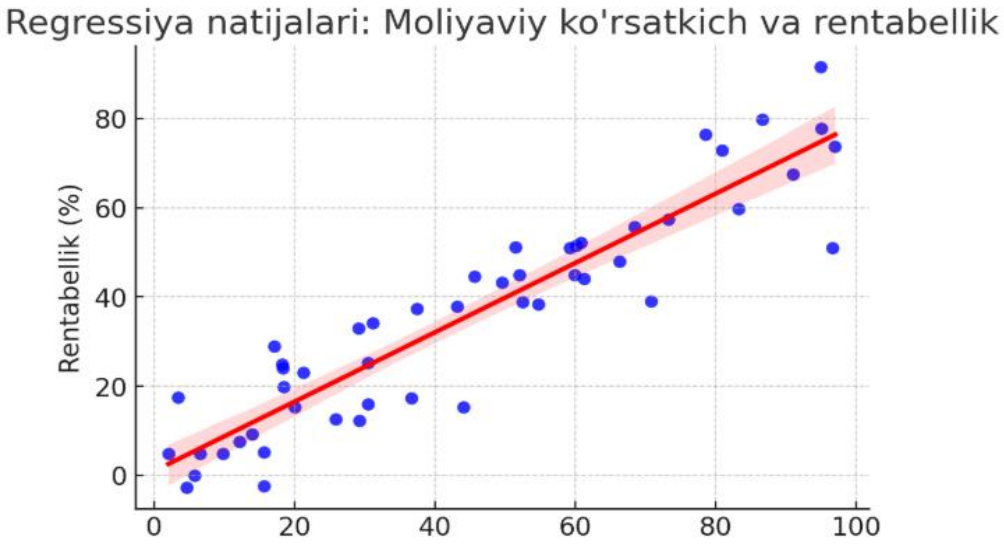
Tahlil natijalari quyidagilarni ko‘rsatdi:

— Regressiya modeli moliyaviy ko‘rsatkichlar va korxona rentabelligi o‘rtasida kuchli bog‘liqlik mavjudligini aniqladi.

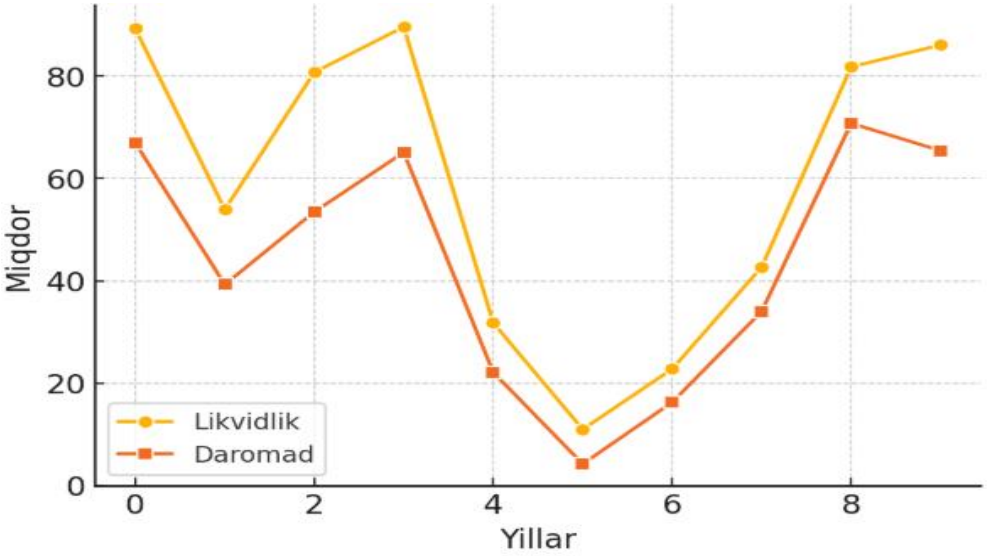
— Vektor autoregressiya (VAR) modeli bo‘yicha likvidlik va daromadlar o‘rtasidagi bog‘liqlikni ko‘rsatdi.

— ARIMA modeli kelgusi uch yil davomida sof foydaning o‘sishini prognoz qilish imkonini berdi.

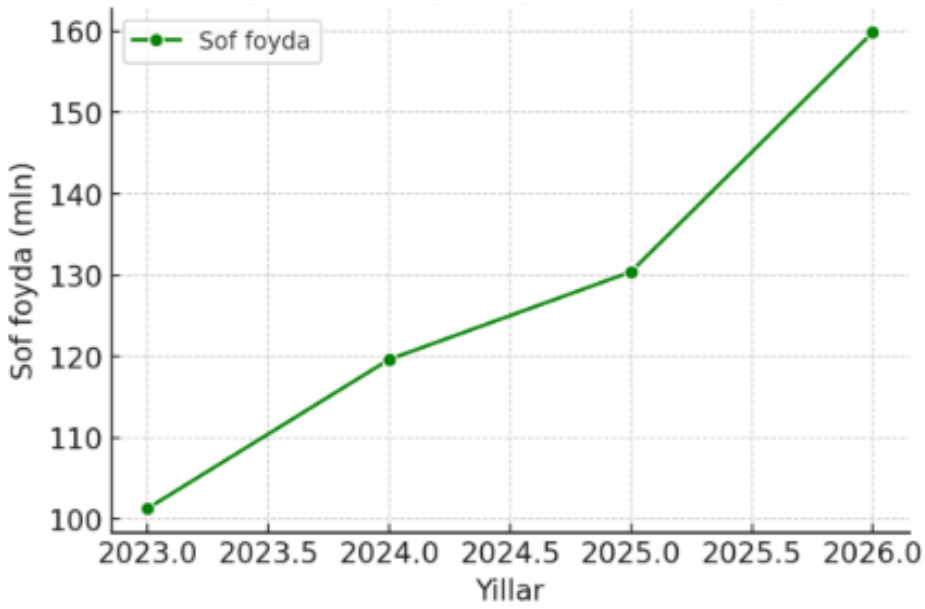
— Panel ma’lumotlar tahlili kompaniyalar o‘rtasidagi moliyaviy tafovutlarni aniq ko‘rsatdi.



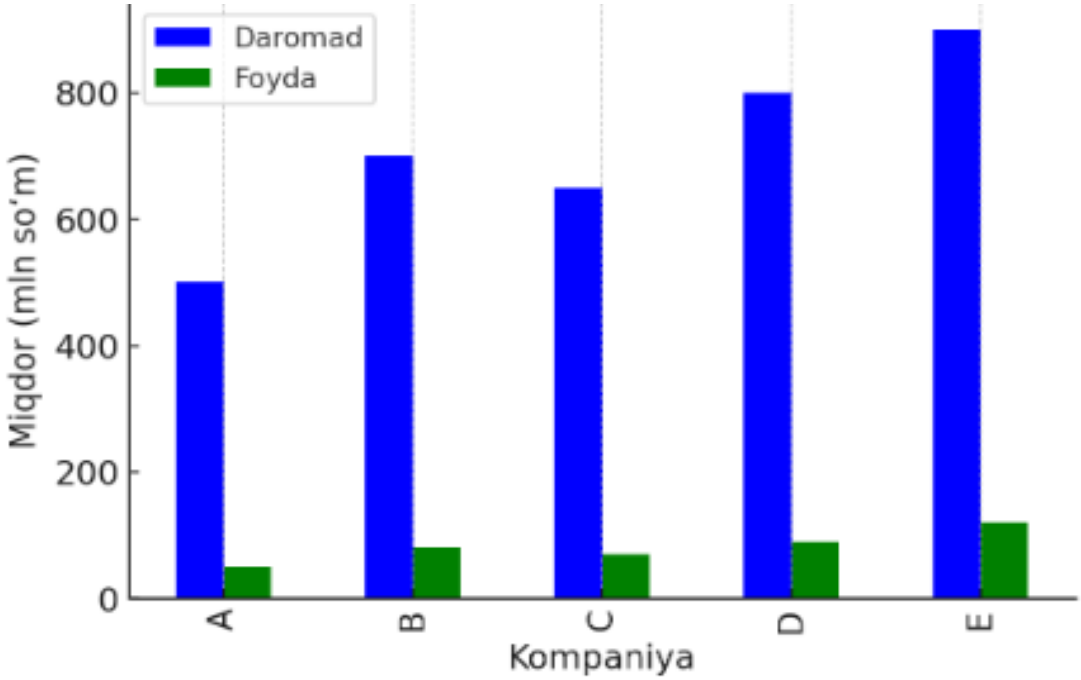
1-rasm. Moliyaviy ko‘rsatkichlar



2-rasm. VAR modeli: Likvidlik va daromad bog‘liqligi.



3-rasm. ARIMA prognozi: Kelgusi yillarda sof foyda o‘sishi.



4-rasm. Panel tahlil: Kompaniyalar moliyaviy tafovutlari.

Muhokama.

Natijalar shuni ko‘rsatadiki, ekonometrik modellashtirish moliyaviy hisobot tahlilida yuqori samaradorlikka ega. Ushbu usullar kompaniyalarning moliyaviy barqarorligini tahlil qilish va kelajakdagi moliyaviy natijalarni prognoz qilish uchun samarali vosita hisoblanadi.

Shuningdek, tahlil natijalarining aniqligi to‘g‘ri model tanloviga bog‘liq bo‘lib, statistik xatoliklarni kamaytirish uchun ma’lumotlar to‘plami to‘g‘ri tanlanishi va optimallashtirilishi lozim. Kelajakda sun’iy intellekt va mashinaviy o‘rganish algoritmlaridan foydalanish moliyaviy tahlil samaradorligini yanada oshirishi mumkin.

Iqtisodiyotda ekonometrik modellashni qo‘llash iqtisodiy-matematik modellashtirish ko‘rinishida amalga oshiriladi. Iqtisodiy-matematik modellashtirish yordamida u yoki bu haqiqiy iqtisodiy jarayon ifodalanadi. Bunday model faqat iqtisodiy jarayonni mohiyatini chuqur nazariy

izlanishlar va tushunib etish asosida tuzilishi mumkin. Faqat shundagina matematik model haqiqiy iqtisodiy jarayonga to‘g‘ri kelishi, uni obyektiv ifodalashi mumkin. Ekonometrik modelni tuzishga yondashish induktiv va deduktiv bo‘lishi mumkin. Modellashtirishda induktiv usuldan foydalanganida u yoki bu iqtisodiy jarayonning modeli iqtisodiy jarayonning sodda o‘zgaruvchilarini qamrab olgan xususiy modellashtirish yordamida tuziladi, undan butun jarayonni umumiy modeliga o‘tiladi. Deduktiv usulda dastavval umumiy model tuziladi va faqat uning asosida xususiy modellar yaratiladi, aniq matematik hisob-kitoblar algoritmi belgilanadi[2].

Xulosa.

Moliyaviy hisobot tahlilida ekonometrik modellashtirishni qo‘llash natijalarning aniqroq bo‘lishiga, tahlil jarayonining tezlashishiga va prognozlash imkoniyatlarining kengayishiga yordam beradi. Ushbu usullar kompaniyalar va investorlar uchun muhim bo‘lib, moliyaviy qarorlarni qabul qilishda ishonchli vosita hisoblanadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. O‘zbekiston Respublikasi Konstitutsiyasi.
2. O‘zbekiston Respublikasining “Buxgalteriya hisobi to‘g‘risida” gi Qonuni.
3. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining iqtisodiy islohotlarga oid farmon va qarorlari.
4. O‘zbekiston Respublikasi Moliya vazirligining buxgalteriya hisobi va moliyaviy hisobotlarni tuzish bo‘yicha me’yoriy hujjatlari.
5. Xalqaro moliyaviy hisobot standartlari (IFRS).
6. Babadjanov Abdirashid Musayevich. Moliyaviy hisobotlarni tahlil qilishda uzluksizlik va ketma ketlik. IQRO jurnali 2023.
7. Alimov R.X., Almuradov A.A., Xomidov S.O. Ekonometrik modellashtirish. O‘quv qo‘llanma. Toshkent – 2019.
8. D.Xolboyev, U.N.Ibragimov. Moliyaviy hisob. O‘quv qo‘llanma. Toshkent – 2016.
9. Babadjanov A. Future Priority Directions of Research in the Agrarian Sphere and Improvement oftheir Financing System. American Journal of Economics and Business Management. ISSN: 2576-5973. Vol. 4, No. 10, 2021. – Pp. 15-26.
10. Saviskaya G.V. Analiz xozyaystvennoy deyatelnosti. - Minsk-Moskva, IP Ekoperspektiva, 2012.
11. Gavrilova A.N. Finansi organizasiy (predpriyatiy): Uchebnik / A.N. Gavrilova, A.A. Popov. –Moscow. Knorus, 2017. – 608 p.

OILAVIY XIZMAT KORXONALARIDA RAQAMLASHTIRISH VA "YASHIL" IQTISODIYOT TAMOYILLARINI QO‘LLASH YO‘NALISHLARI

Rustamova Zarina Rustamovna
SamISI mustaqil izlanuvchisi, “Ipak yo‘li” turizm va madaniy meros xalqaro universiteti assistant o‘qituvchisi
https://doi.org/10.5281/zenodo.21240142

Annotatsiya: *Mazkur maqolada oilaviy xizmat korxonalarida raqamlashtirish va “yashil” iqtisodiyot tamoyillarini joriy etishning iqtisodiy hamda ekologik ahamiyati tadqiq etilgan. Xususan, Samarqand viloyati misolida raqamli platformalar, elektron to‘lov tizimlari, energiya samarador texnologiyalar va chiqindilarni boshqarish mexanizmlarining xizmat ko‘rsatish sohasidagi oilaviy biznes barqarorligiga ta’siri tahlil qilingan. Tadqiqot natijalari raqamli va ekologik transformatsiyaning integratsiyasi korxonalarning raqobatbardoshligi, rentabelligi va investitsion jozibadorligini oshirishini ko‘rsatadi.*

Kalit so‘zlar: *oilaviy biznes, xizmat ko‘rsatish sohasi, raqamlashtirish, yashil iqtisodiyot, ekologik barqarorlik, elektron to‘lovlar, raqamli platformalar, energiya samaradorligi, innovatsiyalar.*

Аннотация: *В данной статье исследованы экономическое и экологическое значение внедрения принципов цифровизации и «зеленой» экономики в семейных предприятиях сферы услуг. В частности, на примере Самаркандской области проанализировано влияние цифровых платформ, систем электронных платежей, энергоэффективных технологий и механизмов управления отходами на устойчивость семейного бизнеса в сфере услуг. Результаты исследования показывают, что интеграция цифровой и экологической трансформации способствует повышению конкурентоспособности, рентабельности и инвестиционной привлекательности предприятий.*

Ключевые слова: *семейный бизнес, сфера услуг, цифровизация, зеленая экономика, экологическая устойчивость, электронные платежи, цифровые платформы, энергоэффективность, инновации.*

Abstract: *This article examines the economic and environmental significance of implementing digitalization and “green” economy principles in family service enterprises. In particular, using the example of the Samarkand region, the study analyzes the impact of digital platforms, electronic payment systems, energy-efficient technologies, and waste management mechanisms on the sustainability of family businesses in the service sector. The research findings indicate that the integration of digital and environmental transformation contributes to increasing the competitiveness, profitability, and investment attractiveness of enterprises..*

Keywords: *family business, service sector, digitalization, green economy, environmental sustainability, electronic payments, digital platforms, energy efficiency, innovations..*

Kirish. Jahon iqtisodiyotining globallashuvi hamda axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining jadal rivojlanishi xizmat ko‘rsatish sohasida tub o‘zgarishlarni yuzaga

keltirmoqda. Milliy iqtisodiyotning muhim tarkibiy qismi hisoblangan oilaviy xizmat korxonalari faoliyatida raqamlashtirish va “yashil” iqtisodiyot tamoyillarini joriy etish zamonaviy taraqqiyotning obyektiv zaruratiga aylandi. Ushbu jarayon biznes subyektlarining operatsion samaradorligini oshirish, tranzaksion xarajatlarni kamaytirish hamda bozor talablariga tez moslashish imkoniyatlarini kengaytiradi.

Bugungi kunda oilaviy biznes subyektlari iqtisodiy barqarorlikni ta’minlash uchun nafaqat an’anaviy boshqaruv usullaridan, balki zamonaviy raqamli texnologiyalar va ekologik yondashuvlardan ham samarali foydalanishga intilmoqda. Ayniqsa, xizmat ko‘rsatish sohasida elektron to‘lov tizimlari, onlayn platformalar, CRM dasturlari va bulutli texnologiyalarni qo‘llash mijozlar bilan munosabatlarni mustahkamlashga xizmat qilmoqda.

Adabiyotlar sharhi. Oilaviy xizmat korxonalarida raqamlashtirish va “yashil” iqtisodiyot tamoyillarini qo‘llash masalalari zamonaviy iqtisodiy tadqiqotlarning dolzarb yo‘nalishlaridan biri hisoblanadi. Xorijiy olimlardan F.Kotler raqamli marketing va elektron boshqaruv tizimlarining xizmat ko‘rsatish sifati hamda mijozlar sadoqatini oshirishdagi ahamiyatini asoslab bergan. M.Schaper esa ekologik tadbirkorlik va “yashil” iqtisodiyot konsepsiyasining nazariy asoslarini ishlab chiqqan.

OECD va Jahon banki hisobotlarida raqamlashtirish, elektron to‘lov tizimlari hamda qayta tiklanuvchi energiya manbalaridan foydalanish kichik biznes va oilaviy korxonalar barqarorligini ta’minlovchi muhim omillar sifatida baholangan. Shu bilan birga, xizmat ko‘rsatish sohasida raqamli platformalar va ekologik texnologiyalarni qo‘llash tranzaksion xarajatlarni kamaytirishi va mehnat unumdorligini oshirishi ta’kidlangan.

O‘zbekistonlik iqtisodchi olimlar tomonidan ham oilaviy biznesni rivojlantirish, raqamli iqtisodiyot va “yashil” iqtisodiyot tamoyillarini joriy etish masalalari tadqiq etilgan. Samarqand viloyati misolida olib borilgan tadqiqotlar raqamli texnologiyalar va energiya tejovchi uskunalarning xizmat ko‘rsatish korxonalari samaradorligini oshirishini ko‘rsatmoqda.

Tadqiqot metodologiyasi: Mazkur tadqiqotda oilaviy xizmat korxonalarida raqamlashtirish va “yashil” iqtisodiyot tamoyillarini qo‘llash jarayonlarini o‘rganishda tizimli yondashuvdan foydalanildi. Tadqiqot davomida iqtisodiy-statistik tahlil, qiyosiy tahlil, grafik tahlil, kuzatish va umumlashtirish usullari qo‘llanildi. Shuningdek, Samarqand viloyatidagi oilaviy xizmat korxonalari faoliyatiga oid statistik ma’lumotlar asosida raqamli texnologiyalar hamda “yashil” texnologiyalarning iqtisodiy samaradorligi baholandi. Tadqiqot jarayonida elektron to‘lov tizimlari, raqamli platformalar, energiya samarador texnologiyalar va chiqindilarni boshqarish mexanizmlarining korxonalar faoliyatiga ta’siri tahlil qilindi.

Tahlil va natijalar muhokamasi: Tadqiqot davomida Samarqand viloyatidagi oilaviy xizmat korxonalarida raqamlashtirish va “yashil” iqtisodiyot tamoyillarini joriy etishning iqtisodiy, ekologik va ijtimoiy samaradorligi kompleks tarzda tahlil qilindi. Olingan natijalar shuni ko‘rsatdiki, raqamli texnologiyalar va ekologik yondashuvlarning integratsiyasi oilaviy biznes subyektlarining barqaror rivojlanishida muhim strategik omil hisoblanadi. Ayniqsa, xizmat ko‘rsatish sohasida raqamli platformalar, elektron to‘lov tizimlari va energiya samarador texnologiyalardan foydalanish korxonalarning operatsion faoliyatini sezilarli darajada optimallashtirgan. Tahlillar natijasida aniqlanishicha, raqamli transformatsiya xizmat ko‘rsatish tezligi va sifatini oshirishda asosiy omil bo‘lib xizmat qilgan. Jumladan, an’anaviy boshqaruv tizimidan raqamli boshqaruv tizimlariga o‘tgan oilaviy korxonalarda xizmat ko‘rsatish vaqti

sezilarli darajada qisqargan. Bu esa bir vaqtning o‘zida ko‘proq mijozlarga xizmat ko‘rsatish imkoniyatini yaratib, korxonalarning umumiy daromad hajmi oshishiga olib kelgan. Elektron buyurtma va onlayn xizmatlarning rivojlanishi xizmat ko‘rsatish jarayonlarining uzluksizligini ta’minlab, mijozlarning qoniqish darajasini oshirgan. Shuningdek, elektron to‘lov tizimlarining keng qo‘llanilishi moliyaviy operatsiyalarning shaffofligini oshirishga xizmat qilgan. Payme, Click va boshqa fintex tizimlari orqali amalga oshirilgan tranzaksiyalar naqd pul aylanmasini kamaytirib, moliyaviy nazoratni kuchaytirgan. Natijada, korxonalarning rasmiy aylanma mablag‘lari hajmi ortib, ularning investitsion jozibadorligi oshgan. Tadqiqot natijalariga ko‘ra, elektron to‘lovlar ulushi bir necha barobarga oshgan bo‘lib, bu oilaviy korxonalar faoliyatida raqamli moliyaviy xizmatlarning ahamiyati tobora kuchayib borayotganini ko‘rsatadi.

Ushbu nazariy xulosalarni empirik dalillash maqsadida Samarqand viloyatidagi oilaviy korxonalarda raqamli texnologiyalarni joriy etish samaradorligiga doir tahliliy jadval ishlab chiqildi. Unda an’anaviy boshqaruvdan raqamli platformalarga o‘tgan subyektlarning moliyaviy-operatsion ko‘rsatkichlaridagi o‘zgarishlar qiyosiy aks ettirilgan.

1-jadval

Raqamlashtirish ta'sirining ko‘rsatkichlar bo‘yicha baholash[26]

KUZATUV KO‘RSATKICHLARI	AN'ANAVIY (BAZA)	RAQAMLI INTEGRATSIYA	DINAMIKA (%)
Iste'molchilarga xizmat ko‘rsatish vaqti (daq)	24	11	↓-54.1%
Tranzaksion va ma'muriy xarajatlar ulushi (%)	18%	9%	↓-50.0%
Elektron to‘lovlar tushumi salmog‘i (%)	15%	68%	↑+353.3%
Xizmatlar eksporti va xorijiy mijozlar (%)	4%	19%	↑+375.0%
Mehnat unumdorligi (mln so‘m / xodim)	4.2	7.9	↑+88.0%

Raqamlashtirish jarayonlarining yana bir muhim natijasi xizmatlar eksporti hajmining ortishi bilan izohlanadi. Xususan, xalqaro onlayn platformalarga integratsiyalashgan mehmonxona, turizm va umumiy ovqatlanish xizmatlari bilan shug‘ullanuvchi oilaviy korxonalarda xorijiy mijozlar soni keskin oshgan. Booking.com, Agoda va TripAdvisor kabi

[26] O'zbekiston Respublikasi Prezidenti huzuridagi Statistika agentligi. Samarqand viloyati ijtimoiy-iqtisodiy ko'rsatkichlari: statistik to'plam. — Toshkent, 2024. — 84 b.

platformalar orqali xizmatlarni targ‘ib qilish hududiy biznes subyektlarini xalqaro bozorga olib chiqishga xizmat qilgan. Bu esa oilaviy korxonalarning xalqaro raqobatbardoshligini mustahkamlab, xizmatlar eksporti hajmini kengaytirgan.

Mehnat unumdorligi ko‘rsatkichlari tahlili ham ijobiy natijalarni ko‘rsatdi. Tadqiqot ma’lumotlariga ko‘ra, raqamli boshqaruv tizimlari joriy etilgan korxonalarda bir xodim hisobiga to‘g‘ri keladigan xizmat hajmi sezilarli darajada oshgan. Bu esa ish jarayonlarining avtomatlashtirilishi, ma’lumotlar bazasining raqamlashtirilishi va boshqaruv qarorlarining tezkor qabul qilinishi bilan bog‘liqdir. Raqamli texnologiyalar orqali ishchi kuchidan samarali foydalanish imkoniyati yaratilgani sababli xizmat ko‘rsatish sifati ham yaxshilangan.

Tadqiqot davomida “yashil” iqtisodiyot tamoyillarini joriy etishning ekologik va iqtisodiy samaradorligi ham alohida o‘rganildi. Natijalar shuni ko‘rsatdiki, qayta tiklanuvchi energiya manbalaridan foydalanish operatsion xarajatlarni sezilarli darajada kamaytirgan. Ayniqsa, quyosh panellari, energiya tejovchi LED yoritish tizimlari hamda avtomatik energiya boshqaruvi vositalaridan foydalanish elektr energiyasi sarfini qisqartirishga xizmat qilgan. Tadqiqot natijalariga ko‘ra, bir mijozga sarflanadigan energiya hajmi kamayib, korxonalarning energiya samaradorligi oshgan.

Chiqindilarni boshqarish tizimlari bo‘yicha olib borilgan tahlillar ham ijobiy tendensiyalarni ko‘rsatdi. Xususan, umumiy ovqatlanish va mehmonxona xizmatlari bilan shug‘ullanuvchi oilaviy korxonalarda chiqindilarni saralash va qayta ishlash tizimlari joriy etilgan. Natijada chiqindilar hajmi kamayib, qayta ishlash darajasi sezilarli darajada oshgan. Organik chiqindilardan kompost yoki boshqa ikkilamchi mahsulotlar tayyorlash imkoniyatlari korxonalarning qo‘shimcha daromad manbalarini shakllantirishiga xizmat qilgan. Shu bilan birga, atmosferaga chiqariladigan karbonat angidrid miqdorining kamayishi ekologik barqarorlikni ta’minlashda muhim omil bo‘lgan.

Tahlillar shuni ko‘rsatdiki, raqamlashtirish va “yashil” iqtisodiyot tamoyillarining integratsiyasi yuqori sinergetik samaradorlikni yuzaga keltiradi. Raqamli texnologiyalar resurslardan oqilona foydalanish imkonini yaratgan bo‘lsa, ekologik texnologiyalar xarajatlarni kamaytirish va xizmatlar sifatini oshirishga yordam bergan. Shu sababli tadqiqot davomida “qo‘shaloq transformatsiya” (Twin Transition) modeli oilaviy biznes rivojlanishining zamonaviy strategiyasi sifatida baholandi. Mazkur model asosida faoliyat yuritayotgan korxonalarda iqtisodiy samaradorlik bilan bir qatorda ekologik mas’uliyat ham oshgani kuzatildi.

Samarqand viloyati misolida olib borilgan tahlillar hududda xizmat ko‘rsatish hajmining yildan-yilga oshib borayotganini ko‘rsatdi. Bu esa oilaviy xizmat korxonalarida innovatsion texnologiyalarni keng joriy etish zaruratini kuchaytiradi. Ayniqsa, turizm va mehmonxona xizmatlari sohasida “aqlli mehmonxona” (smart hotel) konsepsiyasining joriy etilishi raqamli va ekologik texnologiyalarning integratsiyasini yaqqol namoyon etmoqda. IoT texnologiyalari yordamida elektr energiyasi va suv sarfini avtomatik boshqarish tizimlari xizmat ko‘rsatish sifatini oshirish bilan birga resurslardan samarali foydalanishni ham ta’minlamoqda.

Bundan tashqari, logistika va transport xizmatlari bilan shug‘ullanuvchi oilaviy korxonalarda GPS-monitoring tizimlari va sun’iy intellekt asosidagi marshrutlashtirish texnologiyalaridan foydalanish yoqilg‘i sarfini kamaytirishga xizmat qilmoqda. Bu esa nafaqat iqtisodiy xarajatlarni qisqartiradi, balki atmosferaga chiqariladigan zararli gazlar miqdorini kamaytirish orqali ekologik samaradorlikni ham oshiradi.

Tahlil natijalari asosida shuni ta'kidlash mumkinki, oilaviy xizmat korxonalarida raqamlashtirish va "yashil" iqtisodiyot tamoyillarini qo'llash uzoq muddatli iqtisodiy barqarorlikni ta'minlashning eng muhim omillaridan biridir. Ayniqsa, raqamli texnologiyalar biznes jarayonlarining tezkorligi, ochiqligi va samaradorligini oshirayotgan bo'lsa, ekologik yondashuvlar resurslarni tejash va atrof-muhitni muhofaza qilishga xizmat qilmoqda. Shu bois, davlat tomonidan raqamli infratuzilmani rivojlantirish, "yashil" texnologiyalarni moliyalashtirish va oilaviy biznes subyektlarini qo'llab-quvvatlash bo'yicha amalga oshirilayotgan islohotlarni yanada kengaytirish maqsadga muvofiq hisoblanadi.

REFERENCES

1. Axmedov, S. (2018). Oilaviy korxonalar iqtisodiy samaradorligi va ularning rivojlanish mexanizmlari. Toshkent: Iqtisodiyot va Menejment Noshiri.
2. Raxmonov, B. (2019). Oilaviy biznes va hududiy iqtisodiy barqarorlik: nazariy va amaliy masalalar. Toshkent: O'zbekiston Milliy Universiteti Nashriyoti.
3. Yusupov, M. (2020). Oilaviy korxonalarda avlodlar almashuvi va boshqaruv tizimi. Toshkent: Fan va Texnologiya Noshiri.
4. Karimova, N. (2021). O'zbekiston oilaviy biznesining iqtisodiy tizimdagi roli va barqarorligi. Toshkent: Iqtisodiyot va Moliyaviy Tadqiqotlar Markazi.
5. ldrich, H., & Cliff, J. (2003). The pervasive effects of family on entrepreneurship: Toward a family embeddedness perspective. Journal of Business Venturing.
6. Anderson, R., & Reeb, D. (2003). Founding-family ownership and firm performance: Evidence from the S&P 500. Journal of Finance.
7. Gersick, K., Davis, J., Hampton, M., & Lansberg, I. (1997). Generation to Generation: Life Cycles of the Family Business. Harvard Business School Press.
8. Miller, D., & Le Breton-Miller, I. (2005). Managing for the Long Run: Lessons in Competitive Advantage from Great Family Businesses. Harvard Business School Press.
9. Zellweger, T. (2017). Managing the Family Business: Theory and Practice. Edward Elgar Publishing.
10. De Massis, A., Frattini, F., Kotlar, J., Petruzzelli, A. M., & Wright, M. (2015). Innovation in family firms: A review and future research agenda. Family Business Review.
11. Sharma, P. (2004). An overview of the field of family business studies: Current status and directions for the future. Family Business Review
12. Chrisman, J. J., Chua, J. H., & Sharma, P. (2005). Trends and directions in the development of a strategic management theory of the family firm. Entrepreneurship Theory and Practice.
13. Astrachan, J. H., & Shanker, M. C. (2003). Family businesses' contribution to the US economy: A closer look. Family Business Review.
14. Koiranen, M. (2002). Dynamics in family firms: A comparative approach. Family Business Review.

QURILISH MAHSULOTLARINING RAQOBATBARDOSHLIGI: NAZARIY VA AMALIY ASOSLARI

Isaqov Oybek Jamolidinovich
Namangan davlat-texnika universiteti “Marketing” kafedrasi assistenti
https://doi.org/10.5281/zenodo.20696154

Annotatsiya. *Ushbu maqolada qurilish mahsulotlarining raqobatbardoshligini shakllantirishning nazariy va amaliy jihatlari tahlil qilinadi. Bozor iqtisodiyoti sharoitida qurilish sohasidagi raqobatning ahamiyati, qonunchilik bazasi va bozor tuzilmasi o‘rganiladi. Maqolada raqobatbardoshlik tushunchasiga turli yondashuvlar, qurilish mahsulotlarining o‘ziga xos xususiyatlari (yakka tartibdagi ishlab chiqarish, kapital qurilish obyektlarining tugallanmagan holati, ulushli qurilish mexanizmlari) hamda texnik-iqtisodiy, tijorat va huquqiy omillarning ta’siri yoritilgan. Tadqiqot natijasida qurilish mahsulotlari raqobatbardoshligining mualliflik ta’rifi taklif qilinadi va sohani rivojlantirish bo‘yicha amaliy tavsiyalar ishlab chiqilgan. Maqola qurilish iqtisodiyoti, marketing va bozor tahlili sohasidagi mutaxassislar, tadqiqotchilar va amaliyotchilar uchun mo‘ljallangan.*

Kalit so‘zlar: *raqobatbardoshlik, qurilish mahsulotlari, bozor tuzilmasi, kapital qurilish, ulushli qurilish, texnik-iqtisodiy omillar, marketing strategiyasi.*

O‘tish davri iqtisodiyotida qurilish sohasi davlatning ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishining asosiy harakatlantiruvchi kuchlaridan biri hisoblanadi. Markazlashtirilgan rejalashtirish tizimidan erkin bozor munosabatlariga o‘tish jarayoni qurilish mahsulotlari bozorini tubdan o‘zgartirdi. Bugungi kunda raqobat nafaqat narxlarni shakllantiruvchi, balki sifat, innovatsiya va iste’molchilar ehtiyojlarini qondirish mexanizmi sifatida ham namoyon bo‘lmoqda. Qurilish mahsulotlarining raqobatbardoshligini oshirish nafaqat alohida korxonalarning, balki butun sohaning barqaror rivojlanishining kalitidir. Ushbu maqolaning maqsadi qurilish mahsulotlari raqobatbardoshligining nazariy asoslarini tizimlashtirish, bozor xususiyatlarini tahlil qilish va amaliy takliflar ishlab chiqishdan iborat.

Raqobat (lotincha conkurro – to‘qnashmoq) – bozor iqtisodiyoti ishtirokchilarining ishlab chiqarish, xarid va sotish shartlarini yaxshilash maqsadidagi o‘zaro kurashi sifatida belgilanadi. Iqtisodiy adabiyotlarda raqobat uch asosiy yondashuv orqali talqin etiladi: birinchidan, talab va taklifni muvozanatlashtiruvchi bozor mexanizmi; ikkinchidan, bozor turini va ishtirokchilarning o‘zaro bog‘liqligini belgilovchi mezon; uchinchidan, eng yaxshi natijalarga erishishga qaratilgan faoliyat [1]. Masalan Rossiya Federatsiyasi qonunchiligida korxonalarning raqobat holati ulush ko‘rsatkichi (35% gacha, 35-65%, 65% dan yuqori) asosida baholanadi. Qurilish bozorida esa mintaqaviy cheklovlar va mahsulotning o‘ziga xosligi sababli 65% dan yuqori ulushga erishish deyarli imkonsiz bo‘lib, bozor asosan oligopoliya shaklida rivojlanadi. Raqobatbardoshlik esa ob’ektning ma'lum bir ehtiyojni qondirish darajasini bozordagi eng yaxshi analoglar bilan solishtirish orqali aniqlanadigan xususiyatdir [2].

Qurilish sohasida raqobatni tashkil etishning samarali usuli sifatida narxli va narxsiz kurash shakllari qo‘llaniladi. Narxli usullar qurilish tannarxini pasaytirish, narx elastikligini hisobga olish va chegirmalar tizimini joriy etish orqali amalga oshiriladi. Narxsiz usullar esa mahsulot sifati,

loyihalash noyobligi, qurilish muddatlariga rioya qilish, kafolat xizmatlari va brend obro‘sini mustahkamlashga qaratilgan. Bozor iqtisodiyotida raqobatni nazorat qilish va monopoliyaga yo‘l qo‘ymaslik davlatning asosiy funksiyalaridan biri bo‘lib, bu nafaqat narxlarni barqarorlashtiradi, balki qurilish sifatini va aholining hayot darajasini oshirishga xizmat qiladi.

Qurilish mahsulotlari raqobatbardoshligini tahlil qilishda uning moddiy va huquqiy jihatdan noyobligini hisobga olish zarur. Birinchidan, turar-joy uchun to‘g‘ridan-to‘g‘ri o‘rinbosar mahsulotlar mavjud emas, chunki ijaraga olish bilan sotib olish o‘rtasida fundamental farq mavjud. Ikkinchidan, har bir qurilish obyekti o‘zining joylashuvi, loyihasi va qurilish texnologiyasi jihatidan individual hisoblanadi. Uchinchidan, qurilish mahsuloti xarid qilinganda hali fizik jihatdan tugallanmagan bo‘ladi, bu esa iste’molchilar uchun moliyaviy va vaqtinchalik xavflarni keltirib chiqaradi [3].

Ayniqsa, ulushli qurilish modeli orqali amalga oshiriladigan loyihalarda quruvchi va xaridor o‘rtasidagi munosabatlar qat’iy huquqiy tartibga solinadi. Rossiya Federatsiyasida Federal qonunlar (masalan, № 214-FZ) orqali xavflar minimallashtirilsa-da, mahsulotning “tugallanmagan” holati uning raqobatbardoshligini baholashda vaqt, sifat va narx parametrlarining kompleks yondashuvini talab qiladi. Ulushli qurilishda xaridor ob’ektning tugallangan qismiga emas, balki kelajakdagi natijaga sarmoya kiritadi, bu esa raqobatbardoshlik tushunchasiga dinamik va risklarni hisobga oluvchi yondashuvni joriy etishni taqozo etadi.

Qurilish bozorida raqobatbardoshlik faqatgina ishlab chiqaruvchi korxonalarning ko‘rsatkichi emas, balki butun investitsiya-qurilish zanjirining samaradorligi bilan belgilanadi. Korxona raqobatbardoshligi o‘zining kuchli tomonlaridan foydalanib bozorda ma’lum o‘rin egallash qobiliyati bo‘lsa, mahsulot raqobatbardoshligi analog mahsulotlar bilan solishtirganda bozor talablarini qondirish va iqtisodiy samaradorlikni ta’minlash qobiliyatidir. Amaliyot shuni ko‘rsatadiki, moliyaviy barqarorlik ko‘pincha aynan mahsulotning raqobatbardoshligi ortidan keladi, chunki bozorda aynan natija – ya’ni qurilish obyekti taqdim etiladi.

Qurilish mahsulotlarining raqobatbardoshligi ko‘plab omillarga bog‘liq bo‘lib, ularni shartli ravishda uch guruhga ajratish mumkin: texnik-iqtisodiy, tijorat va huquqiy-me’yoriy. Adabiyotlarda raqobatbardoshlikka turli ta’riflar berilgan: ba’zi mualliflar uni iste’molchi xossalari va narxning uyg‘unligi sifatida ko‘rsatsa [4], boshqalari uni bozor talablariga muvofiqlik yoki xarajatlarni qoplash darajasi bilan izohlaydi [5]. Biroq, ushbu ta’riflar qurilish sohasining o‘ziga xos xususiyatlarini, ya’ni ob’ektning tugallanmagan holati, loyihalash bosqichidagi noaniqlik va uzoq muddatli foydalanish xususiyatlarini to‘liq aks ettirmaydi.

Shu sababli, qurilish mahsuloti raqobatbardoshligi quyidagicha ta’riflanishi maqsadga muvofiq: bu, mahsulotning narx, sifat va vaqt parametrlari asosida iste’molchi foydasini (utility) maksimallashtirish va xarid hamda ekspluatatsiya davridagi xavflarni minimallashtirish imkonini beruvchi xususiyatlar majmuidir. Raqobatbardoshlik statik ko‘rsatkich emas, balki vaqt, bozor konyunkturasi va quruvchi kompaniyaning strategik faoliyati dinamikasiga bog‘liq o‘zgaruvchi kategoriyadir [6].

Zamonaviy sharoitda qurilish mahsulotlarining raqobatbardoshligini oshirish uchun quyidagi strategik yondashuvlar dolzarb hisoblanadi:

Texnik innovatsiyalar: BIM texnologiyalari, energiya samaradorligi, qayta ishlangan materiallardan foydalanish va raqamli monitoring tizimlarini joriy etish.

Marketing va kommunikatsiya: Istemolchilarga shaffof loyiha hisobotlarini taqdim etish, virtual ko‘rish imkoniyatlarini yaratish va kafolat xizmatlarini kengaytirish.

Huquqiy kafolatlar: Ulushli qurilishda moliyalashtirishning escrow hisoblari orqali amalga oshirilishi, sug‘urta mexanizmlarining joriy etilishi va nazorat organlari faoliyatining ochiqligi.

Klaster hamkorligi: Yetkazib beruvchilar, pudratchilar, loyihachilar va moliya institutlari o‘rtasidagi integratsiya orqali tannarxni optimallashtirish va sifat standartlarini oshirish.

Xulosa va takliflar. Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatadiki, qurilish mahsulotlarining raqobatbardoshligi nafaqat texnik ko‘rsatkichlar yoki past narx bilan, balki kompleks marketing, huquqiy kafolatlar va iste’molchi ishonchini shakllantirish mexanizmlari bilan belgilanadi. Bozor iqtisodiyoti sharoitida raqobatni nazorat qilish va raqobatbardoshlikni oshirish davlatning asosiy vazifalaridan biri bo‘lib, bu nafaqat narxlarni barqarorlashtiradi, balki qurilish sifatini va aholining hayot darajasini oshirishga xizmat qiladi. Qurilish mahsulotlari raqobatbardoshligini baholashda an’anaviy “tayyor mahsulot” mezonlaridan voz kechib, loyiha bosqichidan tortib ekspluatatsiya davrigacha bo‘lgan “hayotiy sikl qiymati” (Life Cycle Costing) yondashuvini qo‘llash zarur.

Amaliy takliflar sifatida quyidagilarni ishlab chiqish mumkin:

Qurilish korxonalari raqobatbardoshlikni oshirish uchun an’anaviy narx kurashidan voz kechib, ekologik barqarorlik, energiya samaradorligi va raqamli shaffoflik ko‘rsatkichlariga asoslangan marketing strategiyalarini joriy etishlari kerak.

Davlat tomonidan ulushli qurilish jarayonlaridagi huquqiy kafolatlarni kuchaytirish, shaffoflikni oshirish va raqamli monitoring tizimlarini joriy etish orqali xaridorlarning ishonchini mustahkamlash lozim.

Qurilish mahsulotlarini baholashda yagona milliy va xalqaro standartlar (LEED, BREEAM, ISO 14000) joriy etilishi, bu esa nafaqat ichki bozorda, balki xalqaro integratsiya jarayonlarida ham raqobat ustunligini ta’minlaydi.

Ilmiy-tadqiqot institutlari va oliy ta’lim muassasalari qurilish iqtisodiyoti va marketing sohasida raqobatbardoshlikni modellashtirishning zamonaviy usullarini o‘qitish va tadqiq etishni kengaytirishi zarur.

Ushbu yondashuvlar qurilish sohasining samaradorligini oshirish, xarajatlarni optimallashtirish va aholini sifatli, xavfsiz va arzon turar-joy bilan ta’minlashga xizmat qiladi. Kelgusi tadqiqotlarda raqamli texnologiyalar (BIM, AI, IoT) ning qurilish mahsulotlari raqobatbardoshligiga ta’sirini empirik o‘rganish dolzarb hisoblanadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Zavyalov P.S. Marketing v sxemax, risunkax, tablicax. M: INFRA-M, 2001. – 489 s.
2. Eliseev E. Gonki za prosvetaniye. Texnologiya konkurentsiyi // Marketolog, 2000. №4.
3. Grazhdanskiy kodeks Rossiyskoy Federatsii (chast' pervaya) ot 30 noyabrya 1994 g. N 51-FZ.
4. Romanov A.N. Marketing: Uchebnik. M.: Banki i birzhi, YUNITI, 1996. – 167 s.
5. Voytov A.R. Ekonomika. Obshiy kurs. M.: Informats.-vnedrench. Tsentr «Marketing», 2001. – 62 s.
6. Yudanov A.Yu. Konkurentsiya: teoriya i praktika. 2-e izd. M.: Gnom-Press, 1998. – 142 s.

RAQAMLI IQTISODIYOT VA AGILE BOSHQARUV SHAROITIDA BIZNES JARAYONLARINI RIVOJLANTIRISH

Shodmanov Toshtemir Ro‘ziyevich
Qarshi davlat universiteti mustaqil izlanuvchisi
https://doi.org/10.5281/zenodo.20696023

Annotatsiya. *Ushbu maqolada raqamli iqtisodiyot sharoitida biznes jarayonlarini rivojlantirishning zamonaviy yondashuvlari, xususan Agile boshqaruv metodologiyasining qo‘llanilishi tahlil qilingan. Raqamli transformatsiya jarayonlari korxonalarda boshqaruv samaradorligini oshirish, moslashuvchanlikni kuchaytirish hamda innovatsion yechimlarni joriy etishda muhim omil sifatida ko‘rib chiqiladi. Tadqiqotda biznes jarayonlarini optimallashtirishda Agile tamoyillarining roli, ularning iqtisodiy samaradorlikka ta’siri hamda raqamli texnologiyalar bilan integratsiyasi yoritilgan. Shuningdek, zamonaviy sharoitda korxonalarning raqobatbardoshligini oshirishda boshqaruv tizimlarini takomillashtirish yo‘nalishlari asoslab berilgan.*

Kalit so‘zlar: *raqamli iqtisodiyot, Agile boshqaruv, biznes jarayonlari, raqamli transformatsiya, innovatsiya, moslashuvchan boshqaruv, korxona samaradorligi.*

Аннотация. *В данной статье анализируются современные подходы к развитию бизнес-процессов в условиях цифровой экономики, в частности применение методологии Agile управления. Процессы цифровой трансформации рассматриваются как ключевой фактор повышения эффективности управления предприятиями, усиления гибкости и внедрения инновационных решений. В исследовании освещается роль принципов Agile в оптимизации бизнес-процессов, их влияние на экономическую эффективность, а также интеграция с цифровыми технологиями. Кроме того, обосновываются направления совершенствования систем управления для повышения конкурентоспособности предприятий в современных условиях.*

Ключевые слова: *цифровая экономика, Agile управление, бизнес-процессы, цифровая трансформация, инновации, гибкое управление, эффективность предприятия.*

Abstract. *This article analyzes modern approaches to the development of business processes in the context of the digital economy, with a particular focus on the application of Agile management methodology. Digital transformation processes are considered a key factor in improving management efficiency, enhancing flexibility, and implementing innovative solutions in enterprises. The study highlights the role of Agile principles in optimizing business processes, their impact on economic efficiency, and their integration with digital technologies. Furthermore, directions for improving management systems to increase enterprise competitiveness in the modern environment are substantiated.*

Keywords: *digital economy, Agile management, business processes, digital transformation, innovation, flexible management, enterprise efficiency.*

Kirish. Raqamli iqtisodiyotning jadal rivojlanishi zamonaviy biznes muhitida tub o‘zgarishlarni yuzaga keltirmoqda. Axborot-kommunikatsiya texnologiyalarining keng joriy etilishi korxona va tashkilotlarning boshqaruv tizimlarini takomillashtirish, biznes jarayonlarini

avtomatlashtirish hamda qaror qabul qilish tezligini oshirishga xizmat qilmoqda. Shu bilan birga, global raqobat kuchaygan sharoitda an'anaviy boshqaruv yondashuvlari o'zining samaradorligini qisman yo'qotib, moslashuvchan va tezkor boshqaruv modellari zaruratga aylanmoqda.

Mazkur sharoitda Agile boshqaruv metodologiyasi biznes jarayonlarini rivojlantirishning muhim instrumentlaridan biri sifatida namoyon bo'lmoqda. Agile yondashuvi korxonalarga o'zgaruvchan bozor talablariga tez moslashish, mijoz ehtiyojlarini aniqroq qondirish hamda innovatsion yechimlarni bosqichma-bosqich joriy etish imkonini beradi. Bu esa, o'z navbatida, biznes jarayonlarining samaradorligini oshirish va resurslardan oqilona foydalanishga zamin yaratadi.

Raqamli iqtisodiyot va Agile boshqaruvning integratsiyasi korxonalarda strategik va operatsion boshqaruvni yangi bosqichga olib chiqmoqda. Ushbu uyg'unlik biznes jarayonlarini optimallashtirish, raqamli transformatsiyani tezlashtirish hamda tashkilotlarning raqobatbardoshligini oshirishda muhim ahamiyat kasb etadi. Shu nuqtayi nazardan, biznes jarayonlarini rivojlantirishda Agile yondashuvining o'rni va uning raqamli iqtisodiyot sharoitidagi imkoniyatlarini ilmiy jihatdan o'rganish dolzarb hisoblanadi.

Mavzuga oid adabiyotlarning tahlili. Raqamli iqtisodiyot va Agile boshqaruv sharoitida biznes jarayonlarini rivojlantirish masalasi zamonaviy iqtisodiy va boshqaruv ilmida keng o'rganilayotgan yo'nalishlardan biri hisoblanadi. Xorijiy olimlar tomonidan raqamli iqtisodiyotning konseptual asoslari, uning ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish sohalariga ta'siri hamda raqamli transformatsiya jarayonlari chuqur tahlil qilingan. Jumladan, raqamli texnologiyalarning biznes jarayonlariga integratsiyasi korxonalarda samaradorlikni oshirish, xarajatlarni optimallashtirish va innovatsion boshqaruv tizimlarini shakllantirishda muhim omil sifatida e'tirof etiladi.

Agile boshqaruv metodologiyasi bo'yicha olib borilgan tadqiqotlarda esa moslashuvchanlik, iteratsion yondashuv va mijozga yo'naltirilganlik tamoyillarining biznes jarayonlarini takomillashtirishdagi ahamiyati asoslab berilgan. Mahalliy tadqiqotchilar ham raqamli iqtisodiyot sharoitida korxonalarni boshqarish, raqamli transformatsiya jarayonlarini joriy etish hamda innovatsion boshqaruv mexanizmlarini rivojlantirish masalalariga e'tibor qaratganlar.

Umuman olganda, mavjud adabiyotlar tahlili shuni ko'rsatadiki, raqamli iqtisodiyot va Agile boshqaruvning integratsiyasi biznes jarayonlarining samaradorligini oshirishda muhim ilmiy-amaliy ahamiyatga ega bo'lib, ushbu yo'nalishda chuqur empirik tadqiqotlar o'tkazish zaruriyatini yuzaga keltiradi.

Tadqiqot metodologiyasi. Tadqiqotda raqamli iqtisodiyot sharoitida biznes jarayonlarini rivojlantirish hamda Agile boshqaruv metodologiyasini qo'llash masalalari kompleks yondashuv asosida o'rganildi. Metodologik asos sifatida tizimli tahlil, qiyosiy tahlil hamda mantiqiy umumlashtirish usullaridan foydalanildi. Ushbu yondashuvlar raqamli transformatsiya jarayonlarining biznes jarayonlariga ta'sirini aniqlash va Agile tamoyillarining boshqaruv samaradorligidagi o'rnini asoslash imkonini berdi.

Shuningdek, empirik ma'lumotlarni tahlil qilishda statistik va iqtisodiy tahlil usullari qo'llanilib, korxonalarda biznes jarayonlarining samaradorlik ko'rsatkichlari o'rganildi. Agile yondashuvning iteratsion modeli asosida jarayonlarni optimallashtirish imkoniyatlari baholandi hamda raqamli texnologiyalar bilan integratsiya darajasi tahlil qilindi.

Tadqiqot davomida induksiya va deduksiya usullaridan foydalanilib, umumiy qonuniyatlar va xususiy holatlar o‘rtasidagi bog‘liqliklar aniqlandi. Natijada raqamli iqtisodiyot va Agile boshqaruv uyg‘unligida biznes jarayonlarini rivojlantirishning ilmiy asoslangan yo‘nalishlari shakllantirildi.

Tahlil va natijalar. Raqamli iqtisodiyot sharoitida biznes jarayonlarini rivojlantirish jarayoni korxonalarning boshqaruv tizimlari, resurslardan foydalanish samaradorligi hamda innovatsion faoliyat darajasi bilan bevosita bog‘liq holda kechmoqda. O‘tkazilgan tahlillar shuni ko‘rsatadiki, raqamli texnologiyalarning keng joriy etilishi biznes jarayonlarining avtomatlashtirilishiga, ma’lumotlar oqimining tezlashishiga hamda qaror qabul qilish jarayonlarining optimallashuviga olib kelmoqda. Bu esa korxonalarda operatsion samaradorlikni oshirish va xarajatlarni kamaytirish imkonini yaratmoqda.

1-jadval.

Biznes jarayonlarini rivojlantirishda raqamli iqtisodiyot va Agile boshqaruvning ta’siri

Ko‘rsatkichlar	An’anaviy boshqaruv	Agile boshqaruv	Raqamli iqtisodiyot bilan integratsiyalashgan Agile
Qaror qabul qilish tezligi	Sekin, ko‘p bosqichli	Tez, iteratsion	Juda tez, real vaqt ma’lumotlariga asoslangan
Moslashuvchanlik darajasi	Past	Yuqori	Juda yuqori
Jarayonlarni avtomatlashtirish	Cheklangan	Qisman	To‘liq yoki yuqori darajada
Mijozga yo‘naltirilganlik	Past	Yuqori	Juda yuqori, personalizatsiya asosida
Xatoliklarni aniqlash va tuzatish	Kechikkan	Tezkor sprintlar orqali	AI va data analytics asosida real vaqt rejimida
Resurslardan foydalanish samaradorligi	O‘rtacha	Yuqori	Optimallashtirilgan va dinamik
Innovatsionlik darajasi	Past	O‘rtacha–yuqori	Juda yuqori, raqamli platformalar orqali

Agile boshqaruv metodologiyasi esa mazkur jarayonlarda moslashuvchanlikni ta’minlovchi asosiy yondashuv sifatida namoyon bo‘lmoqda. Tahlillar natijasida aniqlanishicha, Agile tamoyillarini qo‘llagan korxonalarda biznes jarayonlari bosqichma-bosqich takomillashib boradi, mijoz ehtiyojlariga tezkor javob berish imkoniyati oshadi hamda loyiha boshqaruvida xatoliklar darajasi kamayadi. Sprint asosida ishlash modeli resurslardan samarali foydalanishga xizmat qilib, natijalarning qisqa muddatlarda olinishini ta’minlaydi.

Shuningdek, raqamli iqtisodiyot va Agile boshqaruvning integratsiyasi biznes jarayonlarida sinergetik samarani yuzaga keltirishi aniqlangan. Raqamli platformalar Agile jamoalarning samarali hamkorligini ta’minlab, geografik cheklovlarni kamaytiradi hamda real vaqt rejimida monitoring va tahlil imkoniyatlarini kengaytiradi. Natijada qaror qabul qilish

jarayonlari yanada tezkor va asoslangan bo‘lib, korxonalarning raqobatbardoshligi sezilarli darajada oshadi.

Tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatadiki, raqamli transformatsiya va Agile yondashuvning uyg‘unligi biznes jarayonlarini optimallashtirishda muhim omil bo‘lib, korxonalarning innovatsion salohiyatini oshirishga xizmat qiladi. Shu bilan birga, mazkur integratsiya boshqaruv tizimlarining moslashuvchanligini kuchaytirib, o‘zgaruvchan bozor sharoitlariga tez moslashish imkonini beradi. Umuman olganda, olingan natijalar raqamli iqtisodiyot sharoitida Agile boshqaruvni joriy etish biznes jarayonlarining samaradorligini oshirishda strategik ahamiyatga ega ekanligini tasdiqlaydi.

Xulosa. O‘tkazilgan tadqiqot natijalari shuni ko‘rsatadiki, raqamli iqtisodiyot sharoitida biznes jarayonlarini rivojlantirish korxonalarning boshqaruv samaradorligini oshirishda muhim omil hisoblanadi. Raqamli texnologiyalarning keng joriy etilishi biznes jarayonlarini avtomatlashtirish, axborot oqimlarini tezlashtirish hamda qaror qabul qilish jarayonlarini optimallashtirish imkonini bermoqda.

Shuningdek, Agile boshqaruv metodologiyasi biznes jarayonlarining moslashuvchanligini ta’minlab, o‘zgaruvchan bozor sharoitlariga tezkor javob berish imkoniyatini kuchaytiradi. Agile tamoyillarining amaliyotga tatbiq etilishi korxonalarda resurslardan samarali foydalanish va innovatsion yondashuvlarni joriy etishga xizmat qiladi.

Umuman olganda, raqamli iqtisodiyot va Agile boshqaruvning integratsiyasi biznes jarayonlarini rivojlantirishda strategik ahamiyatga ega bo‘lib, korxonalarning raqobatbardoshligini oshirish va ularning barqaror rivojlanishini ta’minlashga xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. [1]. Ruzmetov B., Baxtiyarov Sh. Mintaqani barqaror rivojlanish maqsadlari asosida kompleks rivojlantirish ustuvor yo‘nalishlari. “O‘zbekistonda barqaror rivojlanish maqsadlariga erishish va yashil iqtisodiyotni rivojlantirishning istiqbolli yo‘nalishlari” Xalqaro miqyosidagi ilmiy-amaliy anjumani, - Buxoro: BuxDU, 14-15 aprel. 2025 yil
2. [2]. Xudayberganov D.T. Оценка лояльности потребителей бренду и ее влияние на прибыль бизнеса. (2026). Журнал «Маркетинг», 1. https://marketingjournal.uz/index.php/mj/article/view/743
3. [3]. Achilova F.K. Mintaqa iqtisodiyotini barqaror rivojlantirishda xizmatlar sohasini taraqqiy qildirish yondashuvlari. // “Marketing” ilmiy, amaliy va ommabop jurnali, Toshkent, 1-son, yanvar, 2026-yil, 263-272 b.
4. [4]. Achilova F.K. Digitization of housing and communal services management in rural areas. Журнал «Экономика и предпринимательство», Россия, № 3 (140) 2022 год, (Vol. 16 Nom. 3). Стр. 476-483
5. [5]. Achilova F.K. Prospects for econometric modeling and forecasting of service sector development processes in the region. // Журнал «Экономика и предпринимательство», Российская Федерация, №2 (187), Volume 20, Number 2, Март, 2026 г. Стр. 644-652
6. [6]. Porter M.E. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. // Harvard Business Review, Amerika Qo‘shma Shtatlari, №2, Volume 63, 2026 г. Стр. 45–60.

7. [7]. Kaplan R.S., Norton D.P. The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action. // Harvard Business School Press Review, Amerika Qo‘shma Shtatlari, №1, Volume 28, 2026 г. Стр. 112–130.
8. [8]. Hammer M., Champy J. Reengineering the Corporation: A Manifesto for Business Revolution. // Management Science Journal, Buyuk Britaniya, №3, Volume 19, 2026 г. Стр. 201–215.
9. [9]. Neely A. Business Performance Measurement: Theory and Practice. // Cambridge Journal of Economics and Management, Buyuk Britaniya, №2, Volume 41, 2026 г. Стр. 310–325.
10. [10]. Saaty T.L. Decision Making with the Analytic Hierarchy Process. // International Journal of Decision Sciences, AQSh, №1, Volume 15, 2026 г. Стр. 88–104.

O‘ZBEKISTONDA DEMOGRAFIK SHAROITLAR VA INSON KAPITALINI RIVOJLANTIRISH O‘RTASIDAGI BOG‘LIQLIK

Niyazova Gulnoza Shovkat qizi
O‘zbekiston Respublikasi Bank-Moliya akademiyasi tinglovchisi
https://doi.org/10.5281/zenodo.20696087

Annotatsiya. *Mazkur maqolada O‘zbekistonda demografik sharoitlar va inson kapitalini rivojlantirish o‘rtasidagi bog‘liqlik, aholining tez o‘sishi, yoshlarning ko‘payishi va mehnat bozoridagi nomutanosiblikdan kelib chiqadigan muammolar o‘rganib chiqiladi. Tadqiqotda O‘zbekistonning demokrafik tendensiyalari potensial demokrafik dividendlarni taqdim etsa-da, inson kapitalidan, ayniqsa ta’lim, kasbiy ko‘nikmalar va bandlikda samarali foydalanilmasligi barqaror iqtisodiy rivojlanish uchun muhim to‘siq bo‘lib xizmat qilishi ta’kidlangan. Rasmiy statistika va ikkilamchi manbalarga asoslanib, maqola tug‘ilish tendensiyalari, migratsiya va urbanizatsiyaning inson resurslarini rivojlantirishga ta’sirini o‘rganadi.*

Kalit so‘zlar: *demografik sharoit, inson kapitali, demografik dividend, mehnatga layoqatli aholi, yoshlar bandligi, ishsizlik, ta’lim tizimi, kasbiy ko‘nikmalar, urbanizatsiya, migratsiya.*

Abstract. *This article examines the relationship between demographic conditions and human capital development in Uzbekistan, focusing on issues arising from rapid population growth, an increasing number of young people, and imbalances in the labor market. The study highlights that, although Uzbekistan’s demographic trends present potential demographic dividends, ineffective use of human capital—particularly in education, professional skills, and employment—remains a significant obstacle to sustainable economic development. Based on official statistics and secondary sources, the article explores how birth trends, migration, and urbanization affect the development of human resources.*

Keywords: *demographic conditions, human capital, demographic dividend, working-age population, youth employment, unemployment, education system, professional skills, urbanization, migration.*

Аннотация. *В данной статье рассматривается связь между демографическими условиями и развитием человеческого капитала в Узбекистане с акцентом на проблемы, возникающие в связи с быстрым ростом населения, увеличением числа молодежи и дисбалансом на рынке труда. Исследование подчеркивает, что, хотя демографические тенденции Узбекистана предоставляют потенциал для демографического дивиденда, неэффективное использование человеческого капитала — особенно в сферах образования, профессиональных навыков и занятости — остаётся значительным препятствием для устойчивого экономического развития. На основе официальной статистики и вторичных источников статья изучает влияние тенденций рождаемости, миграции и урбанизации на развитие человеческих ресурсов.*

Ключевые слова: *демографические условия, человеческий капитал, демографический дивиденд, трудоспособное население, занятость молодежи, безработица, система образования, профессиональные навыки, урбанизация, миграция.*

KIRISH

Raqamli texnologiyalar inson faoliyatining barcha jabhalariga chuqur kirib borayotgan hozirgi davrda inson kapitalining mazmuni ham yangicha talqin qilinmoqda. Endilikda inson kapitali nafaqat ta'lim va sog'liq ko'rsatkichlari bilan balki raqamli savodxonlik, moslashuvchan fikrlash va innovatsion ko'nikmalar bilan ham belgilanadi. Shu sababli, zamonaviy iqtisodiyotda raqobatbardosh bo'lish uchun har bir mamlakat inson kapitalining zamonga mos va funksional rivojlanishini ta'minlashi zarur.

O'zbekiston Respublikasi so'nggi yillarda inson kapitalini rivojlantirishga alohida e'tibor qaratmoqda. "Yangi O'zbekiston – 2030", "Raqamli O'zbekiston – 2030", "Ta'lim to'g'risida"gi qonun hamda boshqa strategik hujjatlar doirasida aholini zamonaviy ko'nikmalar bilan ta'minlash, raqamli ta'lim platformalarini kengaytirish va kasb-hunar o'quv yurtlarini rivojlantirish bo'yicha tizimli ishlar amalga oshirilmoqda. Bu jarayonlar mamlakatni raqamli transformatsiya orqali yuqori malakali, moslashuvchan ishchi kuchiga ega davlatga aylantirishga xizmat qilmoqda. Hozirgi davrda demografik jarayonlar mamlakatlarning iqtisodiy va ijtimoiy rivojlanishiga bevosita ta'sir ko'rsatadigan muhim omillardan biri hisoblanadi. Aholi sonining o'sishi, yoshlar ulushining yuqoriligi, migratsiya jarayonlari va urbanizatsiya darajasi inson kapitalining shakllanishiga va undan foydalanish samaradorligiga katta ta'sir ko'rsatadi.(Umarkulov and Abdunosirov, 2025)

Bozor iqtisodiyoti sharoitida mintaqaviy rivojlanish jarayonlarini samarali tashkil etish masalasi davlat siyosatining muhim yo'nalishlaridan biri hisoblanadi. Hozirgi davrda mintaqaning iqtisodiy salohiyatini oshirish, unda mavjud tabiiy, mehnat va intellektual resurslardan oqilona foydalanish bilan bir qatorda, inson kapitali va ijtimoiy salohiyatni rivojlantirishga alohida e'tibor qaratilmoqda. Chunki iqtisodiy o'sishning zamonaviy omillari orasida aynan inson kapitali asosiy harakatlantiruvchi kuch sifatida maydonga chiqmoqda.(Zoirov, 2025)

O'zbekiston aholisi soni so'nggi yillarda barqaror ravishda o'sib bormoqda. Aholining katta qismini yoshlar tashkil etishi mamlakat uchun katta imkoniyat yaratadi. Chunki yosh va mehnatga layoqatli aholi sonining ko'pligi iqtisodiy rivojlanish uchun muhim resurs hisoblanadi. Biroq ushbu imkoniyatlardan samarali foydalanish uchun ta'lim tizimi, kasbiy tayyorgarlik va mehnat bozorining o'zaro uyg'un rivojlanishi zarur. Shu sababli demografik o'sish jarayonida inson kapitalini rivojlantirish va undan samarali foydalanish masalasi dolzarb ahamiyat kasb etadi. Mazkur tadqiqotning maqsadi O'zbekistonda demografik sharoitlar va inson kapitalini rivojlantirish o'rtasidagi bog'liqlikni tahlil qilish hamda mavjud muammolarni aniqlashdan iborat.

Adabiyotlar sharhi

Biz rivojlangan jamiyatlarningv boshlanishi bugungi o'zbek jamiyatidagi o'zgarishlarga o'xshash bo'lganini ko'ramiz. Masalan, Adam Smit ishchilarning bilim qiymati haqida yozadi, ularning mahorati va qanday kompaniyaning samaradorligiga ta'sirini e'tirof etadi. Bundan tashqari Adam Smit shunday degan: "Ta'lim -bu malakali va o'qitilgan ishchilarni qo'llab-quvvatlaydigan odamlarga invistitsiya qilish shakli. Xodimlarga vakolat berish, shuningdek, ularga qaror qabul qilish imkoniyatini berish, ularning motivatsiyasini oshiradi va tashkiliy o'zgarishlarga qarshilik ko'rsatishni kamaytiradi " - deydi. (Alimardonova, 2025) Inson kapitalidan foydalanish uning bevosiya samaradorligini va undan foydalanishdan oloinadigan daromadni ta'minlash ham jamiyat uchun dolzarb bo'ladi. Chunki kapitalni shakllantirish manbalaridan qat'iy nazar, insonning o'zi jamiyat yoki davlat uchun o'z manfaatlariga ega.

Ilmiy adabiyotlar tahlili shuni ko‘rsatadiki, ta’lim, sog‘liqni saqlash, bandlik va innovatsion infratuzilmaga yo‘naltirilgan investitsiyalar nafaqat iqtisodiy rivojlanishni tezlashtiradi, balki hududlarda ijtimoiy barqarorlikni ham oshiradi. Shu jihatdan inson kapitali va ijtimoiy salohiyatning uyg‘un rivojlanishi hududiy siyosat samaradorligining asosiy mezoni sifatida namoyon bo‘ladi. Inson kapitali va demografik jarayonlar o‘rtasidagi bog‘liqlik ko‘plab iqtisodchilar tomonidan o‘rganilgan. Inson kapitali nazariyasi bo‘yicha muhim ilmiy tadqiqotlar olib borgan olimlardan biri Gary Becker hisoblanadi. U inson kapitalini ta’lim, sog‘liq va kasbiy malaka orqali shakllanadigan muhim iqtisodiy resurs sifatida izohlaydi.(Becker, 1993)

Zamonaviy tadqiqotlarda demografik dividend tushunchasi ham keng qo‘llaniladi. Demografik dividend mehnatga layoqatli aholi ulushining ortishi natijasida iqtisodiy o‘sish uchun yuzaga keladigan imkoniyatni anglatadi. Ammo bu imkoniyatdan foydalanish uchun inson kapitalini rivojlantirish muhim hisoblanadi.

Tadqiqot metodologiyasi

Mazkur tadqiqotda demografik jarayonlar va inson kapitalini rivojlantirish o‘rtasidagi bog‘liqlikni tahlil qilish uchun bir qator ilmiy metodlardan foydalanildi. Jumladan: statistik tahlil usuli, taqqoslash usuli, tizimli yondashuv, iqtisodiy tahlil usullari.

Tadqiqot jarayonida rasmiy statistika ma’lumotlari hamda ilmiy adabiyotlar asosida O‘zbekistondagi demografik tendensiyalar, tug‘ilish darajasi, migratsiya va urbanizatsiya jarayonlari o‘rganildi.

Mazkur metodlarning uyg‘un qo‘llanilishi tadqiqotning nazariy va amaliy jihatlarini o‘zaro bog‘lashga, inson kapitaliga investitsiya samaradorligini nafaqat miqdoriy ko‘rsatkichlar, balki sifat jihatidan ham baholashga imkon yaratdi. Natijada, tadqiqot xulosalari ilmiy asoslangan, tizimli va amaliy jihatdan qo‘llash mumkin bo‘lgan darajada shakllantirildi.

Inson kapitaliga yo‘naltirilayotgan investitsiyalarning amaldagi holatini baholashda **statistik** tahlil usullari qo‘llanildi. Jumladan, dinamik qatorlar tahlili, o‘rtacha va nisbiy ko‘rsatkichlar, indekslar usuli orqali ta’lim, sog‘liqni saqlash va kasbiy tayyorlash sohalariga ajratilayotgan investitsiyalar hajmining vaqt bo‘yicha o‘zgarish tendensiyalari tahlil qilindi. Bu usullar investitsiya jarayonlarining real holatini aniqlashga xizmat qildi.

Tahlil va natijalar

Inson kapitali – bu mintaqaning iqtisodiy rivojlanishini ta’minlovchi eng muhim strategik resurslardan biridir. Hozirgi davrda ishlab chiqarish jarayonining asosiy omili sifatida nafaqat moddiy resurslar, balki insonning bilim darajasi, kasbiy malakasi va ijodiy salohiyati alohida ahamiyat kasb etmoqda. Inson kapitaliga yo‘naltirilgan sarmoyalar uzoq muddatli iqtisodiy o‘sish uchun barqaror asos yaratadi.(Zoirov, 2025)

Mintaqalarda iqtisodiy siyosatni takomillashtirish inson kapitalining shakllanishi va rivojlanishiga bevosita bog‘liq. Jumladan, mehnat bozorini modernizatsiya qilish, bandlikni rag‘batlantirish, zamonaviy kasb-hunar o‘quv markazlarini tashkil etish, oliy ta’lim muassasalarining ilmiy salohiyatini oshirish orqali inson kapitali sifati yuksaladi. Bu esa o‘z navbatida hududiy iqtisodiy o‘sishni tezlashtiradi. O‘zbekistonda demografik jarayonlarning muhim xususiyatlaridan biri aholi sonining tez sur’atlarda o‘sib borishidir. So‘nggi statistik ma’lumotlarga ko‘ra, mamlakat aholisi soni 2025 yil holatiga 37,8–37,9 million kishiga yetgan. Aholi tarkibida mehnatga layoqatli yoshdagi fuqarolar ulushi yuqori bo‘lib, ularning soni **21,2**

million yoki umumiy aholining 56 foizini tashkil etadi. Shu bilan birga, 12,2 million kishi (32,2%) mehnat yoshidan kichik aholiga to‘g‘ri keladi. (Bucci and Prettner, 2019)

Mazkur demografik tarkib iqtisodiyot uchun muhim imkoniyat – ya’ni demografik dividendni shakllantiradi. Mehnatga layoqatli aholining yuqori ulushi ishlab chiqarish hajmini oshirish, yangi iqtisodiy faoliyat turlarini rivojlantirish hamda iqtisodiy o‘sishni tezlashtirish imkonini beradi. Mutaxassislarning ta’kidlashicha, bunday demografik tuzilma iqtisodiy rivojlanish uchun muhim omil hisoblanadi. Shu bilan birga, aholining tez o‘sishi mehnat bozoriga ham sezilarli bosim o‘tkazmoqda. Har yili taxminan 500 mingga yaqin yoshlar mehnat bozoriga kirib keladi, bu esa yangi ish o‘rinlari yaratish zaruratini kuchaytiradi.

Mehnat bozoridagi statistik ma’lumotlarga ko‘ra, 2025 yil uchinchi choragi holatiga O‘zbekistonda ishsizlik darajasi 4,9 foizni tashkil etgan. Mamlakatda 14,81 million kishi band, iqtisodiy faol aholi esa 15,57 million nafarni tashkil etadi. Ishsizlar soni taxminan 760 ming kishi atrofida baholanadi. (Kim, 2024) Shunga qaramay, yoshlar bandligi bilan bog‘liq muammolar hanuz dolzarb hisoblanadi. Statistik ma’lumotlarga ko‘ra, yoshlar o‘rtasidagi ishsizlik darajasi 10–11 foiz atrofida bo‘lib, bu umumiy ishsizlik darajasiga nisbatan yuqoriroq ko‘rsatkichdir. Bundan tashqari, migratsiya jarayonlari ham inson kapitalidan foydalanishga ta’sir ko‘rsatmoqda. Hozirgi vaqtda 1,8 milliondan ortiq O‘zbekiston fuqarolari xorijda mehnat faoliyatini olib bormoqda, bu esa ayrim sohalarda malakali kadrlar yetishmovchiligiga olib kelishi mumkin. (Hanushek and Woessmann, 2012)

Shuningdek, urbanizatsiya jarayonlari ham inson kapitalining shakllanishi va taqsimlanishiga ta’sir ko‘rsatmoqda. Shaharlarda iqtisodiy imkoniyatlarning ko‘pligi sababli aholi migratsiyasi kuchayib, bu hududlarda mehnat bozorining kengayishiga olib kelmoqda. Shu bilan birga, qishloq hududlarida iqtisodiy imkoniyatlarning nisbatan cheklanganligi hududlar o‘rtasida iqtisodiy tafovutlarning saqlanib qolishiga sabab bo‘lmoqda.

Umuman olganda, O‘zbekistonning demografik tarkibi iqtisodiy rivojlanish uchun katta imkoniyat yaratmoqda. Biroq ushbu imkoniyatlardan to‘liq foydalanish uchun ta’lim tizimi sifatini oshirish, yoshlarning kasbiy ko‘nikmalarini rivojlantirish hamda mehnat bozori talablariga mos kadrlar tayyorlash muhim ahamiyat kasb etadi.

1-jadval

O‘zbekistonda aholi sonining o‘sish dinamikasi

Yil	Aholi soni (mln kishi)
2015	31,6
2018	33,3
2020	34,6
2022	36,0
2024	37,4
2025	37,8

Manba: *O‘zbekiston Respublikasi Statistika agentligi*

Jadval ma’lumotlaridan ko‘rinib turibdiki, O‘zbekistonda aholi soni so‘nggi yillarda barqaror ravishda o‘sib bormoqda. 2015 yilda 31,6 million bo‘lgan aholi soni 2025 yilga kelib qariyb 37,8 million kishiga yetgan. Bu esa mamlakatda demografik jarayonlarning faol kechayotganini ko‘rsatadi.

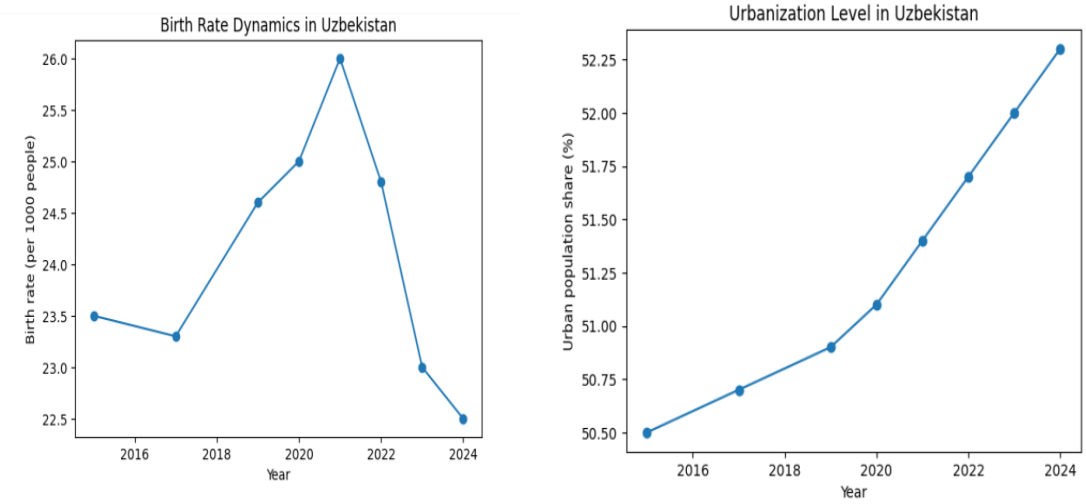
2-jadval

Aholining yosh tarkibi (2024–2025)

Aholi guruhi	Ulushi (%)
Mehnat yoshigacha	32%
Mehnat yoshidagi aholi	56%
Mehnat yoshidan katta	12%

Manba: *O‘zbekiston Respublikasi Statistika agentligi*

Aholining yosh tarkibi tahlili shuni ko‘rsatadiki, O‘zbekistonda mehnatga layoqatli aholi ulushi yuqori hisoblanadi. Bu esa mamlakat uchun demografik dividend olish imkoniyatini yaratadi. Biroq ushbu imkoniyatlardan samarali foydalanish uchun inson kapitalini rivojlantirish muhim hisoblanadi.



1-rasm. O‘zbekistondagi tug‘ilish va urbanizatsiya darajasining dinamikasi.

Manba: *O‘zbekiston Respublikasi Statistika agentligi rasmiy ma’lumotlari asosida muallif tomonidan tuzilgan.*

Ushbu grafiklarda O‘zbekistonda tug‘ilish darajasining so‘nggi yillardagi dinamikasi hamda O‘zbekistonda urbanizatsiya jarayonining asta-sekin o‘sib borayotganini tasvirlangan. Grafikdan ko‘rinib turibdiki, 2021 yilga qadar tug‘ilish darajasida ma’lum darajada o‘sish kuzatilgan bo‘lsa, keyingi yillarda esa biroz pasayish tendensiyasi kuzatilmoqda. Bu demografik jarayonlar mamlakatning mehnat resurslari shakllanishiga bevosita ta’sir ko‘rsatadi. So‘nggi yillarda shahar aholisi ulushi ortib bormoqda. Bu jarayon iqtisodiy faollikning shaharlarda ko‘proq jamlanishi hamda mehnat bozori tarkibining o‘zgarishi bilan bog‘liq.

O‘zbekiston aholisi tarkibida mehnatga layoqatli yoshdagi fuqarolar ulushi yuqori bo‘lib, 2025 yil holatiga **21,2 million kishini** tashkil etadi, bu esa umumiy aholining **56 foiziga** teng. Bu demografik tuzilma mamlakat uchun katta imkoniyat – ya’ni **demografik dividend** yaratadi. Mutaxassislar fikricha, agar mehnatga layoqatli aholi malakali va samarali ishlatilsa, bu iqtisodiy o‘sishni tezlashtirish va mehnat unumdorligini oshirish imkonini beradi. So‘nggi statistik ma’lumotlarga ko‘ra, har yili taxminan **500 ming yoshlar mehnat bozoriga kirib keladi,** bu esa yangi ish o‘rinlari yaratish va bandlikni ta’minlash bo‘yicha siyosatni yanada rivojlantirish zaruratini kuchaytiradi. Shu bilan birga, hududlar bo‘yicha ish bilan bandlik farqi ham mavjud

bo‘lib, shahar hududlarida mehnat resurslaridan samarali foydalanish darajasi yuqori, qishloq hududlarida esa ish o‘rinlari cheklangan.(Barro, 2013)

Demografik dividenddan samarali foydalanish uchun ta’lim tizimini mehnat bozoriga moslashtirish, yoshlarning kasbiy va raqamli ko‘nikmalarini rivojlantirish hamda innovatsion faoliyatni qo‘llab-quvvatlash muhimdir. Mutaxassislar hisoblashicha, agar bu chora-tadbirlar amalga oshirilsa, O‘zbekistonda mehnat unumdorligi 15–20 foizga oshishi mumkin.

O‘zbekistonning mehnat bozori statistikasi shuni ko‘rsatadiki, 2025 yil holatiga umumiy ishsizlik darajasi **4,9 foiz**ni tashkil etadi. Biroq yoshlar o‘rtasidagi ishsizlik darajasi ancha yuqori bo‘lib, **10–11 foiz**ni tashkil etadi. Bu yoshlar bandligi bilan bog‘liq muammolar mavjudligini va mehnat bozori talablariga yoshlarning malakasi to‘liq mos kelmasligini ko‘rsatadi. Shuningdek, migratsiya jarayonlari ishsizlik va kadrlar yetishmovchiligi muammolarini kuchaytiradi. Hozirgi vaqtda **1,8 milliondan ortiq O‘zbekiston fuqarolari xorijda mehnat faoliyatini olib bormoqda,** bu esa ayrim sohalarda malakali kadrlar yetishmasligiga olib keladi.(Davletova, 2025)

XULOSA

O‘zbekistonning demografik tuzilmasi va inson kapitali salohiyati mamlakatning iqtisodiy rivojlanishi uchun katta imkoniyat yaratmoqda. Mehnatga layoqatli yoshlar ulushining yuqoriligi, aholining tez o‘sishi va yoshlarning ko‘pligi demografik dividendni shakllantiradi. 2025 yil holatiga mehnatga layoqatli aholining 56 foizi iqtisodiyot uchun asosiy resurs bo‘lib xizmat qilmoqda. Shu bilan birga, har yili taxminan 500 ming yoshlar mehnat bozoriga kirib keladi, bu esa ish o‘rinlari yaratish va bandlikni ta’minlash masalasini dolzarb qiladi. Biroq ushbu imkoniyatlardan to‘liq foydalanish uchun inson kapitalini rivojlantirish zarur. Hozirgi vaqtda yoshlar o‘rtasidagi ishsizlik darajasi 10–11 foizni tashkil etib, umumiy ishsizlik darajasidan yuqoridir. Shuningdek, migratsiya va urbanizatsiya jarayonlari mehnat bozoridagi kadrlar taqsimotiga ta’sir ko‘rsatadi. Shu sababli ta’lim tizimini mehnat bozori talablariga moslashtirish, yoshlarning kasbiy va raqamli ko‘nikmalarini rivojlantirish, yangi ish o‘rinlarini yaratish va hududlar o‘rtasidagi iqtisodiy tafovutlarni kamaytirish muhim hisoblanadi. Ushbu chora-tadbirlar amalga oshirilsa, demografik dividend samarali ishlatiladi, yoshlar bandligi oshadi va inson kapitalidan to‘liq foydalanish natijasida mamlakatning iqtisodiy rivojlanishiga ijobiy ta’sir ko‘rsatadi. Shunday qilib, demografik jarayonlar va inson kapitalini uyg‘un rivojlantirish O‘zbekiston uchun barqaror va uzoq muddatli iqtisodiy o‘sishning muhim omili hisoblanadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Alimardonova, G.A. kizi (2025) ‘O‘zbekistonda inson resurslari samaradorligini oshirish istiqbollari’. Available at: https://doi.org/10.5281/ZENODO.15494768.
2. Barro, R.J. (2013) ‘Inson kapitali va davlat siyosati’. Available at: https://doi.org/10.1016/B978-0-12-375678-7.00005-1.
3. Becker, G.S. (1993) *Inson kapitali:Ta’limga alohida e’tibor qaratgan holda nazariy va empirik tahlil*. University of Chicago Press. Available at: https://doi.org/10.7208/chicago/9780226041223.001.0001.
4. Bucci, A. and Prettner, K. (eds) (2019) *Inson kapitali va iqtisodiy o‘sish: sog‘liqni saqlash, ta’lim va demografik ko‘rsatgichlarning ta’siri*. Cham: Springer International Publishing. Available at: https://doi.org/10.1007/978-3-030-21599-6.

5. Davletova, D. (2025) ‘Qashshoqlikni kamaytirish uchun davlat mablag‘lari orqali inson kapitalini rivojlantirish’. Available at: https://doi.org/10.5281/ZENODO.14850172.
6. Hanushek, E.A. and Woessmann, L. (2012) ‘Inson kapitaliga investitsiya va iqtisodiy o‘sish’, *Journal of Economic Growth*, 17(4), pp. 267–321. Available at: https://doi.org/10.1007/s10887-012-9081-x.
7. Umarkulov, K. and Abdunosirov, N. (2025) ‘O‘zbekistonda inson kapitali raqamli transformatsiya sharoitida: muammolar, imkoniyatlar va strategik yechimlar’. Available at: https://doi.org/10.5281/ZENODO.15798641.
8. Zoirov, G. (2025) ‘Mintaqaviy iqtisodiy siyosatni takomillashtirishda inson kapitali va ijtimoiy salohiyatning o‘rni’. Available at: https://doi.org/10.5281/Zenodo.17632568.
9. Kim, Y. (2024) ‘Inson kapitaliga investitsiyalar – O‘zbekiston iqtisodiy o‘sish dvigateli’, *Iqtisodiy taraqqiyot va tahlil*, 2(10), pp. 351–362. Available at: https://doi.org/10.60078/2992-877X-2024-vol2-iss10-pp351-362.

DIRECTIONS FOR UTILIZING MARKETING PRINCIPLES TO ENHANCE THE EFFICIENCY OF RETAIL SERVICES AND IMPROVE SERVICE CULTURE

Ibroximov Avazbek Muxtorjon O‘g‘li
Namangan State Technical University
https://doi.org/10.5281/zenodo.20696119

Abstract. *This article investigates the theoretical and practical aspects of applying marketing principles to enhance the efficiency of retail services and improve service culture. The study examines the economic essence of retail services, customer-oriented marketing approaches, service quality, and the factors influencing customer satisfaction. Furthermore, the research substantiates the priority directions for increasing service efficiency and ensuring competitiveness through the implementation of modern marketing principles in retail enterprises. The findings indicate that the effective application of marketing principles contributes significantly to service quality improvement, customer loyalty, and the sustainable development of retail businesses.*

Keywords: *retail services, marketing principles, service culture, service quality, customer satisfaction, marketing strategy, competitiveness, customer experience.*

Introduction

Under the conditions of a market economy, retail services constitute one of the most important sectors of the economy, playing a crucial role in satisfying the population’s demand for goods and services. The intensification of competition, changes in consumer demand, and evolving purchasing behavior require retail enterprises to continuously improve both the quality and efficiency of their services. In this context, the effective utilization of marketing principles has become a key factor in ensuring business competitiveness and meeting customer needs comprehensively [1].

Contemporary marketing concepts are primarily focused on understanding consumer needs in depth, improving service quality, establishing long-term customer relationships, and fostering a strong service culture. Therefore, the integration of marketing principles into retail operations serves not only to increase economic efficiency but also to enhance customer satisfaction and loyalty [2].

This article scientifically analyzes the economic essence of retail services, the impact of marketing principles on service efficiency and service culture, and the priority directions for their practical implementation within retail enterprises [3].

Literature Review

The enhancement of retail service efficiency and the development of service culture are among the significant research areas in marketing science. One of the founders of modern marketing theory, Philip Kotler, defines marketing as a managerial activity aimed at identifying and satisfying consumer needs and emphasizes that business success largely depends on the value created for customers [4].

Among Uzbek scholars, Sh.J. Ergashxodjayeva considers marketing activities as an essential instrument for enabling enterprises to adapt to market demands and improve competitiveness [5]. Similarly, B.Y. Soliyev substantiates the importance of marketing communications in establishing sustainable relationships with consumers and improving service quality [6].

The scientific works of A.A. Soliyev focus on the development of trade services, consumer markets, and service quality, recognizing customer-oriented approaches as a critical factor in the effective operation of retail enterprises [7]. Furthermore, recent studies highlight digital marketing technologies, Customer Relationship Management (CRM) systems, and e-commerce tools as modern directions for improving the efficiency of retail services [8].

The literature review demonstrates that although marketing principles, service quality, and various aspects of retail operations have been extensively studied, the comprehensive development of retail service efficiency and service culture based on marketing principles still requires further scientific investigation

Research Methodology

This study employs a range of scientific approaches to examine the theoretical and practical aspects of utilizing marketing principles to enhance the efficiency of retail services and improve service culture. During the research process, the economic essence of retail services, the influence of marketing principles on service quality, and their impact on customer satisfaction were analyzed based on relevant scientific literature and empirical evidence.

The methodological foundation of the research consists of economic analysis, comparative analysis, a systematic approach, statistical analysis, and scientific generalization. In particular, comparative analysis was used to assess the impact of marketing principles on the efficiency of retail services, while the systematic approach facilitated the examination of factors shaping service culture. Statistical analysis was applied to identify development trends and performance indicators within the retail sector.

The information base of the study includes academic literature in the fields of marketing and trade, scientific works of domestic and foreign scholars, as well as statistical data related to retail activities. Furthermore, the methods of induction and deduction, analysis and synthesis, and scientific reasoning were employed in the formulation of the research findings [4; 5].

Results and Discussion

Retail services represent one of the most significant sectors of the economy, playing a vital role in satisfying consumer demand, developing market infrastructure, and supporting economic activity. In an environment characterized by the development of market relations and increasing competition, the effectiveness of retail enterprises largely depends on the extent to which marketing principles are applied. The implementation of marketing principles enables businesses to gain a deeper understanding of consumer needs, improve service quality, establish long-term customer relationships, and enhance overall competitiveness.

The evaluation of retail service efficiency requires an analysis of sectoral development dynamics, retail turnover volume, and key indicators of the consumer market. For this purpose, the major indicators reflecting the development of retail services in the Republic of Uzbekistan were examined.

Table 1

Dynamics of Key Indicators of Retail Service Development in the Republic of Uzbekistan (2020–2024)

Year	Retail Turnover (billion UZS)	Growth Rate (%)	Number of Retail Enterprises	Retail Turnover per Capita (thousand UZS)
2020	199518,8	105	101081,0	4061,8
2021	252056,6	117	132192,0	5 281,0
2022	270687,2	110.8	157129,0	5 827,0
2023	330448,1	110.5	182917,0	6 816,3
2024	410068,1	111.7	158065,0	8 127,3

The analysis of the data presented in Table 1 reveals a stable upward trend in retail turnover during the period 2020–2024. Specifically, retail turnover increased from UZS 199.5 trillion in 2020 to UZS 410.1 trillion in 2024, representing more than a twofold increase. This growth reflects the expansion of the consumer market and the increasing demand for retail services.

Moreover, retail turnover per capita increased from UZS 4,061.8 thousand to UZS 8,127.3 thousand over the study period. This trend can be attributed to rising household incomes and growing consumer activity. The increase in the number of retail enterprises indicates a strengthening competitive environment within the retail sector. Under such conditions, the successful operation of enterprises requires the effective application of marketing principles and customer-oriented business strategies.

The findings demonstrate that marketing principles play a strategic role in enhancing retail service efficiency and improving service culture. In particular, customer-oriented approaches, the development of marketing communications, service quality management, and the adoption of digital marketing technologies are essential factors in securing long-term competitive advantages for retail enterprises.

Modern consumers not only seek high-quality products but also expect superior service experiences. Consequently, retail organizations must prioritize customer satisfaction through personalized services, effective communication channels, and innovative marketing solutions. The implementation of Customer Relationship Management (CRM) systems, loyalty programs, and digital platforms contributes significantly to strengthening customer engagement and improving organizational performance.

Furthermore, digital transformation has become an integral component of retail marketing strategies. The growing use of social media marketing, e-commerce platforms, mobile applications, and data analytics enables businesses to better understand consumer behavior and respond promptly to changing market demands. Therefore, the integration of digital marketing tools into retail operations is increasingly becoming a prerequisite for sustainable growth and competitiveness.

Conclusion

The results of the study indicate that the utilization of marketing principles in enhancing retail service efficiency and improving service culture possesses significant theoretical and practical importance. In the context of a market economy, continuously changing consumer

demands and expectations require retail enterprises to improve their marketing activities and consistently enhance service quality.

The findings reveal that a customer-oriented marketing approach plays a crucial role in improving service quality, increasing customer satisfaction, and fostering customer loyalty. Moreover, the effective use of marketing communications strengthens relationships between enterprises and consumers while contributing to the development of a positive service culture.

The analysis identifies several priority directions for improving retail service efficiency, including the continuous assessment of consumer needs, systematic monitoring of service quality, enhancement of marketing communications, development of long-term customer relationships, and broader implementation of digital marketing technologies.

Based on the findings, the following recommendations are proposed:

- Expand the implementation of customer-oriented marketing strategies in retail enterprises;
- Improve service quality assessment and monitoring systems;
- Increase the effectiveness of marketing communication activities;
- Broaden the application of modern customer relationship management methods;
- Enhance the use of digital marketing tools and e-commerce technologies;
- Strengthen corporate standards aimed at improving service culture.

Overall, the comprehensive integration of marketing principles into retail activities contributes to the sustainable development of the sector by improving service quality, increasing customer satisfaction, and strengthening the competitiveness of retail enterprises.

REFERENCES

1. Decree of the President of the Republic of Uzbekistan No. PF-6079 dated October 5, 2020, **"On Approval of the Digital Uzbekistan–2030 Strategy and Measures for Its Effective Implementation."**
2. Decree of the President of the Republic of Uzbekistan No. PF-60 dated January 28, 2022, **"On the Development Strategy of New Uzbekistan for 2022–2026."**
3. Yuldashev, N.K., & Zakhidov, G.E. (2018). *Management*. Tashkent: National Society of Philosophers of Uzbekistan.
4. Philip Kotler, & Keller, K.L. (2018). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
5. Sh.J. Ergashxodjayeva. (2019). *Marketing*. Tashkent: Iqtisodiyot Publishing House.
6. B.Y. Soliyev. (2020). *Marketing Communications*. Tashkent: Innovative Development Publishing House.
7. A.A. Soliyev. (2021). *Economics and Management of the Service Sector*. Tashkent: Iqtisodiyot Publishing House.
8. Dave Chaffey, & Fiona Ellis-Chadwick. (2019). *Digital Marketing: Strategy, Implementation and Practice*. Pearson Education.
9. Gary Armstrong, & Philip Kotler. (2020). *Principles of Marketing*. Pearson Education.
10. Michael H. Mescon, Albert, M., & Hedouri, F. (1997). *Fundamentals of Management*. Moscow: Delo Publishing.
11. National Statistics Committee of the Republic of Uzbekistan. Statistical data for 2020–2024.
12. Official statistical reports on trade and services, National Statistics Committee of the Republic of Uzbekistan.

MARKETING STRATEGIYASINING MARKETING FAOLIYATIDA TUTGAN O‘RNI

Ishchanova Salomat Ismailovna
Abu Rayhon Beruniy nomidagi Urganch davlat universiteti tayanch doktoranti
https://doi.org/10.5281/zenodo.20696435

Annotatsiya. *Ushbu maqolada marketing strategiyasining zaruriyati va uning marketing faoliyatida tutgan o‘rni yoritilgan. Shuningdek, marketing strategiyasining marketing faoliyatida tutgan o‘rnini tadqiq qilish yuzasidan xulosa va takliflar yoritilgan.*

Аннотация*. В данной статье рассматривается необходимость маркетинговой стратегии и ее роль в маркетинговой деятельности. Также приводятся выводы и предложения по дальнейшему исследованию роли маркетинговой стратегии в маркетинговой деятельности.*

Abstract*. This article discusses the necessity of marketing strategy and its role in marketing activities. It also discusses conclusions and suggestions for researching the role of marketing strategy in marketing activities.*

Kalit so‘zlar. *Marketing, strategiya, marketing strategiyasi, marketing faoliyati, biznes.*

Ключевые слова. *Маркетинг, стратегия, маркетинговая стратегия, маркетинговая деятельность, бизнес.*

Key words*. Marketing, strategy, marketing strategy, marketing activities, business.*

Kirish. Bozor iqtisodiyoti sharoitida korxonalar o‘rtasidagi raqobat kuchayib, mijozlar ehtiyojlari va talablari muntazam ravishda o‘zgarib turadi. Mazkur sharoitda korxonaning muvaffaqiyati ko‘p jihatdan uning marketing faoliyatini qanchalik samarali tashkil etishiga bog‘liq bo‘ladi. Chunki, marketing faoliyatining samaradorligini ta’minlovchi eng muhim omil sifatida marketing strategiyasi korxonaning uzoq muddatli maqsadlariga erishish uchun bozorni o‘rganish, maqsadli iste’molchilarni aniqlash, raqobatchilar faoliyatini tahlil qilish hamda mahsulot va xizmatlarni bozorga muvaffaqiyatli olib chiqish bo‘yicha aniq yo‘nalishlarni belgilaydi. Ushbu marketing strategiyasi korxona faoliyatining barcha marketing jarayonlarini yagona maqsad sari yo‘naltiradi. Bu esa mahsulotni sotishni, mijozlar bilan mustahkam munosabatlarni shakllantirishni, korxonaning bozor mavqeini mustahkamlashni va raqobat ustunligini yaratishni taqozo qiladi.

Adabiyotlar sharhi. Marketing strategiyasining marketing faoliyatida tutgan o‘rnini tadqiq qilish yuzasidan turli tadqiqotlar olib borilgan. Xususan, tadqiqotlarga asosan, moliyaviy firmaning marketing strategiyasi uning umumiy maqsadlariga mos kelishi kerak [1]. Shu bois, marketing strategiyasi korporativ yoki strategik rejaning ajralmas qismi bo‘lishi lozim. Yana bir tadqiqotlarga ko‘ra, bozor iqtisodiyoti sharoitida marketing tamoyillaridan foydalanmasdan va puxta o‘rganilgan marketing strategiyasini ishlab chiqmasdan biznesni tashkil etish va boshqarish mumkin emas [2]. Chunki, bozor iqtisodiyotida o‘z-o‘zini ta’minlash va moliyalashtirishga erishish iste’molchilar va raqobatchilarga e’tibor qaratishni va o‘zgaruvchan bozor sharoitlariga moslashuvchan moslashishni talab qiladi. Boshqa yana bir tadqiqotlarga ko‘ra, marketing strategiyasi tadbirkorlik tuzilmalarining biznes modelida raqobatbardoshlikning muhim omili

sifatida tadqiq etiladi [3]. Ya'ni, ushbu tuzilmada samarali strategiyani tanlash va uni amalga oshirishning dolzarb masalalari haqida so‘z yuritiladi. Boshqa xil tadqiqotlarga binoan, kichik biznes sub'ektlari faoliyatida marketing strategiyalarini samarali qo‘llashning ahamiyati va imkoniyatlari tahlil qilingan [4]. Unga asosan, marketing strategiyalari turlari, kichik biznes rivojlanishiga ta'siri va raqobatbardoshlikni ta'minlashdagi o‘rni yoritilgan. Yana boshqa bir manbalarga qaraganda marketing strategiyasi butun biznesning yo‘nalishini belgilashi kerak, chunki bozor va iste'molchilarni tushunish innovatsiya yo‘nalishini belgilaydi [5]. Shunga binoan, marketing tafakkurini qaror qabul qilishga integratsiya qilish barcha darajalarda mijozlarga yo‘naltirilganlikni ta'minlaydi.

Tahlil va natijalar. Marketing strategiyasi korxonaning ma'lum bir bozor segmentida raqobatbardoshligini ta'minlash va iste'molchilar ehtiyojlarini qondirishga qaratilgan uzoq muddatli rejasini aks ettiradi. Ushbu strategiya korxonaning marketing maqsadlarini, ularga erishish yo‘llarini va zarur resurslarni belgilaydi. Bu borada marketing strategiyasining asosiy vazifalari bozorni chuqur o‘rganish va tahlil qilish, maqsadli iste'molchilar segmentini aniqlash, korxonaning raqobat ustunliklarini belgilash, mahsulot va xizmatlarni joylashtirish, narx siyosatini ishlab chiqish, taqsimot va sotuv kanallarini tanlash hamda reklama va kommunikatsiya faoliyatini tashkil etish kabilardan iborat bo‘ladi.

Marketing strategiyasi korxonaga bozor sharoitlariga moslashish, iste'molchilarning o‘zgaruvchan talablariga tezkor javob berish va uzoq muddatli rivojlanishni ta'minlash imkonini beradi. Strategiyasiz marketing faoliyati tartibsiz va samarasiz bo‘lib qolishi mumkin. Bu bo‘yicha marketing strategiyasi marketing faoliyatining asosiy yo‘nalishini belgilaydi. Ushbu yo‘nalish korxona oldiga qo‘yilgan maqsadlarni amalga oshirish uchun barcha marketing vositalarini muvofiqlashtiradi. Strategiyaning mavjudligi esa marketing qarorlarini qabul qilish bo‘yicha quyidagi yo‘nalishlardagi aniqlik va izchillikni ta'minlaydi:

birinchidan, marketing strategiyasi bozor imkoniyatlarini aniqlashga imkon beradi. Ya'ni, korxona bozorni o‘rganish orqali qaysi mahsulot yoki xizmatlarga talab yuqori ekanligini aniqlab, o‘z faoliyatini shu yo‘nalishda rivojlantiradi.

ikkinchidan, strategiya maqsadli auditoriyani aniqlash imkonini beradi. Xususan, har bir iste'molchi guruhi o‘ziga xos ehtiyoj va xulq-atvorga ega bo‘lib, marketing strategiyasining aynan qaysi guruhga e'tibor qaratish lozimligi belgilaydi va marketing xarajatlari samaradorligini oshiradi.

uchinchidan, marketing strategiyasi korxonaning raqobatbardoshligini kuchaytiradi. Unga ko‘ra, bozordagi raqobatchilar faoliyati tahlil qilinib, korxona afzalliklari aniqlanadi va kompaniyada mahsulotlarini raqobatchilarnikidan ajratib ko‘rsatish imkoniyati shakllanadi.

to‘rtinchidan, strategiya marketing kompleksining samarali tashkil etilishiga xizmat qiladi. Bu bo‘yicha mahsulot, narx, taqsimot va rag‘batlantirish unsurlari strategik maqsadlarga mos ravishda shakllantiriladi.

Umuman olganda, marketing strategiyasi korxonaning qisqa muddatli va uzoq muddatli faoliyati o‘rtasida muvozanatni ta'minlaydi. Hamda bugungi natijalar bilan birga kelajakdagi rivojlanish istiqbollarini hisobga oladi. To‘g‘ri ishlab chiqilgan marketing strategiyasi korxonaning iqtisodiy samaradorligini oshiradi. Strategiya yordamida korxona resurslardan oqilona foydalanib, ortiqcha xarajatlarni kamaytiradi va foyda miqdorini ko‘paytiradi.

Shuningdek, marketing strategiyasi quyidagi yo‘nalishlarda korxona rivojlanishiga ijobiy ta’sir ko‘rsatadi:

- savdo hajmini oshirish. Bu borada maqsadli bozor segmentlari aniqlangach, korxona aynan shu auditoriyaga mos mahsulot va reklama siyosatini ishlab chiqadi. Natijada, mahsulotlarga bo‘lgan talab ortib, savdo hajmi oshadi.

- mijozlar sodiqligini shakllantirish. Bu bo‘yicha marketing strategiyasi yangi mijozlarni jalb qilishga va mavjud mijozlarni saqlab qolishga xizmat qiladi. Natijada, mijozlar ehtiyojlarini muntazam o‘rganish va qondirish orqali ularning korxonaga bo‘lgan ishonchi mustahkamlanadi.

- brend qiymatini oshirish. Bu borada Strategik marketing korxona imidjini shakllantirishda muhim rol o‘ynaydi. Shu orqali kuchli brend bozorda yuqori mavqega ega bo‘lib, iste’molchilar orasida tan olinadi.

- raqobat ustunligini yaratish. Unga ko‘ra, korxona o‘zining noyob afzalliklarini aniqlab, ularni marketing faoliyatida samarali qo‘llaydi. Bu esa raqobatchilar orasida ajralib turish imkoniyatini beradi.

- innovatsion rivojlanishni rag‘batlantirish. Bu esa bozor ehtiyojlarini tahlil qilish yangi mahsulot va xizmatlarni yaratishga turtki beradi. Natijada, korxona yangi innovatsion rivojlanish yo‘liga o‘tadi.

Shularga asosan, marketing strategiyasining marketing faoliyatida tutgan o‘rni quyidagicha tavsiflanadi (1-jadval).

1-jadval

Marketing strategiyasining marketing faoliyatida tutgan o‘rni

№	Marketing strategiyasining yo‘nalishlari	Marketing faoliyatidagi o‘rni	Natijasi
1	Bozorni tahlil qilish	Bozor talabi, iste’molchilar ehtiyoji va raqobatchilarni o‘rganishga imkon beradi	To‘g‘ri marketing qarorlari qabul qilinadi
2	Maqsadli bozorni aniqlash	Eng istiqbolli iste’molchilar segmentini tanlash imkonini beradi	Marketing xarajatlari samaradorligi oshadi
3	Mahsulot siyosatini shakllantirish	Mahsulot yoki xizmatning bozor talabiga mosligini ta’minlaydi	Sotuv hajmi yanada ortadi
4	Narx strategiyasini belgilash	Mahsulot uchun maqbul narxni tanlashga imkon beradi	Foyda va raqobatbardoshlik oshadi
5	Taqsimot kanallarini tanlash	Mahsulotni iste’molchiga qulay yetkazib berishni tashkil qiladi	Bozor qamrovi yanada kengayadi
6	Reklama va kommunikatsiya faoliyatini amalga oshirish	Korxona va mahsulot haqida iste’molchilarga ma’lumot yetkazadi	Brendning tan olinishi kuchayadi
7	Raqobat ustunligini yaratish	Korxonaning bozordagi afzalliklarini aniqlaydi va rivojlantiradi	Bozor ulushi darajasi ortadi

8	Mijozlar bilan munosabatlarni rivojlantirish	Mijozlarning ehtiyojlarini qondirish va sodiqligini oshirishga xizmat qiladi	Doimiy mijozlar soni ko‘payadi
9	Resurslardan samarali foydalanish	Marketing budjeti va imkoniyatlarini to‘g‘ri taqsimlaydi	Xarajatlar miqdori kamayadi
10	Uzoq muddatli rivojlanishni ta’minlash	Korxonaning kelajakdagi maqsadlariga erishish yo‘nalishini belgilaydi	Barqaror rivojlanish yo‘llari ta’minlanadi

Ushbu 1-jadvalga asosan, marketing strategiyasi korxonaning marketing faoliyatini samarali tashkil etish va boshqarishda muhim ahamiyatga ega. Yuqoridagi jadvaldan ko‘rinib turibdiki, marketing strategiyasi bozorni tahlil qilishdan boshlab, mahsulotni yaratish, narx belgilash, reklama faoliyatini olib borish va mijozlar bilan uzoq muddatli munosabatlarni rivojlantirishgacha bo‘lgan barcha jarayonlarni qamrab oladi.

Strategiya korxonaga bozor imkoniyatlarini aniqlash, iste’molchilar ehtiyojlarini chuqur o‘rganish va raqobatchilar orasida o‘z o‘rnini topishga imkon beradi. Bu borada marketing faoliyatining barcha unsurlarini yagona maqsad sari yo‘naltirib, resurslardan oqilona foydalanishni ta’minlaydi. Natijada, korxona savdo hajmini oshiradi, foydadorlikka erishadi va bozordagi mavqeini mustahkamlaydi. Shunday qilib, marketing strategiyasi marketing faoliyatining markaziy unsuri sifatida korxonaning qisqa muddatli natijalari bilan birga uzoq muddatli muvaffaqiyatini ham ta’minlaydigan muhim boshqaruv vositasi bo‘lib hisoblanadi.

Xulosa. Marketing strategiyasi marketing faoliyatining asosiy tayanchi bo‘lib hisoblanadi. Ushbu strategiya korxonaning bozor sharoitlarida muvaffaqiyatli faoliyat yuritishini, iste’molchilar ehtiyojlarini qondirishini va raqobat ustunligiga erishishini ta’minlaydi. Shu bois, marketing strategiyasi marketing resurslaridan samarali foydalanish, savdo hajmini oshirish, mijozlar sodiqligini shakllantirish va korxonaning uzoq muddatli rivojlanishini ta’minlashda qo‘llaniladi. Chunki, zamonaviy biznes muhitida marketing strategiyasiga ega bo‘lmagan korxonaning muvaffaqiyat qozona olmaydi. Shu sababli, har bir korxona o‘z faoliyatida puxta o‘ylangan va ilmiy asoslangan marketing strategiyasini ishlab chiqishi hamda uni amaliyotga samarali tatbiq etishi zarur. Marketing strategiyasi korxonaning bugungi va kelajakdagi muvaffaqiyatini belgilovchi eng muhim boshqaruv vositalaridan biridir.

Foydalanilgan adabiyotlar ro‘yxati

1. Meidan A. Marketing Financial Services. - London: Macmillan Press Ltd., 1996. - p. 295.
2. Арокина В.И. Роль маркетинговых стратегий в деятельности предприятий. // Journal of Economy and Business, Vol.12-1 (82), 2021. - с. 35.
3. Mamadalieva M. Biznes modelida marketing strategiyasining ahamiyati. // Педагогика и психология в современном мире: теоретические и практические исследования, 2024, 3 (13), Special issue. - с. 167-171. https://doi.org/10.71337/ inlibrary.uz.zdpp.57575
4. Xujaev S.S. Kichik biznes subyektlari faoliyatida marketing strategiyalarini samarali qo‘llash. // “Raqamli iqtisodiyot” ilmiy-elektron jurnali, 10-son, 2025. - 649 b.
5. https://digital.econ.msu.ru/blog/chto-takoe-marketing-opredelenie-funkcii-vidy-i-strategii-razvitiya-biznesa/

MAHSULOT INNOVATSIYASINI TADQIQ QILISHNING NAZARIY YONDASHUVLARI VA O‘ZIGA XOS XUSUSIYATLARI

Yo‘ldosheva So‘najon Zokir qizi
Abu Rayhon Beruniy nomidagi Urganch davlat universiteti tayanch doktoranti
https://doi.org/10.5281/zenodo.20748071

Annotatsiya. *Ushbu maqolada mahsulot innovatsiyasini tadqiq qilish zaruriyati, mavjud nazariy yondashuvlari va o‘ziga xos xususiyatlari yoritilgan. Shuningdek, mahsulot innovatsiyasini tadqiq qilishning nazariy yondashuvlari va xususiyatlarini yoritishga qaratilgan xulosalar yoritilgan.*

Аннотация. *В данной статье рассматривается необходимость исследований в области продуктовых инноваций, существующие теоретические подходы и их специфические особенности. Также приводятся выводы, направленные на освещение теоретических подходов и особенностей исследований в области продуктовых инноваций.*

Abstract. *This article discusses the need for research on product innovation, its existing theoretical approaches and specific features. It also discusses conclusions aimed at highlighting the theoretical approaches and features of product innovation research.*

Kalit so‘zlar. *Mahsulot, innovatsiya, mahsulot innovatsiyasi, yondashuv, kompaniya.*

Ключевые слова. *Продукт, инновации, продуктовые инновации, подход, компания.*

Key words. *Product, innovation, product innovation, approach, company.*

Kirish. Mahsulot innovatsiyasi iqtisodiy rivojlanish, korxonalar raqobatbardoshligi va bozor ehtiyojlarini qondirishning muhim omili bo‘lib hisoblanadi. Ushbu innovatsiya yangi mahsulot yaratish yoki mavjud mahsulotning sifat, funksiya, dizayn va texnik xususiyatlarini takomillashtirish jarayonini anglatadi. Zamonaviy iqtisodiyotda esa mahsulot innovatsiyalari korxonalar barqaror o‘sishi va bozorda muvaffaqiyat qozonishi uchun muhim vosita sifatida qaraladi. Mahsulot innovatsiyasining o‘ziga xos xususiyatlari esa uning yangilik darajasi, iste’molchi uchun qiymat yaratishi, yuqori tavakkalchilikka egaligi va investitsiya talab qilishi bilan tavsiflanadi. Bu boradagi mahsulotlar bozorda raqobat ustunligini ta’minlaydi, korxona daromadini oshiradi va brend qiymatini mustahkamlaydi. Biroq, ularni ishlab chiqish va joriy etish jarayonida texnik, moliyaviy va bozor xavflari mavjud bo‘ladi. Shu bois, mahsulotlarni ishlab chiqish va yangilash bo‘yicha doimiy sa’y-harakatlar shiddatli raqobat va doimiy o‘zgarib borayotgan bozor sharoitida kompaniya raqobatbardoshligini saqlab qolishning muhim unsuri bo‘lib hisoblanadi.

Adabiyotlar sharhi. Avvalo, innovatsion mahsulot bo‘lishi uchun innovatsiyalar yaratilgan bo‘lishi kerak. Unga ko‘ra, tadqiqotlarda innovatsion faoliyat tushunchasiga “yangiliklarni joriy etish, ishlab chiqarish yangi texnologiyalari negizida raqobatbardosh mahsulot (tovar) turlarini yaratish va tijoratlashtirishga qaratilgan jarayonlar majmuasidan iborat, deb ta’rif berilgan. Ushbu holatda mahsulot innovatsiyasi mavjud muammolarni hal qilish, mijozlar ehtiyojlarini qondirish yoki yangi bozorlarni ochish uchun yangi mahsulotlarni yaratish yoki

mavjudlarini sezilarli darajada yaxshilash jarayonini aks ettiradi. Ushbu innovatsiya yangi narsalarni yaratishni emas, ya'ni iste'molchilar yoki biznes uchun mumkin bo'lgan narsalarni qayta belgilaydigan yo'llar bilan mazmunli qiymat berishni anglatadi. Shularga asosan, agar mahsulot innovatsiyasiga keng ta'rif bersak, o'zgaruvchan bozor ehtiyojlariga moslashish uchun mahsulotlarni o'zgartirish yoki ishlab chiqishni o'z ichiga olgan strategik jarayonni anglatadi [1].

Tadqiqotlarda mahsulot innovatsiyasi kompaniyaning ichki va tashqi muhitdagi o'zgarishlarga javobi yoki kompaniyaning o'z muhitiga ta'sir qilishining oldini olish chorasi sifatida qaraladi. Bu bo'yicha mahsulot innovatsiyasi tashkilotning o'zgarish va moslashish qobiliyatini anglatadi [2]. Ushbu mahsulot innovatsiyalarining ahamiyati nuqtai nazaridan Sullivan va Dooley har qanday biznes tashkiloti uchun eng mos innovatsiya turi mahsulot innovatsiyasini ekanligini ta'kidlaydilar. Chunki, mahsulot innovatsiyasi tashkilotga uning biznes jarayonlariga bevosita ta'sir qiladigan va mijozlarga qiymat qo'shadigan yangi narsani kiritishni anglatadi. Ya'ni, ushbu mualliflar fikriga ko'ra, mahsulot innovatsiyasi tashkilotlar va sohalarning bilimi rivojlanishiga hissa qo'shadi [3].

Devid Reyni esa mahsulot innovatsiyalari tashkilotlar uchun qiymatini o'rgangan. Ya'ni, Reyni mahsulot innovatsiyalari zamonaviy korporatsiyaning o'sishi va gullab-yashnashi uchun muhimligini aytadi. Aniqroq qilib aytganda, bozorlarning sekin o'sishi, ichki va tashqi raqobatning kuchayishi va mahsulotlarning yetukligi sharoitida kompaniyalar tobora ko'proq savdo va foyda maqsadlariga erishish yo'li sifatida yangi mahsulotlarga murojaat qilmoqdalar, deb ta'kidlaydi [4]. Yana boshqa xil tadqiqotlar yoritishicha, "hissa qo'shish", "yechimlar" va "barqaror natijalar" kabi atamalar mahsulot innovatsiyasining eng muhim jihatini ta'kidlaydi. Xususan, bu uning bozor va tashkilotga keltiradigan qiymatidir. Bu borada mahsulot innovatsiyasining asosiy maqsadlari qiymat yaratish va kompaniyaning qiymat taklifini maksimal darajada oshirishga qaratiladi [5].

Boshqa yo'nalishdagi tadqiqotlarga binoan, mahsulot innovatsiyasi yangi mahsulotni (tovarni yoki xizmatni) joriy etish yoki mavjud mahsulotni sezilarli darajada joriy etish orqali takomillashtirishni anglatadi. Bu holatda mahsulot atamasi bozorga mijozlar ehtiyojlarini qondirish uchun taklif qilinish mumkin bo'lgan har qanday narsa sifatida belgilanib, jismoniy ob'ekt, ilova yoki veb-sayt kabi raqamli mahsulot ko'rinishida mavjud bo'ladi [6]. Undan tashqari, tadqiqotlarga ko'ra, mahsulot innovatsiyasi tovar yoki xizmatni takomillashgan shakli sifatida qaraladi. Xususan, mahsulot innovatsiyasi firmaning avvalgi tovarlari yoki xizmatlaridan sezilarli darajada farq qiladigan va bozorga chiqarilgan yangi yoki takomillashtirilgan tovar yoki xizmat bo'lib namoyon bo'ladi [7].

Ulardan tashqari, mahsulot innovatsiyasi biznesning gullab-yashnashi uchun muhim ahamiyatga ega. Bu boradagi izlanishlarga asosan, sanoat tarmoqlari va kompaniyalar o'zgaruvchan davrga rivojlanayotgan texnologiyalar, yangi raqobat hamda tubdan o'zgarayotgan bozorlarga bardosh berish uchun qayta tarkiblanadi va o'z strategiyalarini qayta ko'rib chiqadilar. Oxir-oqibatda, innovatsion mahsulot yaratish borasidagi sa'y-harakatlari samaradorligi va vaqt unumdorligini oshirishga qodir bo'lgan rahbariyat g'oliblar bo'ladi [8].

Tahlil va natijalar. Mahsulot innovatsiyasi jarayoni yangi mahsulotlar yaratishda ijodiy jihatlarga e'tibor beradi hamda sifatni yaxshilash, xususiyatlarni yaxshilash va mijozlarning o'zgaruvchan afzalliklariga moslashishni hisobga oladi. Bu borada barqaror rivojlanishga e'tibor qaratgan holda kompaniyalar mavjud mahsulotlarni optimallashtirish, samaradorlikni rag'batlantirish, raqobatbardoshlikni oshirish va mijozlar bazasini kengaytirishi mumkin. Ushbu

mahsulot innovatsiyasi mahsulotning o‘z qiymatini oshirish orqali kompaniyaning bozordagi mavqeiga ta’sir qilishi mumkin. Mahsulot innovatsiyalarini joriy etishda davom etish orqali kompaniyalar o‘z brend imidjini mustahkamlashlari, bozorga chiqish imkoniyatlarini kengaytirishlari va murakkablashib borayotgan iste’molchilar ehtiyojlarini qondirishlari mumkin.

Bozor tendensiyalarini diqqat bilan kuzatib borish va mijozlar o‘zgaruvchan xohishlariga moslashish orqali kompaniyalar iste’molchilar talablariga javob beradigan va qoniqishni oshiradigan mahsulotlarni ishlab chiqarishi mumkin. Shu orqali mijozlar sodiqligini kuchaytirib, uzoq muddatli biznes o‘sishini qo‘llab-quvvatlaydi. Bu borada mahsulot innovatsiyasi mahsulotning butun hayoti davomida hal qiluvchi rol o‘ynaydi. Aynan, kashfiyot bosqichida eng yangi innovatsiyalar shakllanadi. Ular qondirilmagan ehtiyoj va imkoniyatlarni ochish uchun g‘oyalar va taxminlarni o‘rganadilar. Ushbu bosqich xavfli bo‘lsa-da, turli yutuqlarga olib keladigan fikrlash va tajribalar o‘tkazish imkonini beradi. Masalan, Post-it Notesni olsak [9], 70-yillarda 3M kompaniyasi olimi Spenser Silver kuchli yopishtiruvchi mahsulot ishlab chiqarishga harakat qildi. Ammo, buning o‘rniga yengil yopishtiriladigan va shikastlanmasdan olib tashlanishi mumkin bo‘lgan yopishqoq mahsulot yaratdi. Dastlab muvaffaqiyatsiz, deb topilgan jamoa o‘z maqsadini qayta ko‘rib chiqdi. Bu esa barcha davrlarning eng mashhur ofis jihozlarni yaratishga sabab bo‘ldi. Ushbu muvaffaqiyat qiziquvchanlik, qat’iyatlilik va mahsulot innovatsiyasi belgilaridan kelib chiqqan. Mazkur jarayon inqilobiy mahsulotlar bilan cheklanmaydi, ya’ni u loyihani takomillashtirish yoki foydalanish qulayligini oshirish kabi aqlli usullarni o‘z ichiga oladi.

Ayniqsa, muvaffaqiyatli mahsulot innovatsiyasi ijodkorlik, bozor tadqiqotlari, mijozlar tushunchasi, texnologik tajriba va samarali loyihalarni boshqarishni talab qiladi. Unga asosan, asl mahsulotning o‘zgarishlari yoki kengaytmalarini kiritish orqali mavjud mahsulot qatorini kengaytirishni o‘z ichiga oladi. Ushbu innovatsiya tarkibi ta’mlar, o‘lchamlar, ranglar yoki mijozlar segmentlariga yoki bozor muammolariga mos keladigan yo‘nalishlarni o‘z ichiga oladi. Hamda, yangi mahsulotni ishlab chiqish qondirilmagan ehtiyojlarni qondiradigan yoki noyob imtiyozlarni taklif qiladigan yangi mahsulotlarni yaratishni o‘z ichiga oladi. Ya’ni, bu mijozlar afzalliklarini o‘rganish, bozor tahlilini o‘tkazish va innovatsion mahsulotlarni loyihalashtirish va ishlab chiqarish uchun texnologik innovatsiyalardan foydalanishni o‘z ichiga oladi.

Mahsulotni takomillashtirish ushbu turdagi innovatsiyalar yangi xususiyatlarni joriy etish, ish faoliyatini yaxshilash, samaradorlikni oshirish yoki mijozlar fikr-mulohazalarini hisobga olish orqali mavjud mahsulotlarni yaxshilashga qaratiladi. U raqobatbardoshlikni saqlab qolish va mijozlar o‘zgaruvchan talablarini qondirish uchun mahsulotga qo‘shimcha innovatsiyalarni kiritishga qaratilgan.

Shular bilan birgalikda, mahsulot innovatsiyasini tadqiq qilishda bir nechta nazariy quyidagi yondashuvlar mavjud bo‘ladi:

Birinchi yondashuv “texnologik” yondashuv bo‘lib, unga ko‘ra innovatsiyalarning asosiy manbai ilmiy-tadqiqot ishlari va texnologiyalar taraqqiyoti bo‘lib hisoblanadi. Mazkur yondashuvda yangi bilimlar va texnologik kashfiyotlar mahsulot innovatsiyasining asosiy harakatlantiruvchi kuchi sifatida baholanadi.

Ikkinchi yondashuv “bozorga yo‘naltirilgan” yondashuv bo‘lib, unda innovatsiyalarning yuzaga kelishi iste’molchilar ehtiyojlari va bozor talablari bilan izohlanadi. Korxonalar mijozlar xohish-istaklari va muammolarini o‘rganib, shu asosda yangi mahsulotlar ishlab chiqadilar. Bu yondashuv mahsulotning bozorda muvaffaqiyat qozonishiga alohida ahamiyat beradi.

Uchinchi yondashuv “integratsiyalashgan” yoki “aralash” yondashuv bo‘lib, u texnologik imkoniyatlar va bozor talablarini birlashtiradi. Bunda innovatsiya jarayoni korxona, iste’molchilar, ilmiy muassasalar va boshqa ishtirokchilar o‘rtasidagi hamkorlik natijasi sifatida qaraladi.

To‘rtinchi yondashuv zamonaviy tadqiqotlarda “tizimli” va “ochiq innovatsiyalar” yondashuvlari bo‘lib, ularda innovatsiyalarni tashqi hamkorlar, ta’lim muassasalari va tadqiqot markazlari bilan hamkorlikda rivojlantirish imkoniyatlari o‘rganiladi.

Fikrimizcha, mahsulot innovatsiyasi ijodkorlik, topqirlik, strategiya va amalga oshirishning uyg‘unligini aks ettiradi. Bu holat mavjud vaziyatga qarshi chiqish, kutilmagan yechimlarni qabul qilish va kichik yutuqlarni aniq natijalarga aylantirishni ko‘rsatadi.

Mahsulot innovatsiyasiga asosan, kompaniyalar raqobatbardosh ustunliklari va iqtisodiy foyda oladilar. Bu holatda mahsulot innovatsiyasi kompaniya va sanoat uchun quyidagi afzalliklarga ega bo‘ladi:

- mahsulot innovatsiyalarining kompaniya ishlab chiqarishiga qo‘shgan hissasini yangi mahsulotlar yoki xizmatlar tomonidan qo‘shilgan savdo va foyda, bozor ulushi o‘zgarishi bilan o‘lchash hamda kompaniyalar bilim zaxirasini oshiradi;

- mahsulot innovatsiyasi ishlab chiqarish xarajatlarini va ishlab chiqarish jarayoni vaqtini kamaytirishga imkon beradi hamda investitsiya daromadlari va ishlab chiqarish samaradorligini oshirishga olib keladi;

- mahsulot innovatsiyasi iqtisodiy o‘sish va unumdorlikning muhim omili sifatida qaraladi. Shu munosabat bilan kompaniyaning innovatsion mahsuloti boshqa kompaniyaning innovatsion mahsuloti qismiga aylanadi.

Xulosa. Mahsulot innovatsiyasi korxonalar faoliyatining strategik yo‘nalishi hisoblanib, uni tadqiq qilishda texnologik, bozorga yo‘naltirilgan va integratsiyalashgan yondashuvlar muhim ahamiyat kasb etadi. Mahsulot innovatsiyalarining samarali joriy etilishi iqtisodiy o‘sishni ta’minlash, iste’molchilar ehtiyojlarini qondirish va korxonalarning uzoq muddatli raqobatbardoshligini oshirish uchun zarur bo‘ladi. Shunday ekan, mahsulot innovatsiyasi iqtisodiy rivojlanish va korxonalar raqobatbardoshligi sharti bo‘lib hisoblanadi. Bu esa yangi g‘oyalarni amaliyotga tatbiq etish, iste’molchilar ehtiyojlarini yaxshiroq qondirish va bozorda barqaror ustunlikka erishish imkonini beradi. Shu bois, mahsulot innovatsiyalarini rivojlantirish har qanday korxona va iqtisodiyot uchun strategik ahamiyat kasb etadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Ahmedov, A. (2024). Marketing innovatsiyasi-iqtisodiy rivojlanish sifat omilidir. // Medicine, Pedagogy and Technology: Theory and Practice, 2(7), 156-163. Retrieved from https://inlibrary.uz/index.php/mpttp/article/view/36344
2. Damanpour F. Organizational Innovation: A Meta-Analysis of Effects of Determinants and Moderators. // The Academy of Management Journal, Vol. 34, No. 3 (Sep., 1991). - pp. 555-590. https://doi.org/10.2307/256406
3. David O‘Sullivan, Lawrence Dooley: Applying Innovation (2009). https://doi.org/10.4135/9781452274898

4. Key aspects of product innovations: Theoretical knowledge and research study. // International journal of professional business review, Miami, v.8, n.6. - p.3 (2023). https://doi.org/10.26668/businessreview/2023.v8i6.2361
5. Sinan Küfeoglu. Emerging Technologies: Value Creation for Sustainable Development. https://doi.org/10.1007/978-3-031-07127-0
6. George Krasadakis (2020). Innovation Mode 2.0. Designing Innovative Companies in the Era of Artificial Intelligence Second Edition. - p. 3. ISBN 978-3-032-00835-0 (eBook) https://doi.org/10.1007/978-3-032-00835-0
7. OECD/Eurostat (2018), Oslo Manual 2018: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation, 4th Edition, The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities, OECD Publishing, Paris/Eurostat, Luxembourg.(Page 70) https://doi.org/10.1787/9789264304604-en
8. Robert G. Cooper: New Products:The Factors that Drive Success. // International Marketing Review, Vol.11 No.1, 1994. - pp. 60-76. DOI:10.1108/02651339410057527
9. https://ideawake.com/post-it-notes-employee-idea-that-was-originally-mistake

TIJORAT BANKLARINING QIMMATLI QOG‘OZLAR BOZORIDAGI FAOLIYATI VA O‘ZIGA XOS XUSUSIYATLARI

Abdullayev Suxrobiddin Ismoilovich
Toshkent xalqaro moliyaviy boshqaruv va texnologiyalar universiteti “Moliya, bank ishi va buxgalteriya hisobi” kafedrasi katta o‘qituvchisi. TDIU mustaqil izlanuvchisi
https://doi.org/10.5281/zenodo.20748097

Annotatsiya. *Mazkur maqolada tijorat banklarining qimmatli qog‘ozlar bozoridagi ko‘p qirrali faoliyati, jumladan, emitent, investor va vositachi sifatidagi rollari ko‘rib chiqiladi. Shuningdek, banklarning investitsion portfelini shakllantirish strategiyalari va ushbu jarayondagi risklarni boshqarish masalalari tahlil etilgan. O‘zbekiston moliya bozoridagi bugungi islohotlar fonida banklarning qimmatli qog‘ozlar bilan ishlash samaradorligini oshirish bo‘yicha takliflar ilgari surilgan.*

Kalit so‘zlar: *tijorat banki, qimmatli qog‘ozlar bozori, aksiyalar, davlat obligatsiyalari, investitsion portfel, emissiya, brokerlik.*

Bugungi kunda jadal rivojlanishda O‘zbekiston Respublikasi iqtisodiyotini modernizatsiya qilish va bozor mexanizmlarini keng joriy etish sharoitida moliya tizimining eng muhim bo‘g‘inlaridan biri bo‘lgan tijorat banklarining faoliyati tubdan o‘zgarib bormoqda. Tijorat banklari moliyaviy tizimning asosiy elementlaridan biri bo‘lib, ular iqtisodiyotning barqarorligi va rivojlanishida muhim ahamiyat kasb etadi. Banklar nafaqat kreditlar berish va depozitlar qabul qilish bilan emas, balki qimmatli qog‘ozlar bozorida ham faol ishtirok etadi. Qimmatli qog‘ozlar bozori – bu moliyaviy resurslarning samarali taqsimlanishi, kapitalning yig‘ilishi va investitsiya imkoniyatlarining kengayishi uchun asosiy maydon hisoblanadi. Tijorat banklarining qimmatli qog‘ozlar bozoridagi faoliyati juda keng qamrovli va ko‘p qirrali bo‘lib, ularni emissiya qilish, investitsiya kiritish va vositachilik qilish kabi jarayonlarni o‘z ichiga oladi[27]. Bu jarayonlar banklarning likvidligi, daromadlarini oshirish, va risklarni boshqarish uchun muhim vosita hisoblanadi.

Tijorat banklari bugungi kunda qimmatli qog‘ozlar bozoridagi faoliyati banklarning investitsion faoliyatini asosiy yo‘nalishlaridan biri bo‘lib, ular moliyaviy barqarorlikni ta’minlash hamda mijozlarga kengroq moliyaviy xizmatlarni amalga oshirish uchun xizmat qiladi. Ushbu faoliyatni amalga oshirishda tijorat banklari davlat obligatsiyalari, korporativ obligatsiyalar, aksiyalar hamda boshqa moliyaviy vositalardan foydalanadi. Tijorat banklarining qimmatli qog‘ozlar bozoridagi faoliyati ko‘p qirrali va murakkab tizim bo‘lib, u bir necha asosiy yo‘nalishlarni o‘z ichiga oladi: emissiya, investitsiya, va vositachilik operatsiyalari. Ushbu yo‘nalishlarning har biri banklar uchun muhim strategik ahamiyatga ega bo‘lib, ularning umumiy moliyaviy barqarorligi va rentabelligini oshirishga xizmat qiladi.

Tijorat banklarining qimmatli qog‘ozlar bozoridagi emissiya operatsiyalari moliyaviy vositalarni chiqarish va ularni sotuvga qo‘yish jarayonini o‘z ichiga oladi. Bu operatsiyalar

[27] O‘zbekiston Respublikasining “Banklar va bank faoliyati to‘g‘risida”gi O‘RQ-580-sonli Qonuni. (Yangi tahriri) 2019-yil 5-noyabr

banklarga kapitalni jalb qilish va ularni iqtisodiyotning turli sektorlariga yo‘naltirish imkonini beradi. Emissiya operatsiyalari banklar uchun nafaqat yangi moliyaviy resurslarni jalb qilish, balki ularning likvidligi va kapital yetarliligini ta’minlash uchun ham muhim ahamiyat kasb etadi.

Tijorat banklarining o‘z mablag‘larini shakllantirish, ya’ni emission operatsiyalari natijasida shakllantirilgan kapitali tarkibi ko‘riladigan bo‘lsa, qimmatli qog‘oz (aksiya)larning nominal bahosi va bozor bahosi o‘rtasidagi farqning qanchalik muhim ahamiyatga ega ekanligining guvohi bo‘lamiz. Quyidagi jadvalda ATB “Mikrokreditbank” va AQSHning Amerika bankini o‘z mablag‘lari tarkibi keltirilgan.

1.1-javdal

ATB “Mikrokreditbank” va AQSHning Amerika banki o‘z mablag‘lari tarkibi[28]

Kapital manbalari	“Mikrokreditbank” ATB	Amerika banki
Ustav kapitali	78,0	8,7
Qo‘shimcha kapital	0,3	58,6
Zaxira kapitali	10,0	-
Taqsimlanmagan foyda	14,7	25,4
Ozchilikning ulushi	-	2,4
Qayta baholash zaxirasi	-	8,2
Jami kapital	**100**	**100**

Jadvaldagi ma’lumotlarni tahlil qiladigan bo‘lsak, banklar tomonidan emissiya qilingan qimmatli qog‘ozlarning nominal qiymati va bozor qiymati o‘rtasidagi tafovutning naqadar muhimligini ko‘rishimiz mumkin. ATB "Mikrokreditbank"ning kapitali asosan ustav kapitali (78,0 foizi) – ya’ni, emissiya qilingan aksiyalarning nominal qiymati hisobiga shakllangan.

Bunga qarama-qarshi ravishda, Amerika bankining ustav kapitali aksiyalarning nominal qiymati hisobiga shakllangan ulushi atigi 8,7 foizni tashkil etadi, aksincha, o‘z mablag‘lari tarkibidagi qo‘shimcha kapital ulushi emissiya qilingan aksiyalarning bozor qiymatining yuqoriligi sababli 58,6 foizga teng bo‘lgan. Shuningdek, bankning taqsimlanmagan foydasi o‘z mablag‘lari tarkibidagi ulushi 24,3 foizni tashkil etgan bo‘lsa, ushbu ko‘rsatkich ATB "Mikrokreditbank"da 14,7 foizni tashkil etgan.

Yuqoridagi jadval ma’lumotlariga tayangan holda, O‘zbekiston va AQSH tijorat banklarining qimmatli qog‘ozlar bozoridagi faoliyatiga baho berishimiz hamda ushbu bozorning banklar faoliyatidagi nazariy ahamiyatini tahlil qilishimiz mumkin.

Birinchidan, banklarning o‘z mablag‘lari tarkibidagi manbalar ulushini tahlil qilish orqali qaysi mamlakatda tijorat banklarining qimmatli qog‘ozlar bozoridagi faoliyati samaraliroq tashkil etilganligini aniqlash mumkin. Bu nuqtayi nazardan qaraganda, AQSH banklarining qimmatli qog‘ozlar bozoridagi faoliyati yuqori rivojlangan bo‘lib, ularning kapitalining asosiy qismi qo‘shimcha kapital hisobiga shakllantirilgan.

Ikkinchidan, tijorat banklarining aksiyadorlarga dividend to‘lashda AQSHning Bank of Amerika bankining bir qator afzalliklar mavjud. Bu bankda dividendlar aksiyalarning nominal qiymati asosida to‘lanadi, bu esa kapitalning yetarliligini qo‘shimcha kapital hisobiga ta’minlash

[28] ATB “Mikrokredit bank” va AQSH Amerika banklarining moliyaviy hisobotlari asosida muallif tomonidan tuzildi

bilan birga, dividendlarga ajratiladigan foydaning katta qismini bank ixtiyorida saqlab qolishga imkon beradi.

Uchinchidan, tijorat banklarining moliyaviy hamkorlari, investorlari va aksiyadorlari tomonidan qarorlar qabul qilishda bankning o‘z mablag‘lari tarkibida qo‘shimcha kapital ulushining yuqoriligi ijobiy ta’sir ko‘rsatishi tabiiydir. Chunki bu, bank aksiyalarining moliya bozorida jozibadorligini oshiradi va bankning moliyaviy jihatdan barqaror ekanligidan darak beradi.

To‘rtinchidan, bank kapitalini oshirish bilan bog‘liq vaziyatlarda, emissiya qilingan aksiyalarning nominal qiymatining bir necha bor yuqori bo‘lishi, masalan, kapitalni 10 million dollarga oshirish uchun nominal qiymati 1 million dollar bo‘lgan aksiyalarni emissiya qilishning yetarli bo‘lishini ta’minlaydi.

Tahlillar va shuni ko‘rsatadiki, iqtisodchi olimlar va mutaxassislar nazariy va ilmiy nuqtayi nazardan tijorat banklarining qimmatli qog‘ozlar bozoriga bevosita ta’riflar ishlab chiqmaganlar. Shunga qaramay, banklarning qimmatli qog‘ozlar bozoridagi faoliyati keng miqyosda o‘rganilgan va bir qator muhim xulosalar chiqarilgan.

Tijorat banklari moliyaviy tizimning asosiy elementlaridan biri bo‘lib, ular iqtisodiyotning barqarorligi va rivojlanishida muhim rol o‘ynaydi. Banklar nafaqat kreditlar berish va depozitlar qabul qilish, balki qimmatli qog‘ozlar bozorida ham faol ishtirok etadi. Qimmatli qog‘ozlar bozori – bu moliyaviy resurslarning samarali taqsimlanishi, kapitalning yig‘ilishi va investitsiya imkoniyatlarining kengayishi uchun asosiy maydon hisoblanadi.

Tijorat banklarining qimmatli qog‘ozlar bozoridagi faoliyati juda keng qamrovli va ko‘p qirrali bo‘lib, ularni emissiya qilish, investitsiya kiritish va vositachilik qilish kabi jarayonlarni o‘z ichiga oladi. Bu jarayonlar banklarning likvidligi, daromadlarini oshirish, va risklarni boshqarish uchun muhim vosita hisoblanadi.

Shuningdek, qimmatli qog‘ozlar bozoridagi faoliyat banklarning investitsion faoliyatining asosiy yo‘nalishlaridan biri bo‘lib, ular moliyaviy barqarorlikni ta’minlash va mijozlarga kengroq moliyaviy xizmatlar ko‘rsatishga xizmat qiladi. Ushbu faoliyatni amalga oshirishda tijorat banklari davlat obligatsiyalari, korporativ obligatsiyalar, aksiyalar hamda boshqa moliyaviy vositalardan foydalanadi.

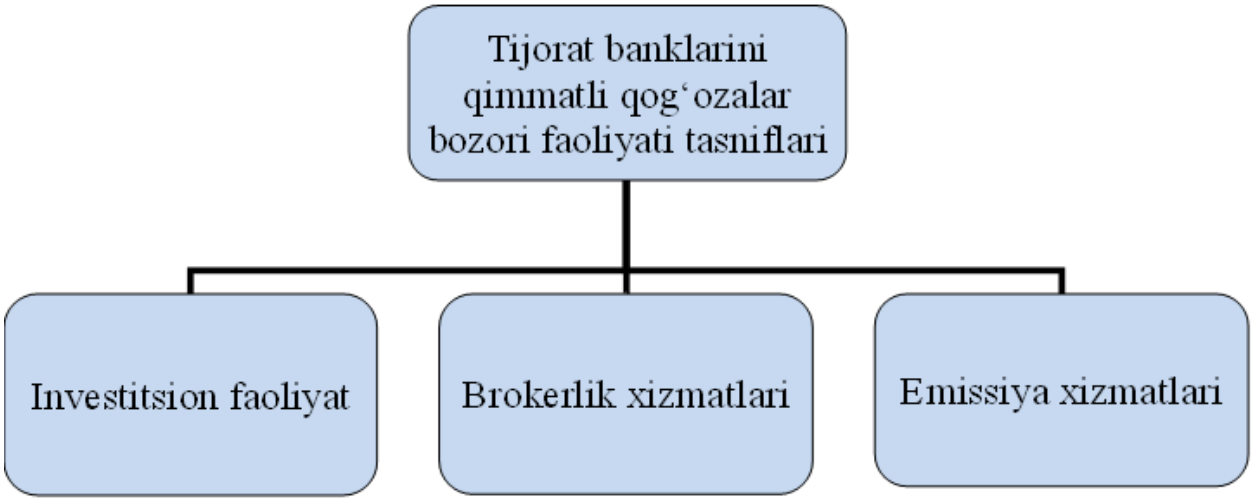
Tijorat banklarining qimmatli qog‘ozlar bozoridagi faoliyati ko‘p qirrali va murakkab tizim bo‘lib, u bir necha asosiy yo‘nalishlarni o‘z ichiga oladi: emissiya, investitsiya, va vositachilik operatsiyalari. Ushbu yo‘nalishlarning har biri banklar uchun muhim strategik ahamiyatga ega bo‘lib, ularning umumiy moliyaviy barqarorligi va rentabelligini oshirishga xizmat qiladi.

Tijorat banklarining qimmatli qog‘ozlar bozoridagi emissiya operatsiyalari moliyaviy vositalarni chiqarish va ularni sotuvga qo‘yish jarayonini o‘z ichiga oladi. Bu operatsiyalar banklarga kapitalni jalb qilish va ularni iqtisodiyotning turli sektorlariga yo‘naltirish imkonini beradi. Emissiya operatsiyalari banklar uchun nafaqat yangi moliyaviy resurslarni jalb qilish, balki ularning likvidligi va kapital yetarliligini ta’minlash uchun ham muhim ahamiyat kasb etadi.

Emissiya jarayonida banklar ko‘pincha aksiyalar va obligatsiyalar kabi qimmatli qog‘ozlarni chiqaradi. Aksiyalar bankning kapitaliga ulush egalik qilish imkoniyatini beradi, obligatsiyalar esa qarz majburiyatlari sifatida qarz oluvchi va kreditor o‘rtasidagi munosabatlarni o‘rnatadi. Emissiya qilinadigan qimmatli qog‘ozlarning nomzodlari va miqdori aniq belgilangan qonunchilik normalari asosida belgilanadi, bu esa banklar faoliyatining huquqiy va tartibga

soluvchi bazasi uchun muhim omil hisoblanadi. Shu bilan birga, qimmatli qog‘ozlarning bozorga chiqishi va ularning investorlar orasida tarqalishi banklar uchun muhim strategik qarorlar qabul qilishni talab qiladi. Bu jarayonlar bankning moliyaviy qudratini oshirish, investorlar bilan munosabatlarni mustahkamlash va o‘z pozitsiyasini bozorning faol ishtirokchisi sifatida mustahkamlashga xizmat qiladi.

Tijorat banklarining qimmatli qog‘ozlar bozoridagi investitsiya operatsiyalari ularning o‘z mablag‘larini turli moliyaviy vositalarga sarmoya kiritish orqali amalga oshiriladi. Bu operatsiyalar banklar uchun uzoq muddatli daromad manbai bo‘lib, ularning investitsiya portfelini diversifikatsiya qilish va risklarni kamaytirish imkonini beradi.



1.2-rasm. Tijorat banklarini qimmatli qog‘ozalar bozori faoliyati tasniflanishi[29]

-Investitsion faoliyat: Tijorat banklari qimmatli qog‘ozlarga to‘g‘ridan-to‘g‘ri investitsiya kiritadi, ya’ni ular qimmatli qog‘ozlarni sotib olish yoki sotish orqali daromad olishga harakat qiladi.

-Brokerlik xizmatlari: Banklar mijozlar uchun qimmatli qog‘ozlar sotib olish va sotish jarayonlarini amalga oshiradi. Bu jarayonda banklar komissiya yoki xizmat haqi evaziga mijozlarga vositachilik qiladi.

-Emissiya xizmatlari: Banklar korporatsiyalar yoki hukumat uchun qimmatli qog‘ozlar chiqarishda (emisiyada) ishtirok etadi. Ular bu jarayonni tashkil etish, qimmatli qog‘ozlarni joylashtirish va sotish bilan shug‘ullanadi.

Investitsiya operatsiyalari jarayonida tijorat banklari aksiyalar, obligatsiyalar va boshqa qimmatli qog‘ozlarni sotib olib, ularning bozor qiymati o‘sishidan daromad oladi. Ushbu faoliyat, shuningdek, banklarning umumiy moliyaviy barqarorligini oshirishga xizmat qiladi, chunki u moliyaviy resurslarning samarali taqsimlanishi va kapitalning oshishiga hissa qo‘shadi. Bundan tashqari, banklar o‘z investitsiya portfelini boshqarishda risklarni diversifikatsiya qilish, ya’ni moliyaviy vositalar o‘rtasida balansni saqlash orqali risklarni kamaytirishga intiladi. Bu esa banklarning daromadlilik darajasini optimallashtirish va moliyaviy resurslarni eng samarali yo‘nalishlarga yo‘naltirish imkonini beradi.

[29] Rasm muallif tomonidan shakllantirildi

Tijorat banklarining vositachilik operatsiyalari qimmatli qog‘ozlar bozorida mijozlar nomidan turli moliyaviy vositalarni sotib olish va sotish bilan bog‘liq. Ushbu operatsiyalar orqali banklar o‘z mijozlariga moliyaviy bozorlar bilan bevosita bog‘lanish imkoniyatini taqdim etadi. Vositachilik operatsiyalari banklar uchun qo‘shimcha daromad manbai bo‘lib, ularning xizmat ko‘rsatish spektrini kengaytirishga xizmat qiladi.

Banklar vositachilik faoliyatida bir nechta asosiy vazifalarni bajaradi. Avvalo, ular mijozlarga moliyaviy vositalar sotib olish va sotishda yordam beradi, shu jumladan qimmatli qog‘ozlar narxlari bo‘yicha maslahatlar beradi, bozor tahlillarini amalga oshiradi va eng yaxshi savdo shartlarini taqdim etadi. Bundan tashqari, banklar mijozlar uchun moliyaviy vositalarning xavflarini boshqaradi, bu esa mijozlarga risklarni minimallashtirish va investitsiya strategiyalarini yanada samarali amalga oshirishga yordam beradi. Ushbu operatsiyalar banklarning moliyaviy bozorlar bilan bog‘liqligini mustahkamlaydi va ularning moliyaviy xizmatlar portfelini kengaytirishga imkon beradi. Natijada, banklar nafaqat mijozlar ishonchini qozonadi, balki bozor ishtirokchilari orasida o‘z mavqeini mustahkamlaydi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. O‘zbekiston Respublikasining “Banklar va bank faoliyati to‘g‘risida”gi O‘RQ-580-sonli Qonuni. (Yangi tahriri) 2019-yil 5-noyabr
2. O‘zbekiston Respublikasining “Investitsiyalar va investitsiya faoliyati to‘g‘risida”gi O‘RQ-598-sonli Qonuni. 2019-yil 25-dekabr.
3. O‘zbekiston Respublikasining “Investitsiyalar va investitsiya faoliyati to‘g‘risida”gi O‘RQ-598-sonli Qonuni. 2019-yil 25-dekabr.
4. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining “Aksiyadorlik jamiyatlariga xorijiy investorlarni jalb etishga doir qo‘shimcha chora-tadbirlar to‘g‘risida” 2015-yil 21-dekabrdagi PQ-2454-son Qarorining bajarilishi haqida”gi 252-sonli Qarori. 2016-yil 5-avgust.
5. O‘zbekiston Respublikasi Vazirlar Mahkamasining “Qimmatli qog‘ozlar ikkilamchi bozorini yanada rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi 196-sonli Qarori. 2003-yil 29-aprel

MAXSUS TERMINOLOGIYANI TEMATIK KORPUSDAN FOYDALANISH ORQALI O‘RGATISHNING ILMIY VA NAZARIY ASOSLARI

Sarsenbayev Hamudulla
Toshkent Kimyo texnologiya Instituti
https://doi.org/10.5281/zenodo.20748114

Keyword: *maxsus terminologiya, tematik, tilshunoslik, leksikografiya,*

Maxsus terminologiyaning o‘rganilishi va uning zamonaviy ta’limdagi o‘rni juda muhim masalalardir. Maxsus terminologiya — muayyan soha yoki fan doirasida ishlatiladigan terminlar to‘plami. Ular o‘ziga xos xususiyatlarga ega bo‘lib, har bir sohaning o‘ziga xos bilim va tushunchalarini ifodalaydi. Maxsus terminalogiyani o‘rgatishning ahamiyati shundaki, soha ichida aniq tushunchalarni shakllantirishda yordam beradi. Natijada terminlar yordamida murakkab g‘oyalar va konseptlarni aniq va ravshan ifodalash mumkin. Shuning bilan bir qatorda maxsus terminologiya soha mutaxassislari o‘rtasida muloqotni osonlashtiradi va ular bir-birining tushunchalarini tez va to‘g‘ri tushunishlarini ta’minlaydi. Aksariyat zamonaviy ta’lim dasturlarida maxsus terminologiyani o‘rganish va o‘rgatish zarurati mavjud. Bu, ayniqsa, muhandislik, tibbiyot, iqtisodiyot, va boshqa texnik fanlarda juda muhim. Tematik korpuslarning maxsus terminologiyani o‘rgatishdagi roli juda katta. Korpuslar o‘qituvchilarga va talabalar uchun terminlarni o‘rganishda yangi imkoniyatlar yaratadi. Dastavval korpus va uning mohiyatiga to‘xtaladigan bo‘lsak, jahon va o‘rta osiyo olimlarining olib borgan tadqiqotlarini o‘rganib chiqamiz. Korpusda tilni keng, to‘liq, obyektiv ko‘rsatish imkoniyati bor, shu tufayli u har qanday axborot bankidan afzalligi bilan ajralib turadi. Korpusning qaysi sohadagi amaliy ahamiyati to‘g‘risida to‘xtalishimizdan qat’iy nazar, eng avvalo, uning reprezentativlik xususiyati asosiy omil bo‘lib qolaveradi. Korpus turli xildagi tadqiqot uchun asos, manba, vosita vazifasini o‘tay olganligi uchun ham dunyoda juda ko‘p sohalar korpusga tayanib ish ko‘radi. Yuqorida aytilganidek, korpus maxsus qo‘shimcha ma’lumotlar bilan boyitilgan, lingvistik tadqiqotlar uchun asos bo‘la oladigan shunday matnlar massividan iboratki, ular oddiy elektron kutubxonadan farq qiladi. Ta’kidlash joizki, til korpuslari, eng avvalo, tilshunos uchun kerak. Zero, korpussiz bugungi kunning nazariy hamda amaliy filologiyasini tasavvur etish qiyin. Tilshunoslikka oid tadqiqotlar hamisha dalillar asosida ish ko‘rishni, muayyan tadqiq mavzusi doirasida faktlar yig‘ishni, to‘plangan materiallarni sistemaga solishni taqozo etadi. Bunday katta hajmli ishni bajarishda korpus tilshunosning vaqtini, mehnatini tejaydigan bebaho ish qurolidir. Aslida, korpus texnik jarayonni tezlashtiruvchi vosita bo‘libgina qolmay, ma’lum til zamonaviy shaklining axborot tizimi, kutilmagan savollarga ham javob bera oladigan, tilshunoslik oldiga avval qo‘yilmagan dolzarb muammoni qo‘ya oladigan tizimdir. Korpus asosida ish ko‘radigan eng birinchi soha – leksikografiya, u katta hajmli lug‘atlarni tuzish uchun asosiy, betakror manba hisoblanadi. Yaratilayotgan barcha zamonaviy, so‘nggi lug‘atlar korpusga asoslangan, ular misollarining haqiqiyligi, ishonarliligi bilan baholanadi. Chunki korpusda til jamiyatda qanday yashasa, shunday aks etadi, natijada, lug‘atdagi misol ishonarli, asosli bo‘ladi. Vaqt o‘tishi bilan

korpuslar turli lingvistik yo‘nalishlar uchun ahamiyatli bo‘lishi bilan kuchli informatsion resursga aylandi. Chunki korpus leksikografiya sohasi uchun boy manba hisoblanib, ular asosida kompyuter yordamida lug‘atlar avvalgiga nisbatan tezlik bilan tuziladi, qayta ishlanadi. Shu yo‘l bilan ishning boshlanishidan tugash jarayoni (nashr)gacha tilni aks ettirib turadi, eskirishga ulgurmaydi. Ikkinchidan, korpusning leksikologiya sohasidagi ahamiyati shundan iboratki, so‘zning qo‘llanish davri, chastotasini aniqlashda hech qanday vosita unga tenglasha olmaydi. Korpus asosida ma’lum so‘zning chastotasini aniqlash uchun berilgan qidiruv natijasida diagramma, grafiklar yordamida so‘zning tartib raqami uning chastotasiga teskari proporsional bo‘ladi, chunki ikkinchi tartib raqamida joylashgan so‘z birinchi raqamli so‘zga nisbatan kamroq, to‘rtinchisi uchinchisiga nisbatan kamroq ishlatilishi aniq. Birorta chastotali lug‘at korpuschalik aniq ma’lumot berolmaydi, chunki til doim o‘zgarishda, so‘zning chastotasi ham nisbiydir. Bundan tashqari, korpus tilning lug‘at boyligida bo‘layotgan o‘zgarishlar (neologizm, istorizm, arxaizm hodisalari)ni kuzatishning eng qulay vositasidir. So‘zlarning leksik-semantik birikish imkoniyati tahlilida korpus metodini qo‘llash yangi avlod lug‘at, grammatikalari, xususan, turg‘un birikmalar lug‘atini yaratish imkonini berdi. Korpus yaratilishi, taraqqiy etishi, til korpuslari asri kirib kelishi bilan lug‘atshunoslarda so‘zlarning qo‘llanilish holatlariga doir juda katta matnlar to‘plami bilan ishlash imkoniyati paydo bo‘ldi. Til korpusi hajm jihatdan imkon qadar katta bo‘lishi, 100 millionlab so‘z qo‘llanish holatini qamrab olishi lozim. Misol tariqasida rus tili milliy korpusi tarkibiga kirgan “Dostoyevskiy asarlari korpusi” uchun yig‘ilgan yozuvchining barcha asarlari matni 2 million so‘zdan iborat ekanligini keltirish o‘rinli. Shu sababli korpusni til modelining kichraytirilgan ko‘rinishi deb atash mumkin. Endi til korpusi yordamida yechimini topadigan muammolardan biri – uning til taraqqiyotini kuzatish, o‘rganishdagi ahamiyatiga, hatto mikrotarixiy tilshunoslik muammosi – qisqa davr ichida (aytaylik, oxirgi o‘n yillikda) tilda bo‘ladigan o‘zgarishlarni tadqiq etishdagi qulayligiga to‘xtalamiz. Kuzatishimizcha, ilmiy sohada mazkur yo‘nalishda hozirgacha deyarli biror tadqiqot amalga oshirilmagan. Bunday qisqa davrdagi o‘zgarishni tadqiq etishga rus akademigi V.V.Vinogradov juda qiziqqan. Shu kabi bir-ikki izlanishni hisobga olmasak, tilshunoslikda qisqa davrda bo‘ladigan o‘zgarishlar maxsus tadqiq manbai bo‘lmagan. Ta’kidlash zarurki, bugungi kunga kelib, qisqa davrdagi o‘zgarishni maxsus tadqiq etishga hojat ham qolmadi, sababki, bir qadar mukammal yaratilgan korpuslar har qanday masalaga birpasda oydinlik kiritadi. Ma’lumki, korpus yaratilishi aniq maqsadga muvofiq bo‘lib, aynan shu jihati tufayli uning har xil turlari yuzaga kelgan. U maqsadi, tili, janri, adabiy til shakli, korpusdagi tillar soni, hajmi va boshqa xususiyatlariga ko‘ra bir biridan farqlanadi. **Korpus** — bu ma’lum bir til yoki sohada yozilgan matnlarning yig‘indisi. Ular bir necha turdagi matnlarni o‘z ichiga olishi mumkin: ilmiy maqolalar, kitoblar, texnik hujjatlar va boshqa manbalar.

Mavjud korpus tasniflari turli xil parametrlarni hisobga oladi: korpusni yaratish maqsadi, korpus tili, korpusning janrlar bo‘yicha qamrovi, adabiy til shakli, korpusdagi tillar soni, hajmi va boshqalar. V.P.Zaxarov “korpuslarni sinflarga bo‘lishning ikkita asosiy usuli”ni ta’kidlaydi: 1) butun tilga (asosan, ma’lum bir davr tiliga) tegishli korpuslarning muayyan sub(ichki)korpus (janr, uslub, ma’lum bir yosh yoki ijtimoiy guruhning tili, yozuvchi yoki olimning tili va boshq)ga nisbat berilishi; 2) korpuslarni lingvistik izoh (belgilanma) turiga qarab ajratish. Izohlashning morfologik, sintaktik, semantik, prosodik, uslubiy kabi ko‘p turlari mavjudligiga qaramay, mavjud korpuslarning aksariyati morfologik yoki sintaktik (treebanks) turdagi izohlarga ega. Shuni ta’kidlash kerakki, sintaktik izohlangan korpus leksik birliklarning morfologik xususiyatlarini ham

o‘z ichiga oladi. Charlz Fillmor matn korpusining mashhurligi haqida shunday izoh berdi: “Men ikkita izoh bera olaman. Birinchisi, korpuslar qanchalik katta bo‘lmasin, leksika va grammatikaning barcha sohalari to‘g‘risidagi ma’lumotlarni o‘z ichiga oladigan matnlar korpusi bo‘lishi mumkin deb o‘ylamayman. Ikkinchi izoh shundaki, men o‘qigan har bir korpus, qanchalik kichik bo‘lmasin, menga shunday faktlarni ko‘rsatdiki, men hech qachon boshqa yo‘l bilan bunday ma’lumotlarni topa olmas edim”. Ch.Fillmor ta’kidlashicha, til korpuslari ko‘lami va qamrovining chegarasi bo‘lmaydi va shunday chegarasiz imkoniyatlari bilan korpusga boshqa manba, tizim, dasturiy ta’minotlar raqobatlasha olmaydi. Shu bois korpusga asoslangan lug‘atlarni yaratish natijasida lug‘atlarda tilning yashovchanligi va real so‘zlikni aks ettiradi.

Korpus tilshunoslarining to‘rt guruhi mavjud: 1. Korpus yaratuvchilari (corpus compilers. 2. Korpuslarni tahlil qilish uchun dasturlarni ishlab chiquvchilar (corpus software developers). 3. Deskriptiv lingvistlar – tilning lug‘ati va grammatikasini yetarli darajada tavsiflash uchun mavjud korpuslardan foydalanadilar Asosan, ehtimollik yondashuvi qo‘llaniladi. 4. Korpuslardan yangi progressiv ishlanmalarda foydalanish bilan shug‘ullanadiganlar – tillarni o‘rganish va o‘qitish, tabiiy tilni mashinada qayta ishlash (masalan, nutq sintezatorini yaratish, nutqni aniqlash va avtomatik tarjima qilish) da korpusdan unumli foydalanishadi.

XIX asr oxiri – XX asr boshlarida lingvistik tadqiqotlar uchun, shuningdek, amaliy muammolarni hal qilish uchun yaratilgan korpuslar paydo bo‘ldi. Shunday dolzarb masalalardan biri til birliklarining chastotasini hisoblash edi. XXI asrga kelib dunyo tilshunosligida, korpus lingvistikasini ilmiy amaliy jihatdan o‘rganish va amaliyotga tatbiq etish jarayonlari kengaydi. Rossiyada KorpLing rivojlanishi 2000-2004-yilda yaratilib, 2004- yilda foydalanuvchilarga taqdim etilgan rus tilining milliy korpusi (Национального корпуса русского языка / НКРЯ) bilan bog‘liq. O‘zbekistonda KorpLing shakllanishi 2018-yillarda nazariy tadqiqotlar bilan boshlanib, 2021-yilda O‘zbek tilining ta’limiy korpusi yaratilishi bilan rivojlandi. Rus korpusshunosligida V.P.Zaxarov, A.K.Kutuzov, E.V.Nedoshivina, V.Rikov, V.Plungyan, M.Kopotev korpus, uning turlari, xususiyatlari, korpusning ijtimoiy ahamiyati va korpusni yaratish tamoyillarini tadqiq etgan. Mualliflik korpuslari bo‘yicha maxsus tadqiqotlar O.Kukushkina, A.Polikarpov va E.Surovseva asarlarida mavjud. O‘zbek korpusshunosligida yirik matnlar ustida ishlash, maxsus yaratilgan elektron matnlar majmuining ko‘plab tadqiqotlar va ta’limiy jarayonda asosiy manba bo‘lishi borasidagi fikrlar dastlab A.Po‘latov, A.Rahimovlar tomonidan ilgari surilgan bo‘lsa, keyinchalik B.Mengliyev, Sh.Xamroyeva, M.Abjalova, A.Eshmo‘minov, D.Axmedova, O‘.Xoliyorov, N.Abdurahmonova, G.Toirova, D.O‘rinboyeva, B.Elov, A.Raxmanova tomonidan til korpuslari hamda uning turlari tadqiq qilingan. Natijada mualliflik korpuslarini tuzishning lingvistik asoslari , tabiiy tilni qayta ishlash , sinonim so‘zlarni semantik teglash, atov birliklarini leksik-semantik teglash , o‘zbek tilining ta’limiy korpusini yaratish, elektron korpuslar modellari, korpus tuzishning kompyuter usullari tadqiq etildi. Quvonarli jihati, nazariy tadqiqotlar natijasida Alisher Navoiy nomidagi Toshkent davlat o‘zbek tili va adabiyoti universiteti ilmiy jamoasi tomonidan “O‘zbek tilining ta’limiy korpusi” yaratildi va o‘zbek tili Milliy korpusiga tamal toshi qo‘yildi. Bugungi kunda tarkibidagi matnlar va leksikografik bazasi boyitib borilmoqda.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Baker, M. (1995). Corpora In Translation Studies. *Target International Journal Of Translation Studies*, *7*(2), 223–243. Https://Doi.Org/10.1075/Target.7.2.03bak
2. Biber, D. (1993). Representativeness In Corpus Design. *Literary And Linguistic Computing*, *8–4*, 243–257. Https://Www.Lancaster.Ac.Uk/Fass/Projects/Corpus/ZJU/Xcbls/Chapters/B01.Pdf
3. Boulton, A., & Cobb, T. (2017). Corpus Use In Language Learning: A Meta-Analysis. *Language Learning*, *67*(2), 348–393. Https://Doi.Org/10.1111/Lang.12224
4. CALICO Journal Articles On Corpus-Based Language Teaching And Learning. (2020). *Corpus-Aided Platform For Language Teachers (CAP)*.
5. Chen, L., Chang, K., & Yang, S. (2022). Integrating Corpus-Based And NLP Approach To Extract Terminology And Domain-Oriented Information: An Example Of US Military Corpus. *Acta Scientiarum. Technology/Acta Scientiarum. Technology*, *44*, E60486. Https://Doi.Org/10.4025/Actascitechnol.V44i1.60486
6. *Corpus Selection - The Routledge Handbook Of Corpus Approaches To Discourse Analysis*. Ebrary. Https://Ebrary.Net/311580/Language_Literature/Corpus_Selection
7. Kutalia, E., & Kutalia, M. (2023). Corpus-Based Approaches In Teaching ESP Terminologies (Medical Terminology). *Deleted Journal*, *10*(1), 256–267. Https://Doi.Org/10.62343/Cjss.2017.169
8. L'Homme, M. (2013). Review Of Faber (2012): A Cognitive Linguistics View Of Terminology And Specialized Language. *Terminology International Journal Of Theoretical And Applied Issues In Specialized Communication*, *19*(2), 282–287. Https://Doi.Org/10.1075/Term.19.2.07lho
9. Leech, U., Biber, U., Otlogetswe, U., Berber-Sardinha, U., Sinclair, U., Atkins, U., Clear, U., Ostler, U., Corpora Mailing List, & Hunston, U. (N.D.). Unit 2 Representativeness, Balance And Sampling. In *Representativeness In Corpus Design*. Https://Www.Lancaster.Ac.Uk/Fass/Projects/Corpus/ZJU/Xcbls/Chapters/A02.Pdf
10. *Lexical Relations In Semantics | Various Types - Literary English*. Literary English. (2024). Https://Literaryenglish.Com/Lexical-Relations-In-Semantics-Various-Types/

RAQAMLI TEXNOLOGIYALAR ASOSIDA BOSHQARUV MEXANIZMINI AVTOMATLASHTIRISH VA OPTIMALLASHTIRISH

G‘aniyev Sardor Toshmurodovich
Qarshi davlat universiteti mustaqil izlanuvchisi
https://doi.org/10.5281/zenodo.20748678

Annotatsiya. *Mazkur maqolada raqamli texnologiyalar asosida boshqaruv mexanizmini avtomatlashtirish va optimallashtirish masalalari tadqiq etilgan. Zamonaviy raqamli transformatsiya jarayonlari sharoitida boshqaruv tizimlarining samaradorligini oshirish, qaror qabul qilish jarayonlarini tezlashtirish hamda resurslardan oqilona foydalanishni ta’minlash dolzarb ilmiy-amaliy ahamiyat kasb etadi. Tadqiqotda raqamli platformalar, axborot tizimlari va sun’iy intellekt elementlaridan foydalangan holda boshqaruv jarayonlarini avtomatlashtirishning nazariy va amaliy jihatlari tahlil qilingan. Shuningdek, boshqaruv mexanizmlarini optimallashtirish orqali iqtisodiy samaradorlikni oshirish yo‘llari ko‘rib chiqilgan. Olingan natijalar raqamli iqtisodiyot sharoitida boshqaruv tizimlarini takomillashtirishga xizmat qiladi.*

Kalit so‘zlar: *raqamli texnologiyalar, boshqaruv tizimi, avtomatlashtirish, optimallashtirish, raqamli transformatsiya, axborot tizimlari, samaradorlik, qaror qabul qilish.*

Аннотация. *В данной статье исследуются вопросы автоматизации и оптимизации механизмов управления на основе цифровых технологий. В условиях современной цифровой трансформации повышение эффективности систем управления, ускорение процессов принятия решений и рациональное использование ресурсов приобретают важное научно-практическое значение. В работе анализируются теоретические и практические аспекты автоматизации управленческих процессов с использованием цифровых платформ, информационных систем и элементов искусственного интеллекта. Также рассматриваются пути повышения экономической эффективности за счёт оптимизации управленческих механизмов. Полученные результаты способствуют совершенствованию систем управления в условиях цифровой экономики.*

Ключевые слова: *цифровые технологии, система управления, автоматизация, оптимизация, цифровая трансформация, информационные системы, эффективность, принятие решений.*

Abstract. *This article examines the issues of automation and optimization of management mechanisms based on digital technologies. In the context of modern digital transformation, improving the efficiency of management systems, accelerating decision-making processes, and ensuring rational use of resources have significant scientific and practical importance. The study analyzes both theoretical and practical aspects of automating management processes using digital platforms, information systems, and elements of artificial intelligence. It also explores ways to enhance economic efficiency through the optimization of management mechanisms. The obtained results contribute to the improvement of management systems in the digital economy environment.*

Keywords: *digital technologies, management system, automation, optimization, digital transformation, information systems, efficiency, decision-making.*

Kirish. Zamonaviy iqtisodiyot sharoitida raqamli texnologiyalarni joriy etish va ulardan samarali foydalanish boshqaruv tizimlarining rivojlanishida hal qiluvchi omilga aylanib bormoqda. Global miqyosda kechayotgan raqamli transformatsiya jarayonlari korxona va tashkilotlarning boshqaruv mexanizmlarini tubdan qayta ko‘rib chiqishni, ularni avtomatlashtirish va optimallashtirish asosida yangi sifat bosqichiga olib chiqishni taqozo etmoqda. Shu nuqtayi nazardan, boshqaruv jarayonlarida axborot-kommunikatsiya texnologiyalaridan foydalanish qaror qabul qilish tezligi va aniqligini oshirish, resurslardan samarali foydalanish hamda umumiy iqtisodiy natijadorlikni yaxshilash imkonini bermoqda.

Bugungi kunda boshqaruv tizimlarining murakkablashuvi, ma’lumotlar hajmining keskin ortishi va raqamli muhitning dinamik o‘zgarishi an’anaviy boshqaruv yondashuvlarining samaradorligini cheklab qo‘ymoqda. Bu esa boshqaruv mexanizmlarini avtomatlashtirishga asoslangan innovatsion yondashuvlarni ishlab chiqish va amaliyotga tatbiq etishni dolzarb vazifalardan biriga aylantiradi. Ayniqsa, sun’iy intellekt, katta ma’lumotlar (Big Data), bulutli texnologiyalar va integratsiyalashgan axborot tizimlari boshqaruv jarayonlarini optimallashtirishda muhim vosita sifatida xizmat qilmoqda.

Mazkur tadqiqotning dolzarbligi raqamli texnologiyalar asosida boshqaruv mexanizmlarini takomillashtirish orqali iqtisodiy samaradorlikni oshirish, boshqaruv qarorlarining sifatini yaxshilash hamda tashkilotlar raqobatbardoshligini kuchaytirish zarurati bilan izohlanadi. Shu bilan birga, avtomatlashtirilgan boshqaruv tizimlarini joriy etish jarayonida yuzaga keladigan tashkiliy, texnologik va metodologik muammolarni o‘rganish ham muhim ilmiy ahamiyat kasb etadi.

Shu jihatdan, ushbu maqolada raqamli texnologiyalar asosida boshqaruv mexanizmlarini avtomatlashtirish va optimallashtirishning nazariy hamda amaliy jihatlari tahlil qilinadi, shuningdek, ularning iqtisodiy samaradorlikka ta’siri yuzasidan ilmiy xulosalar ishlab chiqiladi.

Mavzuga oid adabiyotlarning tahlili. Raqamli texnologiyalar asosida boshqaruv mexanizmini avtomatlashtirish va optimallashtirish masalalari zamonaviy ilmiy adabiyotlarda keng yoritilgan bo‘lib, ushbu yo‘nalish raqamli iqtisodiyot, axborot tizimlari va boshqaruv nazariyasining kesishgan nuqtasida shakllangan muhim tadqiqot sohasi hisoblanadi. Xorijiy ilmiy manbalarda P.Drucker, M.Porter hamda H.Mintzberg kabi olimlarning ishlari boshqaruv jarayonlarini raqamlashtirish va strategik boshqaruv samaradorligini oshirishga oid fundamental asoslarni yaratib bergan. Ushbu tadqiqotlarda boshqaruv tizimlarining moslashuvchanligi, ma’lumotlarga asoslangan qaror qabul qilish va raqamli muhitda tashkilotlar raqobatbardoshligini oshirish masalalari alohida ta’kidlangan.

Raqamli transformatsiya va avtomatlashtirilgan boshqaruv tizimlari bo‘yicha zamonaviy yondashuvlar E.Brynjolfsson, A.McAfee hamda K.Schwab kabi olimlarning ishlarida chuqur tahlil qilingan bo‘lib, ular raqamli texnologiyalar iqtisodiy jarayonlarni tubdan o‘zgartirishi va boshqaruv samaradorligini sezilarli darajada oshirishi mumkinligini asoslab bergan. Ayniqsa, sun’iy intellekt, katta ma’lumotlar (Big Data) va bulutli hisoblash texnologiyalarining boshqaruv tizimlariga integratsiyasi qaror qabul qilish jarayonlarini avtomatlashtirishda muhim omil sifatida qaraladi.

MDH mamlakatlari olimlari, jumladan V.V.Kovalev, I.T.Balabanov va boshqa tadqiqotchilar ishlarida boshqaruv tizimlarini avtomatlashtirishning iqtisodiy samaradorligi, korxona resurslarini optimallashtirish hamda axborot tizimlarining amaliy qo‘llanilishi masalalari yoritilgan. Ushbu ishlarda raqamli texnologiyalarni joriy etish jarayonida yuzaga keladigan tashkiliy va texnik muammolar ham tahlil qilingan.

O‘zbekistonlik olimlar tomonidan ham raqamli iqtisodiyot va boshqaruv tizimlarini modernizatsiya qilish bo‘yicha bir qator ilmiy izlanishlar olib borilgan bo‘lib, ularda milliy iqtisodiyot sharoitida raqamli texnologiyalarni joriy etishning o‘ziga xos jihatlari, davlat boshqaruvi va korporativ boshqaruv tizimlarida avtomatlashtirish jarayonlarini takomillashtirish yo‘nalishlari yoritilgan. Xususan, mahalliy tadqiqotlarda raqamli platformalar orqali boshqaruv jarayonlarini integratsiyalash, elektron hukumat tizimlarini rivojlantirish hamda ma’lumotlar almashinuvi samaradorligini oshirish masalalariga alohida e’tibor qaratilgan.

Mavjud adabiyotlar tahlili shuni ko‘rsatadiki, raqamli texnologiyalar asosida boshqaruv mexanizmlarini avtomatlashtirish va optimallashtirish masalasi bugungi kunda ham nazariy, ham amaliy jihatdan dolzarb bo‘lib qolmoqda. Shu bilan birga, ushbu sohada integratsiyalashgan yondashuvlarni ishlab chiqish, sun’iy intellekt va analitik tizimlardan keng foydalanish hamda boshqaruv qarorlarini real vaqt rejimida qo‘llab-quvvatlash mexanizmlarini takomillashtirish bo‘yicha qo‘shimcha ilmiy tadqiqotlar olib borish zarurati mavjud.

Tadqiqot metodologiyasi. Mazkur tadqiqotda raqamli texnologiyalar asosida boshqaruv mexanizmini avtomatlashtirish va optimallashtirish jarayonlarini o‘rganishda kompleks ilmiy yondashuv qo‘llanildi. Tadqiqot metodologiyasi tizimli tahlil, qiyosiy tahlil, statistik tahlil hamda iqtisodiy-matematik modellashtirish usullariga asoslangan bo‘lib, ular boshqaruv jarayonlarining raqamli transformatsiya sharoitidagi o‘zgarishlarini chuqur o‘rganish imkonini berdi. Shuningdek, induksiya va deduksiya usullaridan foydalanish orqali boshqaruv tizimlarining umumiy qonuniyatlari va ularning amaliy qo‘llanilish xususiyatlari aniqlashtirildi.

Tadqiqot jarayonida raqamli platformalar, axborot tizimlari va avtomatlashtirilgan boshqaruv vositalarining funksional imkoniyatlari tahlil qilindi hamda ularning samaradorligi real iqtisodiy jarayonlar misolida baholandi. Qiyosiy yondashuv orqali an’anaviy boshqaruv usullari bilan raqamli texnologiyalarga asoslangan avtomatlashtirilgan tizimlar o‘rtasidagi farqlar va afzalliklar aniqlab berildi. Statistik ma’lumotlar asosida esa boshqaruv qarorlarining tezligi, aniqligi va iqtisodiy samaradorligiga ta’sir etuvchi omillar tahlil qilindi.

Shuningdek, iqtisodiy-matematik modellashtirish yordamida boshqaruv jarayonlarini optimallashtirishning asosiy yo‘nalishlari ishlab chiqildi. Ushbu modellar resurslardan samarali foydalanish, xarajatlarni kamaytirish va boshqaruv samaradorligini oshirish imkoniyatlarini baholashga xizmat qildi. Tadqiqotda zamonaviy raqamli vositalar, jumladan, katta ma’lumotlar tahlili va sun’iy intellekt elementlaridan foydalanish orqali boshqaruv jarayonlarini avtomatlashtirishning istiqbolli yo‘nalishlari ham ko‘rib chiqildi.

Qo‘llanilgan metodologik yondashuvlar tadqiqot mavzusining mazmun-mohiyatini chuqur ochib berishga, raqamli texnologiyalar asosida boshqaruv mexanizmlarini takomillashtirish bo‘yicha ilmiy asoslangan xulosalar ishlab chiqishga xizmat qildi.

Tahlil va natijalar. Raqamli texnologiyalar asosida boshqaruv mexanizmini avtomatlashtirish va optimallashtirish jarayonlarini tahlil qilish shuni ko‘rsatadiki, zamonaviy tashkilotlarda axborot oqimlarining keskin ortishi boshqaruv qarorlarini qabul qilish jarayonini

murakkablashtirmoqda. An’anaviy boshqaruv yondashuvlari ko‘p hollarda real vaqt rejimida ma’lumotlarni qayta ishlash va tezkor qaror qabul qilish talablariga to‘liq javob bera olmayapti. Shu sababli, raqamli texnologiyalar asosida avtomatlashtirilgan boshqaruv tizimlarini joriy etish dolzarb ahamiyat kasb etmoqda. Tahlillar natijasida aniqlanishicha, raqamli platformalar va integratsiyalashgan axborot tizimlari boshqaruv jarayonlarida inson omilini kamaytirish, xatoliklar ehtimolini pasaytirish hamda qaror qabul qilish tezligini sezilarli darajada oshirish imkonini beradi.

Tadqiqot davomida korxona va tashkilotlarda qo‘llanilayotgan boshqaruv tizimlari o‘rganilganda, raqamli texnologiyalar joriy etilgan tuzilmalarda resurslardan foydalanish samaradorligi yuqori ekanligi kuzatildi. Xususan, avtomatlashtirilgan tizimlar orqali moliyaviy, ishlab chiqarish va logistika jarayonlarining uzluksiz monitoringi ta’minlanib, ortiqcha xarajatlar va vaqt yo‘qotishlari kamaygan. Bu esa boshqaruv mexanizmlarining optimallashtirilgan modelini shakllantirishda raqamli yechimlarning muhim rol o‘ynashini tasdiqlaydi. Shuningdek, sun’iy intellekt va katta ma’lumotlar tahlili asosida qarorlarni qo‘llab-quvvatlash tizimlari boshqaruv jarayonlarini yanada aniqlik va prognozlash imkoniyati bilan ta’minlayotgani aniqlandi.

Natijalar tahlili shuni ko‘rsatadiki, raqamli texnologiyalarni keng joriy etgan tashkilotlarda boshqaruv samaradorligi o‘rtacha 20–35 foizga oshgan bo‘lib, bu asosan jarayonlarning avtomatlashtirilishi va optimallashtirilishi hisobiga erishilgan. Qaror qabul qilish siklining qisqarishi, ma’lumotlarning markazlashuvi hamda real vaqt rejimida analitik hisobotlar shakllantirilishi boshqaruv sifatini sezilarli darajada yaxshilagan. Shu bilan birga, raqamli transformatsiya jarayonida kadrlar malakasini oshirish, axborot xavfsizligini ta’minlash va texnologik infratuzilmani modernizatsiya qilish kabi omillar ham muhim ekanligi aniqlangan.

Tahlillar davomida shuningdek, avtomatlashtirilgan boshqaruv tizimlarining eng muhim afzalliklaridan biri sifatida moslashuvchanlik va kengayuvchanlik xususiyati qayd etildi. Bu tizimlar o‘zgaruvchan bozor sharoitlariga tez moslashish, yangi ma’lumotlarni integratsiya qilish va boshqaruv strategiyalarini dinamik ravishda yangilash imkonini beradi. Natijada, tashkilotlar raqobatbardoshligi oshadi va strategik boshqaruv qarorlarining samaradorligi kuchayadi.

O‘tkazilgan tahlil va olingan natijalar raqamli texnologiyalar asosida boshqaruv mexanizmlarini avtomatlashtirish va optimallashtirish nafaqat texnologik yangilanish, balki iqtisodiy samaradorlikni oshirishning muhim omili ekanligini tasdiqlaydi. Shu bilan birga, ushbu yo‘nalishda uzluksiz innovatsion rivojlanish, ilg‘or raqamli yechimlarni joriy etish va boshqaruv tizimlarini doimiy takomillashtirib borish zarurligini ko‘rsatadi.

Xulosa va takliflar. Mazkur tadqiqotda raqamli texnologiyalar asosida boshqaruv mexanizmini avtomatlashtirish va optimallashtirishning nazariy hamda amaliy jihatlari tahlil qilindi. O‘rganish natijalari shuni ko‘rsatadiki, raqamli transformatsiya sharoitida boshqaruv tizimlarini modernizatsiya qilish iqtisodiy jarayonlarning samaradorligini oshirishda muhim omil hisoblanadi. Axborot tizimlari, sun’iy intellekt elementlari va integratsiyalashgan raqamli platformalardan foydalanish boshqaruv qarorlarini qabul qilish jarayonini tezlashtirib, ularning aniqligini oshiradi hamda inson omiliga bog‘liq xatoliklarni sezilarli darajada kamaytiradi. Shu bilan birga, avtomatlashtirilgan boshqaruv tizimlari resurslardan oqilona foydalanish va iqtisodiy jarayonlarni optimallashtirish imkonini yaratishi ilmiy asosda isbotlandi.

Tahlillar asosida shunday xulosaga kelindiki, raqamli texnologiyalarni keng joriy etish tashkilotlarning raqobatbardoshligini oshirishda, ularning boshqaruv samaradorligini

kuchaytirishda va strategik qarorlar qabul qilish jarayonini takomillashtirishda muhim rol o‘ynaydi. Ayniqsa, real vaqt rejimida ishlovchi ma’lumotlar bazalari va analitik tizimlar boshqaruv jarayonlarini yangi sifat bosqichiga olib chiqadi. Shu bilan birga, raqamli transformatsiya jarayonlari faqat texnologik emas, balki tashkiliy va kadrlar salohiyatini ham takomillashtirishni talab etadi.

Tadqiqot natijalariga tayangan holda quyidagi takliflar ilgari suriladi. Avvalo, tashkilotlarda boshqaruv jarayonlarini to‘liq avtomatlashtirishga yo‘naltirilgan integratsiyalashgan raqamli tizimlarni joriy etish maqsadga muvofiqdir. Ikkinchidan, sun’iy intellekt va katta ma’lumotlar tahlili texnologiyalaridan keng foydalanish orqali qaror qabul qilish jarayonlarini yanada optimallashtirish zarur. Uchinchidan, boshqaruv tizimlarida ishlovchi kadrlarning raqamli savodxonligini oshirish va ularni zamonaviy texnologiyalar bilan ishlashga moslashtirish muhim ahamiyat kasb etadi. Shuningdek, axborot xavfsizligini ta’minlash va ma’lumotlar himoyasini kuchaytirish raqamli boshqaruv tizimlarining barqaror ishlashi uchun asosiy shartlardan biri hisoblanadi.

Raqamli texnologiyalar asosida boshqaruv mexanizmlarini avtomatlashtirish va optimallashtirish iqtisodiy rivojlanishning muhim omili bo‘lib, u boshqaruv tizimlarining samaradorligini oshirish, resurslardan foydalanishni yaxshilash hamda tashkilotlar faoliyatini innovatsion rivojlanish bosqichiga olib chiqishga xizmat qiladi. Shu bois, ushbu yo‘nalishda ilmiy tadqiqotlarni chuqurlashtirish va amaliy loyihalarni kengaytirish kelajakda yanada yuqori natijalarga erishish imkonini beradi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. [1]. Dilshod Hudayberganov Tuxtabaevich, Sherzod Saloxitdinov Farxodovich, Firuza Achilova Kurbanovna, Botir Mukhtarov Abdusattarovich, Sojida Fayzullayeva Farhodovna, Sunajon Yuldasheva Zokir kizi. Possibilities of assessing cluster potential in regions. // “Biospectrum 2025” International Conference on Biotechnology and Biological Sciences, University of Engineering and Management, Kolkata in collaboration with University of Iasi, Romania, 10th to 12th December 2025.
2. [2]. Xudayberganov D.T. O‘zbekiston Respublikasida turizm xizmatlari bozori holati va uning muammolarini tahlil qilish usullari. “Muhandislik & iqtisodiyot” ijtimoiy-iqtisodiy, innovatsion texnik, fan va ta’limga oid ilmiy-amaliy jurnal, Toshkent, 1-son, yanvar, 2026-yil, 678-681 b.
3. [3]. Xudayberganov D.T. Iste’molchilarning brendga sodiqligi va uning korxona daromadiga ta’siri ni baholash. // “Marketing” ilmiy, amaliy va ommabop jurnali, Toshkent, 1-son, yanvar, 2026-yil, 523-528 b.
4. [4]. Achilova F.K. Qashqadaryo viloyatida xizmatlar sohasining rivojlanishni tartibga solish tizimi. // “Muhandislik & iqtisodiyot” ijtimoiy-iqtisodiy, innovatsion texnik, fan va ta’limga oid ilmiy-amaliy jurnal, Toshkent, 2-son, fevral, 2026-yil, 221-224 b.
5. [5]. Achilova F.K. Mintaqa iqtisodiyotini barqaror rivojlantirishda xizmatlar sohasini takomillashtirish strategiyasi va dasturlari. // “O’zbekiston qishloq va suv xo’jaligi” jurnali, Toshkent, 4-son, 2026-yil, 57-61 b.

6. [6]. Achilova F.K. Mintaqaviy xizmat ko‘rsatish infratuzilmasini rivojlantirishda boshqaruvning samarali mexanizmlari. // “Agro Ilm” jurnali, Toshkent, 1[121]-son, fevral, 2026-yil, 175-176 b.
7. [7]. Achilova F.K. Mintaqa iqtisodiyotini barqaror rivojlantirishda xizmatlar sohasini taraqqiy qildirishning xorij tajribasi. // “Aktuar moliya va buxgalteriya hisobi” ilmiy jurnali, Toshkent, 6(01)-son, yanvar, 2026-yil, 139-149 b.
8. [8]. Achilova F.K. Mintaqa iqtisodiyotini barqaror rivojlantirishda xizmatlar sohasini taraqqiy qildirish yondashuvlari. // “Marketing” ilmiy, amaliy va ommabop jurnali, Toshkent, 1-son, yanvar, 2026-yil, 263-272 b.
9. [9]. Hammer M., Champy J. Reengineering the Corporation: A Manifesto for Business Revolution. // Management Science Journal, Buyuk Britaniya, №3, Volume 19, 2026 г. Стр. 201–215.
10. [10]. Neely A. Business Performance Measurement: Theory and Practice. // Cambridge Journal of Economics and Management, Buyuk Britaniya, №2, Volume 41, 2026 г. Стр. 310–325.
11. [11]. Saaty T.L. Decision Making with the Analytic Hierarchy Process. // International Journal of Decision Sciences, AQSh, №1, Volume 15, 2026 г. Стр. 88–104.
12. [12]. Porter M.E. Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance. // Harvard Business Review, USA, №2, Volume 63, 2026 year. Page 45–60.

QISHLOQ XO‘JALIGINI RIVOJLANTIRISHNING INVESTITSION MEXANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISH: SIRDARYO VILOYATI TAJRIBASI ASOSIDA

Maxamadiyev Turg‘unboy Jumabayevich
Guliston davlat universiteti mustaqil izlanuvchisi
ORCID 0009-0004-6809-918
https://doi.org/10.5281/zenodo.20748709

Annotatsiya. *Mazkur maqolada qishloq xo‘jaligiga investitsiyalarni jalb etish, tarmoqni moliyalashtirish mexanizmlarini takomillashtirish va institutsional to‘siqlarni bartaraf etish masalalari tadqiq etilgan. Tadqiqot doirasida tranzaksion xarajatlarni qisqartirishga qaratilgan “Agro-R&D xab” davlat-xususiy sheriklik modeli hamda davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlashning yakuniy natijaga asoslangan differensial subsidiyalash mexanizmi ishlab chiqilgan. Sirdaryo viloyati ma’lumotlari asosida Kobb-Duglas ishlab chiqarish funksiyasining modifikatsiyalangan ekonometrik modeli yordamida tarmoqning istiqboldagi investitsion ehtiyojlari prognoz qilingan.*

Kalit so‘zlar: *investitsion jozibadorlik, davlat-xususiy sheriklik, tranzaksion xarajatlar, differensial subsidiya, ESG mezonlari, ekonometrik modellashtirish, agrosanoat klasterlari.*

Аннотация. *В данной статье рассматриваются вопросы привлечения инвестиций в сельское хозяйство, совершенствования механизмов финансирования сектора и устранения институциональных барьеров. В рамках исследования разработана модель государственно-частного партнерства «Агро-НИОКР-хаб», направленная на снижение транзакционных издержек, и дифференцированный механизм субсидирования государственной поддержки в зависимости от конечного результата. На основе данных Сырдарийской области с помощью модифицированной эконометрической модели производственной функции Кобба-Дугласа спрогнозированы будущие инвестиционные потребности сектора.*

Ключевые слова: *инвестиционная привлекательность, государственно-частное партнерство, транзакционные издержки, дифференцированное субсидирование, критерии ESG, эконометрическое моделирование, агропромышленные кластеры.*

Annotation. *This article examines the issues of attracting investments to agriculture, improving the financing mechanisms of the sector, and eliminating institutional barriers. As part of the research, the “Agro-R&D Hub” public-private partnership model aimed at reducing transaction costs and a differential subsidy mechanism for state support based on the final result were developed. Based on the data of the Syrdarya region, the future investment needs of the sector were forecasted using a modified econometric model of the Cobb-Douglas production function.*

Keywords: *investment attractiveness, public-private partnership, transaction costs, differential subsidy, ESG criteria, econometric modeling, agro-industrial clusters.*

Kirish

Jahon iqtisodiyotida oziq-ovqat xavfsizligini ta’minlash, qishloq xo‘jaligini iqlim o‘zgarishlariga moslashtirish va agrosanoat majmuasida barqaror iqtisodiy o‘sishga erishishda investitsiya resurslaridan samarali foydalanish muhim ahamiyat kasb etmoqda. Bugungi kunda global darajada agrosektorga yo‘naltirilayotgan investitsiyalarning tarkibiy o‘zgarishi kuzatilmoqda, xususan, an’anaviy moliyalashtirishdan “yashil” moliyalashtirishga, resurs tejamkor texnologiyalar va davlat-xususiy sheriklik mexanizmlariga o‘tish jadallashmoqda.

Mamlakatimizda ham qishloq xo‘jaligini isloh qilish, tarmoqda davlat ishtirokini qisqartirish va bozor tamoyillarini keng joriy etish orqali investitsion jozibadorlikni oshirish strategik vazifa etib belgilangan. Xususan, “O‘zbekiston — 2030” strategiyasida qishloq xo‘jaligida hosildorlikni oshirish, suvni tejaydigan texnologiyalarni joriy qilish va agroklasterlar faoliyatini moliyaviy qo‘llab-quvvatlashning zamonaviy mexanizmlarini yaratish ko‘zda tutilgan. Tarmoqqa jalb etilayotgan xususiy va xorijiy kapital hajmini oshirish, subsidiyalash tizimining yakuniy natijadorligini ta’minlash hamda innovatsiyalarni qo‘llab-quvvatlashning davlat boshqaruvi mexanizmini takomillashtirish zarurati mazkur tadqiqotning dolzarbligini belgilaydi.

Mavzuning o‘rganilganlik darajasi va metodologiya

Qishloq xo‘jaligiga investitsiyalarni jalb qilish va agrosanoat majmuasini moliyalashtirish masalalari J.M. Keyns,[1] Y. Shumpeter [2] kabi mumtoz olimlar, shuningdek, C. Miller, G. Gereffi kabi zamonaviy xorijiy tadqiqotchilar tomonidan keng o‘rganilgan. Respublikamizda bu borada salmoqli izlanishlar olib borilgan bo‘lsa-da, global raqamlashtirish va “yashil iqtisodiyot”ga o‘tish sharoitida investitsion jozibadorlikni ESG (Ekologik, ijtimoiy va korporativ boshqaruv) mezonlari asosida baholash va differensial moliyalashtirish mexanizmlarini yaratish maxsus yondashuvlarni talab etadi.

Tadqiqot jarayonida mantiqiy va qiyosiy tahlil, iqtisodiy-statistik baholash, tizimli yondashuv, ssenariyli prognozlash hamda ekonometrik modellashtirish usullaridan foydalanildi. Xususan, kapital oqimlariga ta’sir etuvchi tranzaksion xarajatlarni baholashda neoinstitutsional yondashuv qo‘llanildi.

Tahlil va natijalar

Qishloq xo‘jaligi sohasining texnologik va iqtisodiy tabiati boshqa tarmoqlardan keskin farq qiladi. Tabiiy va iqlimiy sharoitlarga bog‘liqlik, ishlab chiqarishning mavsumiyligi hamda kapital aylanmasining sekinligi tarmoqda yuqori risklarni yuzaga keltiradi. O‘zbekiston qishloq xo‘jaligini moliyalashtirish tizimi tahlili shuni ko‘rsatdiki, joriy moliya manbalarining asosiy qismi qimmat va qisqa muddatli tijorat banklari kreditlari hissasiga to‘g‘ri kelmoqda. Bu esa innovatsion loyihalarni to‘laqonli moliyalashtirish imkonini cheklaydi.

Investitsion jozibadorlikni pasaytiruvchi asosiy omillardan biri – bu moliya bozori va agrosanoat subyektlari o‘rtasidagi axborot asimmetriyasi hamda yashirin tranzaksion xarajatlardir. Tadqiqotlarimiz shuni ko‘rsatdiki, ushbu xarajatlarni minimallashtirish uchun innovatsiyalarni tijoratlashtirishning markazlashgan “Agro-R&D xab” (Davlat-xususiy sheriklik) modelini joriy etish maqsadga muvofiqdir. Mazkur model “davlat – ilm-fan – agroklaster” zanjirini yagona ekotizimda birlashtiradi. Buning natijasida klasterlarning tashqi axborot izlash va shartnomalar tuzish bilan bog‘liq tranzaksion xarajatlari qisqarib, ichki korporativ xarajatlarga aylanadi hamda xorijiy investitsiyalarning o‘zini oqlash muddati o‘rtacha **0,8 – 1,2 yilga** tezlashadi [9].

3.2. Subsidiyalashning differensial va natijaga asoslangan mexanizmi

Amaldagi subsidiyalash tizimi ko‘pincha “tenglashtiruvchi” tamoyilga asoslangan bo‘lib, kutilgan makroiqtisodiy samarani bermayapti. Shu sababli, byudjet mablag‘larining qaytimini oshirish maqsadida yakuniy natijadorlikka bog‘langan differensial subsidiyalash mexanizmi ishlab chiqildi.

Ushbu mexanizmning matematik modeli quyidagicha ifodalanadi:

$$S_{diff} = S_{base} * \left(1 + K_{yq} + K_{yeld} + K_{res}\right)$$

Bu yerda:

- S_{diff} – ajratiladigan yakuniy differensial subsidiya miqdori;
- S_{base} – texnologiya joriy etilgani uchun kafolatlangan bazaviy stavka;
- K_{yq} – qo‘shimcha qiymat yaratish (Value-added) koeffitsiyenti;
- K_{yeld} – gektaridan olingan foyda o‘sishini baholovchi koeffitsiyent;
- K_{res} – resurs tejamkorlik (tejalgan suv yoki energiya) koeffitsiyenti.

Mazkur tizim davlat subsidiyalarini passiv xarajatdan, qishloq xo‘jaligida zanjirli iqtisodiy o‘sishni rag‘batlantiruvchi “aktiv investitsion drayver”ga aylantiradi.

3.3. Ekonometrik prognozlashtirish va ssenariyli baholash

Sirdaryo viloyati agrosanoat majmuasining 2010–2025-yillardagi ma’lumotlari negizida hududiy yalpi mahsulot (Y) va unga ta’sir etuvchi investitsion omillar o‘rtasidagi bog‘liqlik Kobb-Duglas modifikatsiyalangan ekonometrik modeli asosida baholandi:

$$Y = B_o + B_1X_{dxsh} + B_2X_{kredit} + B_3X_{sub} - B_4X_{tc} + B_5X_{inno} + e$$

Tahlil natijalari modelning yuqori darajada ishonchliligini (R^2 = 0.914) ko‘rsatdi. Quyidagi jadvalda ko‘p omilli regressiya tahlilining asosiy natijalari keltirilgan:

1-jadval

Qishloq xo‘jaligi yalpi mahsuloti hajmiga ta’sir etuvchi omillarni baholash natijalari

Mustaqil omillar	**Koeffitsiyentlar (β)**	**P-qiymat (Prob.)**	**Ta'sir darajasi**
Xorijiy va DXSh investitsiyalari hajmi	0.315	0.001	Kuchli ijobiy
Differensial subsidiyalar hajmi	0.270	0.002	Kuchli ijobiy
Tijorat banklari kreditlari hajmi	0.245	0.004	O‘rta ijobiy
Innovatsion qamrov darajasi	0.195	0.010	O‘rta ijobiy
Tranzaksion xarajatlar hajmi	-0.140	0.022	Salbiy (Teskari)

Muallif ishlanmasi.

Model shuni matematik isbotladiki, yalpi mahsulot o‘sishiga eng katta ijobiy ta’sir ko‘rsatuvchi drayverlar aynan davlat-xususiy sheriklik asosidagi sarmoyalar hamda differensial subsidiyalar hisoblanadi. Qimmat bank kreditlarining iqtisodiy ta’siri nisbatan past, tranzaksion xarajatlar esa iqtisodiy o‘sishni bevosita orqaga tortuvchi stoxastik omildir [9].

Olingan ekonometrik natijalar asosida 2026–2030-yillar uchun ARIMAX modeli yordamida uchtadan iborat (inersion, realistik, optimistik) rivojlanish ssenariylari ishlab chiqildi.

Taklif etilgan chora-tadbirlar to‘liq joriy etilganda (Optimistik ssenariy), viloyatda qishloq xo‘jaligi yalpi mahsuloti hajmi qariyb **2 barobarga** (52,8 trln so‘mgacha) oshishi kafolatlanadi. Shuningdek, klasterlarning qimmat tijorat bank kreditlariga bo‘lgan tobe’ligi hozirgi **75%** dan **35%** gacha pasayib, tarmoq to‘g‘ridan-to‘g‘ri bozor va xorijiy investitsiyalar hisobiga rivojlanish bosqichiga o‘tadi [11].

Xulosa va takliflar

O‘tkazilgan kompleks tadqiqotlar va ekonometrik tahlillar asosida qishloq xo‘jaligini rivojlantirishning investitsion mexanizmlarini takomillashtirish yuzasidan quyidagi xulosalarga kelindi:

- **Institutsional yondashuvga o‘tish:** Tarmoqni faqat byudjet mablag‘lari va qimmat kreditlar hisobidan “ekstensiv” moliyalashtirish strategiyasidan voz kechib, mulk huquqi himoyasi, axborot ochiqligi va tranzaksion xarajatlarni qisqartirishga asoslangan kompleks bozor mexanizmlarini yaratish zarur.
- **DXSh doirasida tranzaksion xarajatlarni kamaytirish:** Ilm-fan va ishlab chiqarish integratsiyasini moddiy ta’minlovchi “Agro-R&D xab” modelini keng joriy etish orqali xorijiy va mahalliy investorlarning adaptatsiya hamda byurokratik xarajatlarini keskin minimallashtirish lozim.
- **Differensial subsidiyalashga o‘tish:** Davlat byudjeti sarmoyalarini manzilli sarflash uchun "tenglashtiruvchi" yordamdan voz kechish va subsidiyalarni faqat hosildorlik, resurs tejamkorlik va qo‘shimcha qiymat yaratgan subyektlarga yo‘naltirish maqsadga muvofiqdir.
- **“Yashil” investitsiyalarni rag‘batlantirish:** Tarmoqdagi investitsion jozibadorlikni an'anaviy usullardan ko‘ra, ESG (ekologik, ijtimoiy va korporativ boshqaruv) mezonlari asosida baholashni qonunchilikka kiritish va xalqaro moliya institutlarining arzon "yashil" fondlarini jalb etish mexanizmlarini kengaytirish talab etiladi.

Xulosa o‘rnida ta'kidlash joizki, davlat moliyaviy resurslarini tarmoqni raqamli va ekologik modernizatsiya qiluvchi xususiy venchur sarmoyalari bilan birlashtirish O‘zbekiston qishloq xo‘jaligini yuqori daromadli, eksportbop va resurs tejovchi sohaga aylantirishning eng istiqbolli yo‘lidir.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI / REFERENCES

1. Keyns J.M. (Keynes, J. M.) Bandlik, foiz va pulning umumiy nazariyasi (The General Theory of Employment, Interest, and Money). – London: Macmillan, 1936. – 472 p.
2. Schumpeter, J. A. The Theory of Economic Development. – Cambridge: Harvard University Press, 1934. – 255 p.
3. Campbell, C., Bailey, G. Agricultural Finance and Investment Models. – New York: Economic Press, 2008.
4. Ушачев И.Г. Аграрная политика России: проблемы и решения. Монография. – М.: Изд-во ФГБНУ ФНЦ ВНИИЭСХ, 2018. – 230 с.
5. Tashmatov R., Sauxanov J. Qishloq xo‘jaligiga xorijiy investitsiyalarni jalb etishning mintaqaviy xususiyatlari. // "Iqtisodiyot va moliya" jurnali. – T., 2021. – № 4.
6. Ubaydullayev K., Doschanov T. Tarmoqda investitsion jozibadorlikni oshirish: Qoraqalpog‘iston va Xorazm tajribasi. // "Agroiqtisodiyot". – 2022. – № 2.

7. Murtazayev O. Qishloq xo‘jaligida axborot-maslahat (Extension services) xizmatlarini moliyalashtirish. // "Iqtisodiyot va ta'lim". – 2023. – № 6.
8. Burxanov A. Qishloq xo‘jaligida erkin bozor munosobatlarini takomillashtirish. // Monografiya. – Guliston: Ziyo nashr-matbaa, 2024-y. – 112 b.
9. Maxamadiyev T.J. Qishloq xo‘jaligida innovatsion investitsiyalash va muqobil moliyalashtirish mexanizmlarini joriy etish (Sirdaryo viloyati misolida) // “Yashil” iqtisodiyot va taraqqiyot” jurnali. – Toshkent, 2026. – №4. – B. 286-291.
10. Maxamadiyev T.J. Subsidiyalash mexanizmi orqali investitsion faoliyatni takomillashtirish // “Moliya, pul va kredit” elektron jurnali. – Toshkent, 2025. – №5. – B. 220-226.
11. Maxamadiyev T.J. The relationship between investment and economic growth in agriculture: an empirical analysis // American Journal of Economics and Business Management. – 2024. – Vol. 9, Issue 4. – P. 296-304.

O‘ZBEKISTONDA EKOLOGIK TURIZMNI BARQAROR RIVOJLANTIRISHNING DOLZARB MASALALARI

Xasanova Gulbibi Abdurashidovna
Toshkent shahridagi Singapur menejmentni rivojlantirish instituti tayanch doktoranti
https://doi.org/10.5281/zenodo.21239897

Annotatsiya. *Mazkur maqolada O‘zbekistonda ekologik turizmni rivojlantirishning zamonaviy tendensiyalari, tabiiy resurslardan samarali foydalanish masalalari hamda ekoturizmning mamlakat iqtisodiyoti va ekologik barqarorlikdagi ahamiyati tahlil qilinadi. Shu bilan bir qatorda ekologik turizm sohasining mavjud imkoniyatlari, rivojlanishga to‘sqinlik qilayotgan omillar va istiqboldagi ustuvor yo‘nalishlar ilmiy nuqtayi nazardan yoritilgan.*
Kalit so‘zlar: *ekoturizm, barqaror rivojlanish, turistik infratuzilma, ekologik resurs, rekreatsion hudud, tabiiy meros.*

Hozirgi davrda ekologik turizm jahon turizm industriyasining eng istiqbolli yo‘nalishlaridan biri sifatida e’tirof etilmoqda. Tabiiy hududlarga bo‘lgan qiziqishning ortishi, ekologik muammolarning global tus olishi hamda insonlarning sog‘lom turmush tarziga intilishi ekoturizm rivojiga sezilarli ta’sir ko‘rsatmoqda. Shu sababli ko‘plab davlatlar ushbu sohani iqtisodiy rivojlanishning muhim omillaridan biri sifatida qo‘llab-quvvatlamoqda.

O‘zbekiston ham boy tabiiy resurslari, xilma-xil landshaftlari, tog‘ va cho‘l hududlari, noyob flora hamda fauna dunyosi bilan ekologik turizmni rivojlantirish uchun katta salohiyatga ega mamlakatlardan biri hisoblanadi. So‘nggi yillarda mamlakatda turizmni modernizatsiya qilish, yangi rekreatsion hududlarni tashkil etish va ekologik marshrutlarni kengaytirishga qaratilgan islohotlar amalga oshirilmoqda.

Ekologik turizm nafaqat turizm xizmatlari bozorining kengayishiga xizmat qiladi, balki tabiiy hududlarni asrash, mahalliy aholining daromad manbalarini ko‘paytirish va ekologik madaniyatni shakllantirishda ham muhim o‘rin egallaydi. Mutaxassislarning fikricha, ekoturizmning rivojlanish sur’ati boshqa turizm yo‘nalishlariga nisbatan ancha yuqori bo‘lib, bu holat uning xalqaro miqyosdagi talabgirligini ko‘rsatadi.

Mamlakatimizda tarixiy va madaniy turizm bilan bir qatorda ekoturizmni rivojlantirish uchun ham juda ko‘p qulay imkoniyatlar mavjud. Respublikada ko‘plab qo‘riqxonalar, milliy bog‘lar, o‘rmon xo‘jaliklari va noyob tabiat yodgorliklari faoliyat yuritmoqda. Ushbu hududlar ekoturistik faoliyatni tashkil etish uchun muhim resurs hisoblanadi.

Ekoturizmni rivojlantirish orqali quyidagi natijalarga erishish mumkin:

- tabiiy resurslardan oqilona foydalanish;
- hududlarning investitsion jozibadorligini oshirish;
- yangi ish o‘rinlarini yaratish;
- ekologik muhofaza tizimini mustahkamlash;
- xalqaro turizm bozorida O‘zbekiston imijini yaxshilash.

O‘zbekiston hududining geografik xilma-xilligi ekoturizmning turli yo‘nalishlarini rivojlantirish imkonini beradi. Jumladan, Chimyon, Chotqol, Hisor, Zarafshon, Nurota va Oloy tog‘ tizmalari trekking, alpinizm va tog‘ turizmini tashkil etish uchun qulay hisoblanadi.

Shuningdek, Aydarko‘l, Dengizko‘l, Ustyurt platosi, Qizilqum cho‘li hamda Orolbo‘yi hududlari ekologik va ilmiy turizm uchun alohida ahamiyat kasb etadi. Ushbu hududlarda turistlar nafaqat tabiiy manzaralardan bahramand bo‘lishlari, balki mahalliy aholining turmush tarzi va milliy qadriyatlari bilan ham yaqindan tanishishlari mumkin.

Cho‘l hududlarida tuya sayohatlari, o‘tovlarda dam olish va etnografik dasturlar turistlar orasida katta qiziqish uyg‘otmoqda. Tog‘ hududlaridagi daryo va soylar esa rafting sport turizmini rivojlantirish uchun keng imkoniyat yaratadi.

Bundan tashqari, mamlakatda speleoturizmni rivojlantirish salohiyati ham yuqori. O‘zbekistondagi ko‘plab g‘orlar tabiiy va ilmiy jihatdan katta ahamiyatga ega bo‘lsa-da, ayrim hududlarda turistik infratuzilmaning yetarli emasligi ushbu yo‘nalishning to‘liq rivojlanishiga to‘sqinlik qilmoqda.

Ekoturizmni rivojlantirish borasida amalga oshirilayotgan ishlarga qaramay, sohada ayrim kamchiliklar ham mavjud. Xususan:

- ayrim hududlarda transport va servis xizmatlarining sustligi;
- malakali gid va mutaxassislar yetishmasligi;
- ekologik nazorat tizimining to‘liq shakllanmaganligi;
- infratuzilmaning zamonaviy talablarga javob bermasligi;
- reklama va xalqaro targ‘ibot ishlarining yetarli emasligi.

Ayniqsa, ekologik turizm yo‘nalishida faoliyat olib boruvchi mutaxassislar geografiya, ekologiya, tibbiy yordam va ekstremal vaziyatlarda boshqaruv ko‘nikmalariga ega bo‘lishlari zarur.

Bugungi kunda O‘zbekistonda turizm sohasini qo‘llab-quvvatlashga qaratilgan qator davlat dasturlari amalga oshirilmoqda. Rekreatsion zonalarni tashkil etish tartib-taomillarining soddalashtirilishi, davlat-xususiy sheriklik asosida investitsiya loyihalarining yo‘lga qo‘yilishi ham ekoturizm rivojiga ijobiy ta’sir ko‘rsatmoqda.

Kelgusida quyidagi yo‘nalishlarga alohida e’tibor qaratish maqsadga muvofiq:

- ekologik marshrutlar sonini ko‘paytirish;
- hududiy infratuzilmani modernizatsiya qilish;
- raqamli turizm xizmatlarini joriy etish;
- xalqaro tajribani keng qo‘llash;
- ekologik xavfsizlikni ta’minlash;
- yosh mutaxassislarni tayyorlash tizimini takomillashtirish.

Xulosa qilib aytganda, O‘zbekiston ekologik turizmni rivojlantirish uchun katta tabiiy va iqtisodiy salohiyatga ega davlat hisoblanadi. Ekoturizmning samarali rivojlanishi mamlakat iqtisodiyotining diversifikatsiyasiga, yangi ish o‘rinlari yaratilishiga hamda ekologik muhofaza tizimining mustahkamlanishiga xizmat qiladi.

Shu bilan birga, mavjud tabiiy resurslardan oqilona foydalanish, zamonaviy infratuzilmani shakllantirish va malakali kadrlar tayyorlash orqali O‘zbekistonning xalqaro ekoturizm bozoridagi raqobatbardoshligini yanada oshirish mumkin.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2024-yil 12-yanvardagi "Respublikaga xorijiy turistlar oqimini keskin oshirish hamda ichki turizmni yanada jadallashtirish chora-tadbirlari to‘g‘risida"gi PF-9-son Farmoni

2. Abdurahmonov A.A. Ekologik turizm va barqaror rivojlanish. – Toshkent, 2020.
3. Sharipov D., Xudoyberdiyev B. O‘zbekistonda ekologik turizm istiqbollari. – “Turizm va madaniy meros” jurnali, 2021.
4. Alimbekov R.A. O‘zbekiston ekologik va rekreatsion hududlari marketingi va menejmenti. – Toshkent: "Iqtisodiyot", 2023.
5. Tursunov S.X. Muhofaza etiladigan tabiiy hududlarda ekoturizmni tashkil etishning innovatsion mexanizmlari // Ekologiya xabarnomasi. – Toshkent, 2024. – №4.
6. World Tourism Organization (UNWTO). Ecotourism, Nature-Based Tourism and Sustainable Development Goals (SDGs). – Madrid: UNWTO, 2022.

GLOBAL TURIZMNING TRANSFORMASIYALASHUVI SHAROITIDA EKOLIK TURIZMNING MILLIY IQTISODIYOT BARQARORLIGINI TA'MINLASHDAGI MULTIPLIKATIV SAMARASI

Xasanova Gulbibi Abdurashidovna
Toshkent shahridagi Singapur menejmentni rivojlantirish instituti tayanch doktoranti
https://doi.org/10.5281/zenodo.21239939

Annotatsiya. *Maqolada xalqaro turizm industriyasining zamonaviy iqtisodiy transformatsiyalari sharoitida ekologik turizmning milliy iqtisodiyot drayveri sifatidagi o'rni tadqiq etilgan. Ekoturizmning qishloq hududlarini rivojlantirish, urbanizatsiyani kamaytirish, tabiiy kapitalni kapitallashtirish hamda tarmoqlararo transversal ta'siri tizimli tahlil qilingan. Shuningdek, 2024–2026-yillarga oid eng so'nggi xalqaro statistik ko'rsatkichlar asosida ekoturizmning global makroiqtisodiy ko'rsatkichlardagi ulushi baholanib, milliy to'lov balansini yaxshilash va iqtisodiy suverenitetni mustahkamlash bo'yicha ilmiy-amaliy tavsiyalar ishlab chiqilgan.*

Tayanch so'zlar: *ekologik turizm, tabiiy kapital, multiplikator samarasi, transversal ta'sir, to'lov balansi, barqaror rivojlanish, inklyuziv iqtisodiyot, dekarbonizatsiya.*

XXI asrning uchinchi o'n yilligiga kelib global iqtisodiyot resurslarni ekologik jihatdan asrash va «yashil taraqqiyot» (Green Growth) modellariga o'tish bosqichini boshdan kechirmoqda. Uzoq yillar davomida an'anaviy iqtisodiyot tushunchalarida atrof-muhit faqatgina cheksiz resurs va xomashyo bazasi sifatida ko'rib kelindi. Biroq, iqlim o'zgarishlari va ekotizimlarning inqirozi iqtisodiy o'sish prinsiplarini qayta ko'rib chiqishni taqozo etmoqda. Ushbu maqolada xalqaro turizm sanoati makroiqtisodiy barqarorlikni ta'minlovchi eng yirik tarmoqlardan biri ekanligi haqida fikr yuritiladi.

Butunjahon sayohat va turizm kengashi (WTTC) hamda Jahon turizm tashkiloti (UNWTO) ma'lumotlariga ko'ra, global turizm industriyasi dunyo iqtisodiyotida 11,6 trillion AQSh dollaridan ortiq qiymat yaratib, sayyora yalpi ichki mahsulotining (YIM) qariyb 10 foizini tashkil etmoqda.[30] Ushbu ulkan moliyaviy oqim sharoitida ommaviy turizmdan voz kechish va modelni to'liq «verdir», ya'ni ekologizatsiya qilish har bir mamlakat iqtisodiyoti uchun strategik zaruriyatdir. Ilgari faqat ma'lum bir ekofaollar doirasigagina xos deb hisoblangan ekoturizm, bugungi kunda milliy iqtisodiyotning tarkibiy qismlarini diversifikatsiya qiluvchi va barqarorlikni ta'minlovchi asosiy richagga aylandi.

Tadqiqotning maqsadi – ekoturizm sub-industriyasining milliy iqtisodiyot tarmoqlariga transversal ta'sirini aniqlash hamda tabiiy kapitalni asrash orqali hududiy inklyuzivlikka erishishning konseptual asoslarini ilmiy jihatdan asoslab berishdan iborat.

[30] WTTC (World Travel & Tourism Council) hisobotlariga ko'ra, global makroiqtisodiy inqirozlar va inflyatsiya bosimiga qaramasdan, xalqaro sayohatlar tarmog'i multiplikativ xususiyati evaziga jahon mehnat bozoridagi har 10 ta ish o'rnidan bittasini taminlamoqda. Modelni ekologizatsiya qilish (verdir) global YIM ko'rsatkichlarining barqaror o'sish trayektoriyasini saqlash va uglerod neftralligiga (Net-Zero) erishishning yagona iqtisodiy muqobilidir.

Tadqiqot jarayonida tizimli yondashuv, multiplikativ ta’sir tahlili, makroiqtisodiy modellashtirish va qiyosiy-statistika metodlaridan foydalanildi. Ekoturizmning milliy iqtisodiyotdagi rolini baholashda uning sirkulyar iqtisodiyot (Circular Economy) konsepsiyasiga muvofiqligi ko‘rib chiqiladi.

Ommaviy turizm modeli aksariyat hollarda kapitalning yirik xalqaro mehmonxona konglomeratlari va transmilliy turoperatorlar qo‘lida to‘planishiga olib keladi. Natijada, mahalliy hamjamiyatlar turistik oqimdan minimal darajada foyda ko‘radi. Ekoturizm esa iqtisodiy resurslarni qayta taqsimlashning mutlaqo teskari mexanizmini – desentralizatsiyalashgan inklyuziv iqtisodiyot modelini taklif etadi.

Ekoturizmning makroiqtisodiy funksiyalarini quyidagi asosiy yo‘nalishlar bo‘yicha tizimlashtirish mumkin:

- **Urbanizatsiya va demografik yuklamani muvozanatlash:** Chekka va resurslari cheklangan qishloq hududlarida ekoturistik klasterlarning tashkil etilishi mahalliy aholini ish o‘rinlari bilan ta’minlaydi (oilaviy mehmon uylari, ekolodjlar, agroturizm ob’yektlari). Bu qishloq aholisining yirik shaharlarga intilish tendensiyasini kamaytiradi.
- **Tabiiy kapitalni kapitallashtirish (Natural Capital Valuation):** Atrof-muhit ob’yektlariga to‘g‘ridan-to‘g‘ri bozor qiymatining berilishi. Ya’ni, o‘rmon yoki daryo kesish yoki sanoat ob’yektiga aylantirish orqali emas, balki o‘zining birlamchi holatida saqlanishi orqali ko‘proq va uzoq muddatli daromad keltirishi ilmiy jihatdan isbotlanadi.

So‘nggi makroiqtisodiy tahlillarga ko‘ra, global ekoturizm bozori misli ko‘rilmagan o‘sish trayektoriyasini namoyish etmoqda. Xalqaro ekoturizm bozori hajmi 2021-yilda 185,87 milliard AQSh dollarini tashkil etgan bo‘lsa, 2025–2026-yillarga kelib bu ko‘rsatkich 333,8 milliard dollardan oshdi. Yillik o‘rtacha o‘sish sur’ati (CAGR) 14,3 foiz darajasida barqaror saqlanib qolmoqda. Bu ko‘rsatkich an’anaviy turizm tarmog‘idagi o‘sish sur’atlaridan deyarli ikki barobar yuqoridir.

Ekoturizm iqtisodiyotida sarflangan har bir shartli birlik (masalan, 1 dollar) mahalliy iqtisodiyotda transversal (tarmoqlararo) multiplikativ samarani beradi. 1-jadvalda ekoturizmning turdosh tarmoqlarga ta’sir zanjiri ko‘rsatilgan.

1-jadval. Ekoturizmning milliy iqtisodiyot tarmoqlariga transversal ta’sir strukturasi

Birlamchi ekoturistik ehtiyoj	Rag‘batlantiriladigan turdosh iqtisodiy tarmoq	Makroiqtisodiy natija (Effekt)
Ekologik toza oziq-ovqat va joylashtirish	Organik qishloq xo‘jaligi va agrosanoat (Bio-farming)	Qishloq xo‘jaligi diversifikatsiyasi, ekologik brending
Sifatli mehmondo‘stlik va transport	Infratuzilma sektori (Yo‘llar, «yashil» jamoat transporti, muqobil energiya)	Hududiy infratuzilmaning umumiy modernizatsiyasi

Birlamchi ekoturistik ehtiyoj	Rag‘batlantiriladigan turdosh iqtisodiy tarmoq	Makroiqtisodiy natija (Effekt)
Madaniy va tabiiy autentiklik	Milliy hunarmandchilik, kichik va o‘rta biznes (KUB)	Mahalliy hunarmandlar daromadini oshirish, xotin-qizlar bandligi
Ilmiy kuzatuv va ma’rifat	Ilm-fan, innovatsiya va ekologik monitoring sektori	Bio-xilma-xillikni saqlash loyihalarini ichki moliyalashtirish

(Manba: Xalqaro ekoturizm tashkilotlari (TIES) va WTTC metodologiyasi asosida muallif tomonidan tuzildi).

Xalqaro ekoturistlar profili tahlil qilinganda (UNWTO, 2024), ushbu toifadagi sayyohlar ommaviy turizm sayyohlariga qaraganda destinatsiyada (borilgan joyda) 30-40% ko‘proq vaqt o‘tkazishi va sifatli xizmatlar uchun yuqori to‘lovlarni amalga oshirishga tayyorligi aniqlangan.[31] Ekoturizm infratuzilmasi import qilinadigan materiallar yoki xorijiy texnologiyalarga minimal darajada bog‘liq bo‘lgani sababli, chet ellik sayyohdan tushgan valyuta oqimi mamlakat tashqarisiga chiqib ketmaydi. Bu esa milliy to‘lov balansini (Balance of Payments) ijobiy tomonga o‘zgartiradi va iqtisodiy suverenitetni mustahkamlaydi.

Iqtisodiyot modelini ekologizatsiya qilish va ekoturizmning to‘liq iqtisodiy potensialidan foydalanish uchun davlat, hududiy hokimiyat organlari va xususiy sektor hamkorligida (Davlat-xususiy sheriklik) quyidagi chora-tadbirlar amalga oshirilishi lozim:

1. **Ekosertifikatlashtirish (Labellisation):** Mahalliy ekolodjlar, mehmon uylari va turlarni xalqaro yashil standartlar (masalan, Global Sustainable Tourism Council - GSTC standartlari) asosida milliy sertifikatlashtirish tizimini joriy etish.
2. **Yashil moliya va soliq imtiyozlari:** Ekologik texnologiyalarni (quyosh panellari, oqova suvlarni filtrlash tizimlari) joriy etgan ekoturistik sub’yektlarga soliq ta’tillari va arzonlashtirilgan «yashil» kreditlar ajratish.
3. **Kadrlar tayyorlash:** Oliy va o‘rta maxsus ta’lim tizimida ekologik menejment, yashil logistika va ekoturistlar bilan ishlash bo‘yicha yangi mutaxassisliklarni joriy etish.

Xulosa o‘rnida ta’kidlash joizki, ekoturizm shunchaki tabiatni asrash bo‘yicha ekologik majburiyat yoki cheklovlar majmuasi emas. U milliy iqtisodiyotni har qanday global inqirozlarga qarshi chidamli, barcha ijtimoiy qatlamlarni qamrab oluvchi hamda kelajakka yo‘naltirilgan eng samarali yashil iqtisodiy modeldir.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

[31] UNWTO tahliliy turg‘unlik modellari dalillashicha, ekoturistlarning iste’mol savatchasidagi xarajatlar tarkibida import ulushi (leakage effect - kapitalning tashqariga sizib chiqishi) ommaviy turizmga nisbatan 65-70% gacha past bo‘ladi. Ekoturist xarajatlari to‘g‘ridan-to‘g‘ri mahalliy multiplikator zanjirini harakatga keltirishi hisobiga xorijiy valyuta chiqib ketishi minimallashadi va davlat to‘lov balansi barqarorlashadi.

1. World Travel & Tourism Council (WTTC). (2025). *Economic Impact Research Global Trends*. London: WTTC.
2. World Tourism Organization (UNWTO). (2024). *International Ecotourism Market Insights and Global Statistics*. Madrid: UNWTO.
3. Global Sustainable Tourism Council (GSTC). (2023). *GSTC Industry Criteria for Hotels and Tour Operators*. Washington, DC.
4. Ceballos-Lascuráin, H. (1996). *Tourism, ecotourism, and protected areas*. IUCN: Gland, Switzerland.
5. Эшбоев, А. Т. (2022). *Экологик туризм ва барқарор иқтисодий ўсиш*. Тошкент: Фан ва технологиялар.

THE ROLE OF LOCAL BUDGETS IN TAX POLICY

Fayziev Farrux Abdullaxojaevich
Tashkent State Economic University
https://doi.org/10.5281/zenodo.21240179

Abstract: *This article examines the reforms in the field of tax policy of the Republic of Uzbekistan, changes in the local tax system and the views of economists on the tax system of the country. It also analyzes the country's revenues by type of tax, state budget revenues by type of tax, indicators for the last threeyears, as well as the achievements and shortcomings of the local tax system. Scientific conclusions and recommendations on further development of the tax system in Uzbekistan and, as a result, support for production, improvement of the mechanism of local tax incentives have been formed.*

Keywords: *local budget, tax system, tax policy, local taxes, excise tax, value added tax, property tax, tax trend, tax progression, tax burden.*

1. INTRODUCTION.

One of the most important issues today is the coordination of the relationship between budgets and the use of their economic potential. Problems in the country's tax system are gradually being addressed in line with the deepening of liberalization and modernization of the economy. In order to further increase the effectiveness of ongoing reforms in the Republic of Uzbekistan, to create conditions for the comprehensive and rapid development of the state and society, to implement the priorities of modernization of the country and liberalization of all spheres of life.

It is not for nothing that the Decree of the President of the Republic of Uzbekistan dated January 28, 2022 No. PF-60 "On the Development Strategy of New Uzbekistan for 2022-2026" set the 3rd goal as "Adaptation of the institutional framework for the activities of local government bodies to the requirements of the times".

The sustainable development of the economy of the independent Republic of Uzbekistan and the impact of foreign economic relations on the country's economy place completely new demands on the content and quality of public finance management. In turn, public finance plays an important role in determining the state of the state's economic system. The negative impact of the global financial and economic crisis on the economies of a number of countries, which is of great concern to the world community, Its use requires the development and reliable use of reliable methods that serve the development of the economy, based on the principles of transparency, stability and productivity, in accordance with the best standards of international practice.

Timely and full implementation of a number of socio-economic tasks of the state requires a certain financial basis, the central link of which is the state budget. In this regard, a number of measures are being taken in the framework of budget reforms, including the adoption of a new Tax Code and a completely new Budget Code to improve budget legislation, the gradual implementation of state budget treasury execution mechanisms, the establishment of a public procurement system. and the development of effective mechanisms to ensure the targeted use of budget funds, the introduction of elements of results- oriented budgeting in medium-term budget planning and targeted spending of budget funds, as well as the important role of the state budget

in economic and social development. At the current stage of socio-economic development, budget revenues are growing with the development of production, increasing incomes of economic entities and the population, expanding the tax base, increasing the number of forms of ownership.

However, during this period, the multifaceted needs of society have not diminished, on the contrary, there are new measures, projects, directions, which are essentially funded by the budget. Funding them in full will require more funding. However, the possibility of a steady increase in revenue (especially through tax increases) is limited by current tax legislation. At the same time, an unreasonable increase in taxes seriously undermines the economic activity of economic entities, suppresses their interest in developing production and increasing its efficiency. In this situation, it is not always possible to balance budget expenditures with budget revenues

2. LITERATURE REVIEW.

Local budgets play an important role in the implementation of national economic and social tasks, primarily in the allocation of public funds and the development of social infrastructure. Distribution and delivery of produced goods to the population is carried out mainly through the budget system. It is known that the bulk of consoumser funds are formed through budgets. At the same time, the main expenditures related to public education, health, social security, housing and communal services will be covered by local budgets. The implementation of social protection policy by the state requires a large amount of material and financial resources, and these important tasks are entrusted to local authorities. Funding for social protection measures is mainly provided by local budgets.

Full identification of the tax revenue base of local budgets, in particular, the distribution of taxes between different levels of budgets and the determination of the optimal amount of inter-budgetary transfers, ensuring the stability of tax revenues, as well as developing a science-based tax revenue forecast are important aspects of regional revenue policy motivation. Plays an important role in assessing the tax potential of local budgets.

The formation of tax revenues of local budgets is a multifactorial process, which takes into account the influence of economic, tax administration, regulatory, legal and political factors plays an important role in strengthening the revenue base. Local budgets are also an important factor in increasing the potential of financial resources by strengthening the tax revenue base and ensuring the stability of local budgets.

Modern science defines tax forecasting as an assessment of the tax potential and receipts of taxes and fees in the budgetary system (republican, regional, district, city budgets, as well as off-budget state trust funds). It is carried out on the basis of a forecast of the socio-economic development of the state.

Scientists and experts have the same approach to determining the tax burden at the macro level. There is no consensus on its definition at the micro level, including at the level of business entities. This is because the source to which taxes are attributed is interpreted differently by the authors. That is, a number of economists determine the tax burden relative to profit or income.

3. RESEARCH METHODOLOGY.

Economic analysis of the country's local tax system and tax policy, collection of data on tax revenues, current new indicators of tax revenues by regions, analysis of data collected, generalization and logical thinking research methods have been widely used.

4. ANALYSIS AND DISCUSSION OF RESULTS.

Tax revenues play a special role in the formation of state budget revenues (Table 1). A structural analysis of the state budget revenue data for the last 2 years shows that the share of indirect taxes in total budget revenues is 116.4%, which means that the fiscal role of indirect taxes in the formation of state budget revenues is high. Total revenues of budget revenues in 2021-2022 will amount to 34,496 billion soums.

Table 1

Information on budget revenues as of March 31, 2021-2022

billion in soums

№	Types of taxes	As of March 31, 2021	As of March 31, 2022	Share (inpercent)	Growth rate
Revenues to the budget, total		29 385	34 496	100	117.4
including:					
1	Direct taxes	13 012	15 140	43.9	116.4
2	Indirect taxes	9 027	10 952	31.7	121.3
3	Resource fees and property taxes	5 717	5 956	17.3	104.2
4	State duties and penalties	648	888	2.6	137
5	Other taxes and fees	980	1 560	4.5	159.2

The stability of tax revenues in a particular region in a country depends on the level of development of the region, the growth of production in it, the sectoral budget potential of the regions, to develop entrepreneurship and small business to expand the taxbase in the regions, to stimulate the inflow of foreign investment into the regions, state budget revenues and expenditures effective and correct organization of budget execution, ensuring targeted use of budgetfunds, achieving qualification of employees of financial and budgetary and treasury bodies, transparency, efficiency and effectiveness of budget execution using structure of the economy, the development of small business. In order to ensure the stability of state budget revenues, to improve the economic and related an automated system of budget execution It is advisable to take measures such as.

Another aspect of indirect taxes is that they reduce the money supply and curb inflation. However, these taxes reduce the real incomes of the working population (due to the indirect rise in prices for consumer goods and services). Indirect taxes include value added tax, excise tax, customs duties, and taxes on the use of mineral resources

Table 2

The structure and structure of the state budget of the Republic of Uzbekistan as of 2021

billion in soums

Indicators	As of 2021
COSTS (WITHOUT TARGETS) - TOTAL	74 231,8
Social spending	63 176,7
Economic costs	16 692,8
Financing of investment costs	18 843,7

Maintenance costs of public administration, justice and the prosecutor's office	7 443,4
Judicial maintenance costs	383,0
Self-government maintenance costs	817,7
Debt service and repayment costs	1 816,4
Other expenses	22 360,3

According to the data, the share of social expenditures in the state budget is high. In particular, this series of expenditures in 2021 will account for 58.8-56.4% of total budget expenditures and will amount to 63,176.7 billion soums.

About 57-60% of social expenditures, or 29,961.1 billion soums, are spent on education. These costs include costs associated with the maintenance of pre-school education, general secondary and secondary special education, staff training and other institutions of the system of continuing education, providing state-guaranteed educational services includes.

5. CONCLUSIONS AND SUGGESTIONS.

In short, it is an objective necessity for the state to fulfill its functions, as well as to accumulate in its hands a certain part of the financial resources created in the country to achieve the strategic goals facing it at one stage of development. At the same time, the scale of redistribution of funds through public finances depends in many respects on the state andlevel of development.

REFERENCES

1. Decision No. PQ-4555 of the President of the Republic of Uzbekistan of December 30, 2019 "On measures to ensure the implementation ofthe law of the Republic of Uzbekistan "On the state budget of the Republic of Uzbekistan for 2020".
2. Mirziyoev Sh.M. Critical analysis, strict discipline and personal responsibility should bethe daily rule of activity of every leader. - T.: Uzbekistan, NMIU, 2017. - 104 p.
3. Soatova N. REGULATION OF REVENUES OF LOCAL BUDGETS. World economic&Finance Bulletin. 2023 April ISSN: 2749-3628 1-2.

Soatova, Nodira (2021) "FACTORS STRENGTHENING THE TAX BASE OF LOCAL BUDGETS," International Finance and Accounting: Vol. 2021: Iss. 4, Article 9. https://uzjournals.edu.uz/interfinance/vol2021 /iss4/9

4. Nuralievich, Sultanov Sherali, and Soatova Nodira Bobokhanovna. "Issues Of Strengthening Taxable Revenue Bases Of Local Budgets." Journal of Positive School Psychology 6.9 (2022): 4301-4308.
5. Bobokhanovna, Nodira Soatova, and Sherali Sultonov Nuraliyevich. "Local Budgets Mechanisms for Strengthening Tax Income Bases." Czech Journal of Multidisciplinary Innovations 4 (2022): 25-37.
6. Khotamjon Kobulov, Sherzod Jalilov, Sherali Sultanov, Nodira Soatova. Modeling the processes of forming a strategy for the revenue potential of local budgets // Journal of Advanced Research in Dynamic and Control Systems. VOLUME 12, ISSUE 6. 2020. DOI: 10.5373 / JARDCS / V12I6 / S20201161. Pages: 1210-1216
7. Tokhir Malikov, Sherzod Jalilov, Khotamjon Kobulov, Sherali Sultonov. Methodological

approaches to assessing and forecasting the tax potential of the region // Turkish Journal of Computer and Mathematics Education Vol.12 No.11 (2021), May 2021, p. 7056-7060

8. Sherali Sultonov Nuraliyevich, & Nodira Soatova Bobokhanovna. (2022). Ways of Fund Market Development in Uzbekistan. Eurasian Scientific Herald, 7, Page 13–21.
9. Sultonov, Sherali, ET AL. "Development ways of stock market in Uzbekistan (in the case of “TASHKENT” republican stock exchange)."Journal of Critical Reviews 7.11 (2020): 1476-1482.
10. Sultonov Sh.N. O‘zbekistonda fond bozorini rivojlantirish yo‘llari. Iqtisodiyot va ta'lim / 2022-yil 5-son. 185-bet.
11. Sherali Sultonov. Directions of state regulation of the stock market. EPRA International Journal of Economic Growth andEnvironmental Issues - Peer Reviewed Journal.Volume: 9 | Issue: 2 | February 2021 | JournalDOI : 10.36713/epra0713 | SJIF Impact Factor(2021): 8.047

AHOLINI IJTIMOIY HIMOYA QILISH TIZIMINI TAKOMILLASHTIRISH MASALALARI

Saydullayeva Dinora Atabekovna
Urganch Ranch texnologiya universiteti 2501 - “Iqtisodiyot” guruhi magistratura talabasi
https://doi.org/10.5281/zenodo.20696496

Annotatsiya. *Ushbu maqolada bozor iqtisodiyoti sharoitida aholini ijtimoiy himoya qilish tizimi, uning zaruriyati va o‘ziga xos xususiyatlari yoritilgan. Shuningdek, bozor iqtisodiyoti sharoitida aholini ijtimoiy himoya qilish tizimi tadqiqiga qaratilgan xulosa yoritilgan.*

Аннотация*. В данной статье рассматривается система социальной защиты населения в условиях рыночной экономики, ее необходимость и специфические особенности. Также приводятся выводы по результатам исследования системы социальной защиты населения в условиях рыночной экономики.*

Abstract*. This article discusses the system of social protection of the population in a market economy, its necessity and specific features. It also provides a conclusion on the study of the system of social protection of the population in a market economy.*

Kalit so‘zlar. *Aholi, ijtimoiy himoya qilish, tizim, ijtimoiy himoya qilish tizimi, takomillashtirish.*

Ключевые слова. *Население, социальная защита, система, система социальной защиты, совершенствование.*

Key words*. Population, social protection, system, social protection system, improvement.*

Aholini ijtimoiy himoya qilish har qanday davlatning muhim vazifasi bo‘lib hisoblanadi. Chunki, ijtimoiy himoya tizimi fuqarolarning munosib hayot kechirishi, ularning huquq va manfaatlarini ta’minlash hamda ijtimoiy xavf-xatarlardan muhofaza qilishga qaratilgan chora-tadbirlar majmuasini anglatadi. Ushbu tizim tarkibida aholi daromadlari o‘rtasidagi tafovutlar, ishsizlik, nogironlik, qarilik va boshqa ijtimoiy muammolarning mavjudligi ijtimoiy himoya tizimini doimiy ravishda takomillashtirib borishni talab etadi. amonaviy sharoitda ijtimoiy himoya esa kam ta’minlangan aholi qatlamlarini qo‘llab-quvvatlash va inson kapitali rivojlanishi uchun zarur shart-sharoitlar yaratish, ijtimoiy barqarorlikni ta’minlash va aholi farovonligini oshirishga ham xizmat qiladi. Shu bois, ijtimoiy himoya tizimini takomillashtirish davlat siyosatining ustuvor yo‘nalishi sifatida namoyon bo‘ladi.

Aholini ijtimoiy himoya qilish tizimini takomillashtirish yuzasilan turli tadqiqotlar olib borilgan. Bu borada zamonaviy iqtisodiyotda samarali ijtimoiy himoya tizimi zarur bo‘lib, u “inson uchun iqtisodiyot” bo‘lishga qaratilgan. Ya’ni, ushbu tizim har bir insonning ijtimoiy-iqtisodiy holatidan yoki u mansub bo‘lgan ijtimoiy-iqtisodiy guruhdan qat’iy nazar, uning mehnat salohiyatidan foydalanish imkonini beradi [1]. Shunisi e’tiborga loyiqki, asosiy yo‘nalish aholini ijtimoiy himoya qilish tizimini takomillashtirish qatorida unga oid odilona siyosat olib borish talab etiladi. Unga binoan, ijtimoiy sohani yaxshilash bo‘yicha yangi siyosat va islohotlarni amalga oshirishni rejalashtirgan har qanday davlat fuqarolarni ushbu siyosat va islohotlarga asosiy ta’sir ko‘rsatuvchi omil sifatida hisobga olishi kerak [2]. Undan tashqari, mamlakatimizda kam ta’minlanganlik holatlarini cheklashga qaratilgan siyosatni amalga oshirish belgilangan. Ushbu

siyosatni amalga oshirish uchun qishloq joylarda yangi samarali ish o‘rinlari tashkil etadigan chora-tadbirlarni yanada kuchaytirish zarur [3]. Biroq, ijtimoiy himoya dasturlari past va o‘rta daromadli mamlakatlarda keng tarqalmoqda. Bu borada ular faoliyat yuritayotgan muhitga mos keladigan o‘ziga xos xususiyatlarga ega bo‘ladilar [4].

Darhaqiqat, ijtimoiy himoya tizimi aholining turli qatlamlarini ijtimoiy xavflardan muhofaza qilishga qaratilgan iqtisodiy, huquqiy va tashkiliy chora-tadbirlarni o‘z ichiga oladi. Ushbu tizimning asosiy maqsadi insonlarning hayot sifati va turmush darajasini yaxshilashdan iborat bo‘ladi. Ya’ni, ijtimoiy himoyaning ahamiyati aholining ehtiyojmand qatlamlarini moddiy qo‘llab-quvvatlash, kambag‘allik darajasini qisqartirish, aholi daromadlarini barqarorlashtirish, ijtimoiy tenglik va adolatni ta’minlash, mehnatga layoqatsiz fuqarolarni muhofaza qilish va jamiyatda ijtimoiy barqarorlikni saqlash kabilarda namoyon bo‘ladi.

Bugungi kunda ijtimoiy himoya tizimi pensiya ta’minoti, ijtimoiy nafaqalar, ijtimoiy xizmatlar, bandlikni ta’minlash dasturlari, tibbiy xizmatlar va boshqa yo‘nalishlarni qamrab oladi. Biroq, iqtisodiyotdagi o‘zgarishlar, globallashuv jarayonlari va mehnat bozoridagi yangi talablar ijtimoiy himoya tizimiga yangi yondashuvlarni talab qilmoqda. Aholi sonining ortishi, urbanizatsiya jarayonlari, demografik o‘zgarishlar hamda iqtisodiy xavflar ijtimoiy siyosat samaradorligini oshirishni taqozo etadi. Buning uchun zamonaviy axborot texnologiyalaridan foydalanish, ehtiyojmand oilalarni aniqlash tizimini takomillashtirish va ijtimoiy xizmatlar sifatini oshirish talab etiladi.

Shuningdek, ijtimoiy himoya tizimini takomillashtirishning asosiy sabablari quyidagi yo‘nalishlardan iborat bo‘ladi:

birinchidan, kambag‘allik va ijtimoiy tengsizlikni kamaytirish zarurati. Bu borada ayrim aholi qatlamlarining daromadlari yetarli emasligi ularni davlat tomonidan qo‘llab-quvvatlashni talab qiladi.

ikkinchidan, aholining zaif qatlamlarini samarali himoya qilish lozimligi. Unga asosan, pensionerlar, nogironligi bo‘lgan shaxslar, yolg‘iz keksalar va ko‘p bolali oilalar davlatning doimiy e’tiborida bo‘lishi kerak.

uchinchidan, ijtimoiy yordamning manzilliligini ta’minlash muhim ahamiyatga ega. Bu bo‘yicha yordam haqiqatan muhtoj bo‘lgan shaxslarga yetib borishi lozim.

to‘rtinchidan, raqamli texnologiyalarni joriy etish orqali ijtimoiy xizmatlar sifatini yaxshilash zarur.

Yuqoridagilardan kelib chiqib, ijtimoiy himoya tizimini takomillashtirish quyidagi yo‘nalishlarda namoyon bo‘ladi:

1) Manzilli ijtimoiy yordamni kuchaytirish: Ushbu manzilli yordam orqali davlat mablag‘lari haqiqatan ham ehtiyojmand aholi qatlamlariga yo‘naltiriladi. Buning uchun aholining daromadlarini aniq baholash tizimini joriy etish, ehtiyojmand oilalarning yagona elektron reestrini shakllantirish, ijtimoiy nafaqalarni tayinlashda shaffoflikni ta’minlash va inson omilini kamaytirish orqali korrupsiya holatlarining oldini olish zarur.

2) Pensiya tizimini modernizatsiya qilish: Bu borada aholining qarishi va umr ko‘rish davomiyligining ortishi pensiya tizimini takomillashtirishni talab etadi. Pensiya tizimini rivojlantirish uchun pensiya miqdorlarini inflyatsiya darajasiga mos ravishda indeksatsiya qilish, pensiya jamg‘armalarining moliyaviy barqarorligini ta’minlash, fuqarolarning ixtiyoriy pensiya

jamg‘armalarida ishtirokini rag‘batlantirish va pensiya tayinlash jarayonlarini raqamlashtirish lozim.

3) Bandlikni ta’minlash va ishsizlikni kamaytirish: Bu bo‘yicha barqaror daromad manbai insonlarning davlat yordamiga bo‘lgan ehtiyojini kamaytiradi. Ushbu maqsadda yangi ish o‘rinlarini yaratish, kichik biznes va xususiy tadbirkorlikni qo‘llab-quvvatlash, kasb-hunarga o‘qitish markazlari faoliyatini kengaytirish hamda yoshlar va xotin-qizlar bandligini oshirish choralarini ko‘rish lozim.

4) Nogironligi bo‘lgan shaxslarni qo‘llab-quvvatlash: Mazkur nogironligi bo‘lgan shaxslar huquqlarini ta’minlash va ularning jamiyat hayotida to‘liq ishtirok etishi uchun yetarli shart-sharoit yaratish asosiy masala bo‘lib qaraladi. Bu sohada inklyuziv ta’limni rivojlantirish, maxsus infratuzilmalarni yaratish, reabilitatsiya xizmatlarini kengaytirish va mehnat bozorida teng imkoniyatlarni ta’minlash muhim ahamiyatga ega.

5) Tibbiy va ijtimoiy xizmatlar sifatini oshirish: Aholining salomatligini ta’minlash uchun ushbu tibbiy xizmatlardan foydalanish imkoniyatlarini kengaytirish ijtimoiy himoya yo‘nalishi bo‘lib hisoblanadi. Buning uchun tibbiyot muassasalarining moddiy-texnik bazasini mustahkamlash, zamonaviy diagnostika va davolash usullarini joriy etish, birlamchi tibbiy xizmatlar sifatini oshirish va ijtimoiy xizmat ko‘rsatish muassasalari faoliyatini takomillashtirish talab etiladi.

Shular bilan birgalikda, aholini ijtimoiy himoya qilish tizimini takomillashtirish muhim masala sifatida qaralar ekan, O‘zbekistonda aholini ijtimoiy himoya qilish sohasida keng ko‘lamli islohotlar amalga oshirilmoqda. So‘nggi yillarda ijtimoiy yordam va xizmatlarning manzilliligini ta’minlash, kambag‘allikni qisqartirish hamda aholi turmush darajasini oshirishga qaratilgan chora-tadbirlar kuchaytirildi.

Ijtimoiy himoyaning yagona axborot tizimlari joriy etilmoqda, pensiya va nafaqalarni tayinlash jarayonlari soddalashtirilmoqda. Kam ta’minlangan oilalarni qo‘llab-quvvatlash, yoshlar va xotin-qizlarni ish bilan ta’minlash bo‘yicha davlat dasturlari amalga oshirilmoqda. Nogironligi bo‘lgan shaxslarni ijtimoiy qo‘llab-quvvatlash, ularning ta’lim olishi va mehnat qilish imkoniyatlarini kengaytirishga qaratilgan choralar ham ko‘rilmoqda. Bu islohotlar esa aholining ijtimoiy himoya darajasini oshirishga xizmat qilmoqda. Bu borada ijtimoiy himoyani qo‘llab-quvvatlash fuqarolarning ijtimoiy xavfsizligini ta’minlash, kambag‘allikni kamaytirish va inson salohiyatini rivojlantirishga xizmat qiladi. Uning samarali faoliyati jamiyat farovonligi va davlatning barqaror rivojlanishida muhim o‘rin tutadi.

Xulosa sifatida shuni aytish mumkinki, aholini ijtimoiy himoya qilish tizimini takomillashtirish mamlakatning barqaror ijtimoiy-iqtisodiy rivojlanishini ta’minlash sharti bo‘lib hisoblanadi. Bu borada samarali ijtimoiy himoya tizimi aholining ehtiyojmand qatlamlarini qo‘llab-quvvatlash, kambag‘allikni qisqartirish, ijtimoiy adolatni ta’minlash va inson kapitali rivojlanishi uchun qulay shart-sharoit yaratadi. Zamonaviy sharoitda ijtimoiy himoya tizimini raqamlashtirish, manzilli yordamni kuchaytirish, bandlikni ta’minlash, pensiya tizimini takomillashtirish hamda tibbiy va ijtimoiy xizmatlar sifatini oshirish asosiy masala bo‘lib qolmoqda. Ushbu chora-tadbirlarning izchil amalga oshirilishi aholi farovonligini yuksaltirish va jamiyatda ijtimoiy barqarorlikni mustahkamlashga xizmat qiladi. Bu esa aholining turmush darajasini yaxshilash, ijtimoiy adolatni ta’minlash va jamiyatda barqaror taraqqiyotga erishishda muhim omil bo‘lib xizmat qilmoqda.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Abdullaeva Sh. Stages of improving the policy of social protection of the population. // Aktuar moliya va buxgalteriya hisobi ilmiy jurnali, 2024, 4(11). - 170.
2. Markaev Z., Aytboev M., Khaydarova D. Characteristics of the social protection system in rural society modernization: a policy approach. // E3S Web of Conferences 258, 05042 (2021), UESF-2021. - pp. 1-6.
3. Salimov Sh.Yu. Aholini ijtimoiy himoya qilish va uni yanada takomillashtirish muammolari. // “Oriental Art and Culture” Scientific-Methodical Journal, 1, IV/2019. - 77 b.
4. Banerjee A., Hanna R., Benjamin A.Olken, Lisker D.S. Social Protection in the Developing World. April, 2024. https://economics.mit.edu/sites/default/files/2023-08/Social_Protection_paper_manuscript.pdf

MINTAQA RAQOBATBARDOSHLIGINI EKONOMETRIK VA STATISTIK USULLAR ASOSIDA BAHOLASH

Rahmonova Yulduz Farhodovna
Urganch Ranch universiteti “Iqtisodiyot” yo‘nalishi 1-kurs magistratura talabasi.
https://doi.org/10.5281/zenodo.20748043

Annotatsiya. *Ushbu maqolada mintaqa raqobatbardoshligini miqdoriy baholashning zamonaviy ekonometrik va statistik usullari tahlil qilingan. Bu borada tadqiqotda Hausman testi asosida qattiq samaralar modeli tanlangan va Moran I statistikasi yordamida fazoviy avtokorrelyatsiyasi aniqlangan. Shuningdek, Xorazm viloyati misolida investitsiya muhiti va innovatsion faollikning mintaqa raqobatbardoshligiga hal qiluvchi ta’siri yuzasidan xulosa va tavsiyalar berilgan.*

Аннотация. *В данной статье анализируются современные эконометрические и статистические методы количественной оценки региональной конкурентоспособности. В этом контексте в исследовании выбрана модель жестких эффектов на основе теста Хаусмана и выявлена пространственная автокорреляция с использованием статистики Морана I. Также даны выводы и рекомендации относительно решающего влияния инвестиционной среды и инновационной активности на региональную конкурентоспособность на примере Хорезмской области.*

Abstract. *This article analyzes modern econometric and statistical methods for quantitative assessment of regional competitiveness. In this regard, the study selected a rigid effects model based on the Hausman test and identified spatial autocorrelation using Moran I statistics. Also, conclusions and recommendations are given on the decisive impact of the investment environment and innovative activity on regional competitiveness on the example of the Khorezm region.*

Kalit so‘zlar. *Mintaqa raqobatbardoshligi, panel ma’lumotlari, klaster tahlili, DEA, fazoviy ekonometrika, kompozit indeks, Hausman testi, Moran I statistikasi.*

Ключевые слова. *Региональная конкурентоспособность, панельные данные, кластерный анализ, DEA, пространственная эконометрика, составной индекс, тест Хаусмана, статистика Морана I.*

Key words. *Regional competitiveness, panel data, cluster analysis, DEA, spatial econometrics, composite index, Hausman test, Moran I statistics.*

Kirish. Globallashuv va raqamli iqtisodiyot sharoitida mintaqalar o‘rtasidagi raqobat kuchayib bormoqda. Bu holatda mintaqa raqobatbardoshligi zamonaviy iqtisodiy tahlilning asosiy yo‘nalishi sifatida hududning mahsulot va xizmatlar bozorida tutgan o‘rnini, ishlab chiqarish samaradorligini hamda iqtisodiy o‘sish sur’atlarini kompleks ifodalaydi. Bu esa milliy iqtisodiyot va alohida mintaqalar, shaharlar va hududiy klasterlar uchun muhim ahamiyat kasb etadi. Shularga asosan, O‘zbekistonda amalga oshirilayotgan keng ko‘lamli iqtisodiy islohotlar sharoitida mintaqaviy rivojlanish masalasiga aylangan. Ushbu masalaning yechimi esa Xorazm viloyatida kuzatilayotgan iqtisodiy o‘zgarishlar, sanoat sohasini tartibga solish islohotlari hamda investitsiyalarni jalb qilish borasidagi chora-tadbirlar mintaqa raqobatbardoshligini ilmiy asosda

baholashni taqozo etadi. Shu bois, mintaqaviy raqobatbardoshlikni zamonaviy ekonometrik va statistik usullar yordamida baholash muhim ahamiyat kasb etadi.

Adabiyotlar sharhi. Mintaqa raqobatbardoshligi kontseptsiyasi XX asrning oxirida iqtisodiy nazariyaning mustaqil yo‘nalishi sifatida shakllandi. Ushbu tushunchaning asosiy nazariy asosini Porterning (1990-y.) “millatlar raqobat ustunligi” asari tashkil etadi [1]. Uning modelida raqobatbardoshlik omil shartlari - ishchi kuchi, kapital, infratuzilma va tabiiy resurslar; talab shartlari - ichki bozordagi talabning sifati va xususiyatlari; bog‘liq va yordamchi tarmoqlar - raqobatbardosh ta’minotchi va sherik tarmoqlar va firma strategiyasi, tuzilmasi va raqobat - mahalliy raqobat muhiti kabi asosiy omillar orqali tushuntiriladi.

Krugman (1991-y.) esa yangi iqtisodiy geografiya nazariyasi aglomeratsiya samaralari va fazoviylik kontsentratsiyasiga alohida e’tibor qaratadi [2]. Ushbu nazariya bo‘yicha hududiy klasterlar shakllanishi o‘ziga tortuvchi kuchlar (masshtab iqtisodiyoti va mahalliy bozor effektlari) va tarqatuvchi kuchlar (yer narxi va tirbandlik) o‘rtasidagi mutozana natijasida yuzaga keladi.

Storper (1997-y.) “mintaqaviy jahon” kontseptsiyasida bilim va texnologiyalarning mintaqaviy to‘planishi, norasmiy aloqalar va ishonch muhitining raqobatbardoshlikdagi rolini alohida ta’kidlaydi [3]. Ushbu nazariy asos keyinchalik WEF (Jahon iqtisodiy forumi) va IMD (Boshqaruvni rivojlantirish instituti) global raqobatbardoshlik indekslari orqali takomillashib borgan.

Annoni va Kozovskalar (2010-y.) Yevropa Ittifoqining 271 ta NUTS-2 mintaqasi uchun mintaqaviy raqobatbardoshlik indeksini (RCI) ishlab chiqishda PCA usulidan foydalanganlar [4]. Ularning metodologiyasi 11 ta ustun va 79 ta ko‘rsatkichni o‘z ichiga olgan. Ushbu tadqiqot keyingi yillarda davom ettirilib, RCI indeksi shaklida 2016- va 2019-yillarda yangilangan.

Huggins va Thompsonlar (2015-y.) Buyuk Britaniya mintaqalari uchun raqobatbardoshlik indeksini ishlab chiqishda omilli tahlil va panel regressiya usullarini keng qo‘llaganlar [5]. Ularning natijalari mintaqaviy raqobatbardoshlik va iqtisodiy o‘sish o‘rtasidagi uzoq muddatli kointegrasiya aloqasini tasdiqlagan.

Gardiner, Martin va Teyler (2004-y.) esa Buyuk Britaniya NUTS-3 mintaqalari uchun panel ma’lumotlari asosida mintaqaviy o‘sish omillarini tadqiq etganlar [6]. Qat’iy ta’sirlar modeli natijalari ko‘rsatishicha, inson kapitali va infratuzilmaga investitsiyalar mintaqaviy o‘sishning asosiy determinantlari bo‘lib hisoblanadi.

Feldkircher (2006-y.) Markaziy va Sharqiy Yevropa mamlakatlari mintaqalari uchun tizimli umumlashtirilgan momentlar usuli yordamida o‘sish konvergensiyasini o‘rganib, endogenlik muammosini bartaraf etgan [7]. Bu boradagi natijalar shuni ko‘rsatdiki, inson kapitalining boshlang‘ich darajasi mintaqaviy konvergensiyada hal qiluvchi ahamiyatga ega.

Anselin (1988-y.) asari esa fazoviy ekonometrikaning nazariy va amaliy asoslarini yaratdi [8]. Keyinchalik, Le Gallo va Ertur (2003-y.) fazoviylik filtrlash usulidan foydalanib, Yevropa mintaqalari o‘rtasidagi texnologik ta’sir natijalarini o‘rganganlar.

Rey va Montouri (1999-y.) AQSh shtatlari o‘rtasidagi daromad konvergensiyasini LISA (Fazoviy bog‘liqlikning mahalliy indikatorlari) usuli yordamida tahlil qilib, mintaqaviy iqtisodiy faollikning geografik jihatdan klasterlashish tendensiyasini aniqlagan [9].

O‘zbekistonda ham mintaqaviy raqobatbardoshlik va iqtisodiy tahlil sohasida qator muhim tadqiqotlar amalga oshirilgan. Bu borada O‘zbekiston mintaqalari uchun inson kapitalining iqtisodiy o‘sishga ta’siri panelli uzoq muddatli bog‘liqlik usuli yordamida o‘rganilgan. Unga

asosan, Xoliqov (2021-y.) Xorazm viloyatida sanoat klasterlarini shakllantirish imkoniyatlarini chuqur tahlil qilgan [10].

Tadqiqot metodologiyasi. Ushbu maqolada ko‘p o‘lchovli ko‘rsatkichlar tizimini soddalashtirib, kompozit indeks yaratish maqsadida PCA usuli qo‘llanildi. Kaiser mezoni bo‘yicha xos qiymati 1 dan katta bo‘lgan komponentlar tanlab olindi. Eng katta dispersiyaga aylantirish rotatsiyasi yordamida omillarni talqin qilish osonlashtirildi. Mintaqalar tipologiyasini aniqlash uchun esa Ward metodi yordamida dendrogramma qurilib, klasterlar soni aniqlandi. K-means algoritmida belgilangan klaster soni bilan yakuniy tipologiya shakllantirildi. Klasterlar sifatini baholash uchun Calinski-Harabasz va Silhouette koeffitsientlari ham hisoblandi. Samaradorlik tahlili usuli yordamida har bir mintaqaning nisbiy samaradorligi baholandi. CRS (o‘lchamga nisbatan doimiy qaytim) va VRS (o‘lchamga nisbatan o‘zgaruvchan qaytim) modellari ham chiqim yo‘nalishi bo‘yicha ishlatildi. Samaradorlik chegarasida joylashgan mintaqalar sifatida qabul qilinib, qolgan mintaqalar ulardan qanchalik uzoqda ekanligini o‘lchash imkoniyati berildi.

Tahlil va natijalar. Boshlang‘ich deskriptiv tahlil ko‘rsatishicha, O‘zbekiston mintaqalari o‘rtasida raqobatbardoshlik ko‘rsatkichlari bo‘yicha sezilarli tafovutlar mavjud. Bu borada tadqiqotda qo‘llaniladigan asosiy ko‘rsatkichlar bo‘yicha deskriptiv statistika natijalari keltirilgan (N=196 kuzatuv asosida).

1-jadval

2010-2023-yillardagi asosiy ko‘rsatkichlarning deskriptiv statistikasi [11]

Ko‘rsatkichlar	O‘lchov birligi	O‘rtacha	O‘rtacha og‘ish	Minimum	Maksimum	Og‘ish
Aholi jon boshiga YaIM	mln. so‘m	6,84	2,31	3,12	12,40	0,87
Eksport hajmi	mln. dollar	312,4	198,6	48,2	921,3	1,24
To‘g‘ridan-to‘g‘ri investitsiyalar	mln. dollar	87,3	64,5	5,1	312,8	1,53
Bandlik darajasi	%	64,2	5,8	51,3	74,6	-0,32
O‘rtacha ish haqi	ming so‘m	2841	876	1102	5630	0,64
Ta’lim indeksi	ball	58,4	9,2	38,7	79,3	-0,18
Ilmiy tadqiqot xarajatlari	YaIMga %	0,42	0,19	0,12	0,94	0,71
Patentlar soni	1000 nafar aholi	0,18	0,09	0,04	0,47	0,93
Internet foydalanuvchi	%	52,6	14,3	22,1	81,4	-0,22
Logistika indeksi	ball (1-5)	2,84	0,43	1,92	3,71	0,15
Energiya uzilishi	soat/yil	48,3	22,7	8,4	112,6	1,18
Raqobatbardoshlik ind.	ball (0-1)	0,512	0,142	0,241	0,847	0,09

Ushbu 1-jadval ma’lumotlari tahlili shuni ko‘rsatadiki, aholi jon boshiga YaIM ko‘rsatkichi bo‘yicha mintaqalar o‘rtasida katta tafovut mavjud. Xususan, Toshkent shahri (12,40 mln. so‘m) va Surxondaryo viloyati (3,12 mln. so‘m) o‘rtasidagi farq 4 barobardan ortiq. Xorazm viloyati ushbu ko‘rsatkich bo‘yicha 5,8 mln. so‘m bilan o‘rtacha darajada joylashgan. Og‘ish qiymatlari esa to‘g‘ridan-to‘g‘ri investitsiyalar va ilmiy tadqiqot xarajatlari ko‘rsatkichlari uchun o‘ngga og‘ish (1,53 va 0,71) mavjudligini ko‘rsatadi. Ushbu ko‘rsatkichlar turli yetakchi mintaqlarda to‘planganligini anglatadi.

Shuningdek, O‘zbekiston mintaqalari bo‘yicha asosiy ko‘rsatkichlar ham tahlil qilindi (2-jadval).

2-jadval

2023-yilda hisoblangan O‘zbekiston mintaqalari bo‘yicha asosiy ko‘rsatkichlar [11]

Hududlar	Aholi jon boshiga YaIM (mln. so‘m)	To‘g‘ridan-to‘g‘ri investitsiyalar (mln. dollar)	Bandlik (%)	Ilmiy tadqiqot xarajatlari (%)	Raqobatbar-doshlik indeksi
Toshkent shahri	12,40	312,8	72,3	0,94	0,847
Toshkent viloyati	9,82	198,4	69,1	0,71	0,763
Samarqand viloyati	7,14	124,6	66,8	0,52	0,681
Farg‘ona viloyati	6,93	98,3	65,4	0,48	0,634
Andijon viloyati	6,71	87,9	64,9	0,43	0,618
Namangan viloyati	6,42	79,2	63,7	0,39	0,597
Qashqadaryo viloyati	6,18	112,7	62,1	0,36	0,572
Buxoro viloyati	6,04	94,5	61,8	0,34	0,558
Xorazm viloyati	5,80	62,3	60,4	0,31	0,531
Navoiy viloyati	5,63	58,1	59,6	0,29	0,509
Sirdaryo viloyati	4,97	41,2	57,3	0,24	0,462
Jizzax viloyati	4,62	35,8	55,8	0,21	0,428
Qoraqalpog‘iston Respublikasi	4,31	28,4	53,9	0,17	0,387
Surxondaryo viloyati	3,12	18,6	51,3	0,12	0,241

Mazkur 2-jadvalga asosan, ko‘rsatkichlar o‘rtasidagi korrelyatsiya matritsasi tahlili shuni ko‘rsatdiki, to‘g‘ridan-to‘g‘ri investitsiyalar hajmi va innovatsion faollik o‘rtasida kuchli musbat korrelyatsiya mavjud ($r = 0,72$ va $p < 0,01$). Infratuzilma sifati va mehnat unumdorligi o‘rtasidagi bog‘liqlik ham statistik jihatdan muhim ahamiyatga ega ($r = 0,65$ va $p < 0,01$). Aholi jon boshiga YaIM va raqobatbardoshlik indeksi o‘rtasidagi korrelyatsiya eng yuqori darajada kuzatilgan ($r = 0,81$ va $p < 0,001$).

Qattiq samaralar (FE) va tasodifiy samaralar (RE) modellari o‘rtasida tanlov qilish uchun Hausman testi o‘tkazildi. Test natijasiga ko‘ra $\chi^2(4)$ 18,63 ga va p-qiymat esa 0,0009 ga teng bo‘ldi. Demak, null-gipoteza (RE modeli samarali) rad etilib, qattiq samaralar modeli qo‘llanildi.

Qat’iy samaralar modeli natijalari ko‘rsatishicha, investitsiya muhiti ko‘rsatkichi raqobatbardoshlik indeksiga eng kuchli ta’sir ko‘rsatadi ($\beta_1 = 0,342$, $t = 4,17$ va $p < 0,001$). Bu borada innovatsion faollik indeksi ham muhim o‘zgaruvchi bo‘lib hisoblanadi ($\beta_2 = 0,289$, $t = 3,54$ va $p < 0,001$). Inson kapitali ($\beta_3 = 0,198$, $t = 2,87$ va $p < 0,01$) va infratuzilma sifati ($\beta_4 = 0,156$, $t = 2,34$ va $p < 0,05$) ham statistik jihatdan ta’sir ko‘rsatadi. Modelning umumiy izohlanish kuchi yuqori, ya’ni R^2 qiymati 0,78 ga va R^2 oraliq qiymati esa 0,71 ga teng.

Shuningdek, dinamik panel tahlili natijasiga ko‘ra, raqobatbardoshlik sezilarli inersiya xususiyatiga ega. Xususan, o‘tgan davr raqobatbardoshligi indeksi joriy davrga γ qiymati 0,47 koeffitsient bilan ta’sir qiladi ($p < 0,001$). Bu esa mintaqalar o‘rtasidagi raqobatbardoshlik tafovutlarining o‘rta muddatda saqlanib qolish tendensiyasini tasdiqlaydi. Sargan testi (p) esa 0,34 qiymatga teng natija berdi va bu holatda null-gipoteza rad etilmadi. Bu esa instrumentlarning to‘g‘ri tanlanganligini aks ettiradi.

Barcha 24 ta ko‘rsatkichga PCA qo‘llanilgandan so‘ng, Kaiser mezoniga ko‘ra 5 ta komponent ajratib olindi. Birinchi komponent “iqtisodiy rivojlanish va investitsion faollik” deb nomlanib, umumiy dispersiyaning 31,2 foizini tashkil etdi. Ikkinchi komponent “inson kapitali va ijtimoiy rivojlanish” (18,6 %), uchinchi komponent “innovatsiyalar va texnologiyalar” (12,7 %), to‘rtinchi komponent “infratuzilma” (10,1 %) va beshinchi komponent “demografik holat” (7,8 %) deb nomlandi.

Natijalarga ko‘ra, Ward metodi dendrogrammasi va Calinski-Harabasz mezoni asosida mintaqalar quyidagi klasterga ajratildi:

1-klaster (“yetakchi mintaqalar”) - Toshkent shahri, Toshkent viloyati va Samarqand viloyati. Bu mintaqalar yuqori investitsiyalar, kuchli innovatsion faollik va rivojlangan infratuzilma bilan ajralib turadi.

2-klaster (“o‘rtacha rivojlangan mintaqalar”) - Farg‘ona, Namangan, Andijon, Buxoro, Xorazm va Qashqadaryo viloyatlari. Ushbu guruhda mintaqalar o‘rtacha raqobatbardoshlik ko‘rsatkichlariga ega bo‘lib, iqtisodiy diversifikatsiya imkoniyatlari ham mavjud.

3-klaster (“rivojlanish talab etuvchi mintaqalar”): Surxondaryo, Jizzax, Sirdaryo, Navoiy viloyatlari va Qoraqalpog‘iston Respublikasi. Bu mintaqalar past investitsiyalar, cheklangan infratuzilma va past ish bilan bandlik darajasi bilan tavsiflanadi.

Shulardan kelib chiqib, Xorazm viloyati 2-klasterga kirishi 2013-yildan beri kuzatiladi. Biroq, so‘nggi yillarda ushbu viloyatning ko‘rsatkichlari 1-klasterga yaqinlashish tendensiyasini namoyon etmoqda.

DEA CRS modeli natijalari bo‘yicha samaradorlik chegarasida faqat Toshkent shahri va Toshkent viloyati joylashgan. Ya’ni, unda samaradorlik koeffitsienti qiymati 1,000 ga teng. Qolgan mintaqalar uchun o‘rtacha samaradorlik koeffitsienti 0,683 qiymatni tashkil etdi. Ya’ni, ular o‘z resurslarini 68,3 foiz darajada samarali ishlatmoqda.

Xorazm viloyatining DEA samaradorligi 0,724 tashkil etdi. Ushbu natija viloyat mavjud iqtisodiy va ijtimoiy resurslarini bir oz samarasiz ishlashini ko‘rsatadi. VRS modeli natijalari bo‘yicha Xorazm viloyatining miqyos samaradorligi 0,891 ni va sof texnik samaradorligi esa 0,813 ni tashkil etdi.

Moran I statistikasi hisoblari raqobatbardoshlik koʻrsatkichlari boʻyicha statistik jihatdan muhim fazoviylik klasterlashuvini tasdiqlaydi (I = 0,342, z = 3,17 va p < 0,01). Bu esa qoʻshni mintaqalar oʻrtasidagi ta'sir samaralari mavjudligini bildiradi.

SAR modeli natijalari koʻrsatishicha, fazoviylik lag koeffitsienti (ρ) 0,284 ga teng boʻlgan (p < 0,01). Ya'ni, qoʻshni mintaqalar raqobatbardoshlik koʻrsatkichi 1 birlikka oshganda, berilgan mintaqaning raqobatbardoshligi oʻrtacha 0,284 birlikka oʻsadi. Ushbu natija mintaqalararo iqtisodiy integratsiya va kooperatsiyani kuchaytirish lozimligini koʻrsatadi.

LISA (fazoviy bogʻliqlikning mahalliy koʻrsatkichlari) tahlili natijalariga koʻra, Toshkent shahri va Toshkent viloyati atrofida "yuqori-yuqori" klaster shakllangan, Surxondaryo va Qashqadaryo mintaqalarida esa "past-past" klaster kuzatilgan.

Xulosa va tavsiyalar. Taklif etilgan kompleks metodologiya mintaqa raqobatbardoshligini ob'ektiv va koʻp qirrali baholashga imkon beradi. Panel ekonometrika, fazoviylik tahlili va DEA usullari integratsiyasi esa klassik indeks yondashuvlari kamchiliklarini bartaraf etadi. Tadqiqot natijalari Xorazm viloyati investitsiya siyosati va strategik rejalashtirish hujjatlari uchun ilmiy asos vazifasini oʻtaydi.

Mazkur tadqiqot natijasida mintaqa raqobatbardoshligini baholashning kompleks metodologiyasi ishlab chiqilib, quyidagi asosiy ilmiy xulosalar olindi:

- panel ekonometrika natijalari shuni koʻrsatdiki, investitsiya muhiti (β = 0,342) va innovatsion faollik (β = 0,289) mintaqa raqobatbardoshligiga eng kuchli ta'sir koʻrsatuvchi omillar hisoblanadi. Bu borada R^2 koʻrsatkichining 0,78 ga teng boʻlgan qiymati esa modelning yuqori izohlanish kuchini tasdiqlaydi.

- klaster tahlili Oʻzbekiston mintaqalarini uchta aniq guruhga ajratish imkonini berdi. Xorazm viloyati oʻrtacha rivojlangan mintaqalar guruhiga kiradi va 1-klasterga oʻtish uchun sezilarli salohiyatga ega.

- DEA tahlili boʻyicha Xorazm viloyatining samaradorlik koeffitsienti 0,724 tashkil etib, resurslardan foydalanishda 27,6 foizlik zaxira mavjudligini koʻrsatadi.

- fazoviylik tahlili mintaqalararo ta'sir samaralarini tasdiqlaydi (Moran I = 0,342 va p < 0,01). Ya'ni, qoʻshni mintaqalarning iqtisodiy rivojlanishi Xorazm viloyatiga ijobiy ta'sir koʻrsatadi.

- dinamik panel modeli raqobatbardoshlikning inersiya xususiyatini aniqlaydi (γ = 0,47). Bu esa keng koʻlamli islohotlar qisqa muddatda sezilarli natija bermasligi ehtimolini bildiradi.

Mazkur xulosalardan kelib chiqib, mintaqa raqobatbardoshligini ekonometrik va statistik usullar asosida baholash uchun quyidagi amaliy tavsiyalarni taklif qilamiz:

1) Investitsiya muhitini yaxshilash uchun Xorazm viloyatida iqtisodiy zonalar sonini koʻpaytirish va ularning faoliyatini takomillashtirish, investorlar uchun "bir oynali" xizmat koʻrsatish tizimini joriy etish va byurokratik toʻsiqlarni kamaytirish, strategik tarmoqlar (turizm, qishloq xoʻjaligi qayta ishlash va toʻqimachilik) boʻyicha soliq imtiyozlari va subsidiyalar tizimini ishlab chiqish hamda kredit kafolat fondlari va venchur kapital tizimlarini rivojlantirish.

2) Innovatsion infratuzilmani rivojlantirish borasida Urganch shahrida texnopark va ilm-fan markazlarini tashkil etish va ularga budjet moliyalashuvini koʻpaytirish, universitetlar va korxonalar oʻrtasidagi hamkorlikni ragʻbatlantiruvchi mexanizmlarni joriy etish, raqamli

iqtisodiyot ko‘rsatkichlarini yaxshilash uchun broadband internet infratuzilmasini kengaytirish hamda STEM ta’limini rivojlantirish va kasbga yo‘naltirish tizimini takomillashtirish.

3) Mintaqalararo kooperatsiyani kuchaytirish bo‘yicha Xorazm viloyati va qo‘shni Qoraqalpog‘iston Respublikasi o‘rtasida iqtisodiy zonaning hududiy kooperatsiya dasturini ishlab chiqish, mintaqaviy logistika markazlarini rivojlantirish va tranzit ko‘rsatkichlarini yaxshilash hamda iqtisodiy klasterlar tashkil etib, tarmoqlararo sinergiya samaradan foydalanish.

FOYDALANИLGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Porter M.E. The Competitive Advantage of Nations. - New York: Free Press, 1990. - 855 p.
2. Krugman P. Geography and Trade. - Cambridge: MIT Press, 1991. - 142 p.
3. Storper M. The Regional World: Territorial Development in a Global Economy. - New York: Guilford Press, 1997. - 338 p.
4. Annoni P., Kozovska K. EU Regional Competitiveness Index 2010. - Luxembourg: European Commission JRC, 2010. - 240 p.
5. Huggins R., Thompson P. Competitiveness and the Post-Regional Political Economy. // Journal of Economic Geography, 2015, Vol.15, No.4. - pp. 1-26.
6. Gardiner B., Martin R., Tyler P. Competitiveness, Productivity and Economic Growth across the European Regions. // Regional Studies, 2004, Vol.38, No.9. - pp. 1045-1067.
7. Feldkircher M. Regional Convergence within the EU-25: A Spatial Econometric Analysis. // Bruges European Economic Research Papers, 2006, No.8.
8. Anselin L. Spatial Econometrics: Methods and Models. - Berlin: Springer, 1988. - 284 p.
9. Rey S.J., Montouri B.D. US Regional Income Convergence: A Spatial Econometric Perspective. // Regional Studies, 1999, Vol.33, No.2. - pp. 143-156.
10. Xoliqov A.A. Xorazm viloyatida sanoat klasterlarini shakllantirish istiqbollari. // O‘zbekiston iqtisodiy tahlili, 2021, No.3. – 45-58 b.
11. O‘zbekiston Respublikasi Milliy Statistika qo‘mitasi asosida muallif hisob-kitoblari.

MINTAQA IQTISODIYOTIDA PAXTA-TO‘QIMACHILIK KLASTERLARIINI TASHKIL ETISH TIZIMI

Kazakov Elnur Il’shodovich
Urganch Ranch-texnologiya universiteti “Iqtisodiyot” mutaxassisligi 2501-guruhi magistranti
https://doi.org/10.5281/zenodo.20780969

Annotatsiya. *Ushbu maqolada mintaqa iqtisodiyotida paxta-to‘qimachilik klasterlariini tashkil etish zaruriyati, o‘ziga xos xususiyatlari va ularni amalga oshirish tizimi yoritilgan. Shuningdek, paxta-to‘qimachilik klasterlariini tashkil etish tizimi tadqiqiga oid xulosa keltirilgan.*

Аннотация*. В данной статье рассматривается необходимость организации хлопчатобумажно-текстильных кластеров в региональной экономике, их специфические особенности и система их создания. Также дается заключение по результатам исследования системы организации хлопчатобумажно-текстильных кластеров.*

Abstract*. This article discusses the need for the organization of cotton-textile clusters in the regional economy, their specific features and the system for their implementation. Also, a conclusion is given on the study of the system for organizing cotton-textile clusters.*

Kalit so‘zlar. *Mintaqa, klaster, paxta-to‘qimachilik klasteri, to‘qimachilik, sanoat, mexanizm, tizim.*

Ключевые слова*. Регион, кластер, хлопчатобумажно-текстильный кластер, текстиль, промышленность, механизм, система.*

Key words*. Region, cluster, cotton-textile cluster, textile, industry, mechanism, system.*

Kirish. Ma’lumki, iqtisodiyotda qishloq xo‘jaligi sohasi tarkibida paxtachilik sohasi muhim o‘rin tutadi. So‘nggi yillarda paxta xomashyosini yetishtirish bilan birgalikda, tayyor to‘qimachilik mahsulotlarini ishlab chiqarishgacha bo‘lgan barcha bosqichlarni birlashtiruvchi paxta-to‘qimachilik klasterlari keng joriy etilmoqda. Klaster tizimi ishlab chiqarish samaradorligini oshirish, qo‘shimcha qiymat yaratish, eksport salohiyatini kengaytirish va aholi bandligini ta’minlashda muhim ahamiyat kasb etadi. Chunki, paxta-to‘qimachilik klasteri paxta yetishtirish, uni qayta ishlash, ip-kalava, gazlama va tayyor to‘qimachilik mahsulotlari ishlab chiqarish jarayonlarining yagona tizim asosida tashkil etilgan shakli bo‘lib hisoblanadi. Mazkur yondashuv mintaqalar iqtisodiy rivojlanishiga ijobiy ta’sir ko‘rsatib, mahalliy resurslardan samarali foydalanishga asoslanadi.

Adabiyotlar sharhi. Mintaqa iqtisodiyotida paxta-to‘qimachilik klasterlarini tashkil etish va uning tizimini tadqiq qilish yuzasidan tadqiqotlar olib borilgan. Xususan, ba’zi bir tadqiqotlarda klaster tushunchasi va mohiyati, texnologiyasi va ularning metodikasi, ishlab chiqarish jarayonida samaradorlik jihatlari, qishloq xo‘jaligida yangi imkoniyat va samaradorlik omili ilmiy-tajribaviy jihatlari ko‘rsatilgan [1]. Unga asosan, klaster qishloq xo‘jaligi taraqqiyotida paxtachilik sohasini taraqqiy qildirishga imkon beradi. Boshqa xil tadqiqotlarda esa O‘zbekiston to‘qimachilik sanoatini rivojlantirishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmini takomillashtirish masalalari ko‘rib chiqilgan [2]. Ya’ni, unga asosan, to‘qimachilik sanoatini rivojlantirish bevosita ushbu sohadagi klaster faoliyatiga bog‘liq bo‘ladi. Ayrim tadqiqotlarda esa to‘qimachilik sanoatining raqamli

transformatsiyasi va klasterlarning innovatsion faoliyatini tashkil etish masalalari yoritilgan [3]. Jumladan, bu klasterlar to‘qimachilik sanoatini raqamlashtirishni ta’minlaydi.

Ulardan tashqari, yana boshqa tadqiqotlarga asosan, paxta-to‘qimachilik klasterlarida mahalliy darajada dehqonchilik, chorvachilik va bog‘dorchilik yo‘nalishlarida konsalting xizmatlari ko‘rsatish va tajribalar benchmarketingini yo‘lga qo‘yish asoslangan. Aniqroq qilib aytganda, qishloq xo‘jaligi tovar ishlab chiqarishining mahalliy xususiyatlarini hisobga olgan holda klasterlar samaradorligini oshirish maqsadida ilg‘or bilimlarni ishlab chiqarishga joriy etishni ko‘zda tutuvchi agrokonsalting xizmatlarini ko‘rsatish masalalari yoritilgan [4]. Boshqa yana bir tadqiqotlarga binoan, O‘zbekistonda yetishtiriladigan paxta xom ashyosining qo‘shimcha qiymatini oshirish uchun paxta-to‘qimachilik klasterlarini yaratish zarurligi asoslangan. Bu borada to‘qimachilik va kiyim-kechak ishlab chiqarishni rivojlantirishda klasterlardan foydalanish bo‘yicha xorijiy va mahalliy tajriba ko‘rib chiqilgan hamda klasterlarni yaratishga ta’sir qiluvchi mavjud muammolar va omillar o‘rganilgan [5].

Tahlil va natijalar. Paxta-to‘qimachilik klasterining asosiy maqsadi paxta xomashyosini chuqur qayta ishlash orqali yuqori qo‘shimcha qiymatga ega mahsulotlar ishlab chiqarishga asoslanadi. An’anaviy tizimda paxta yetishtiruvchi xo‘jaliklar, paxta tozalash korxonalari va to‘qimachilik sanoati subyektlari alohida faoliyat yuritgan bo‘lsa-da, klaster tizimida ular yagona iqtisodiy mexanizm sifatida harakat qiladi. Ushbu klasterlarning ahamiyati paxta xomashyosini qayta ishlash darajasini oshirish, mahsulot tannarxini pasaytirish, mehnat unumdorligini oshirish, eksport hajmini ko‘paytirish, yangi ish o‘rinlari yaratish, innovatsion texnologiyalarni joriy etish hamda qishloq va sanoat o‘rtasidagi integratsiyani kuchaytirish kabilarda namoyon bo‘ladi.

Mintaqa iqtisodiyotida klasterlar qishloq xo‘jaligi va sanoat tarmoqlari o‘rtasida mustahkam iqtisodiy aloqalarni shakllantirib, hududning raqobatbardoshligini oshiradi. Bu borada paxta-to‘qimachilik klasterlarini tashkil etish quyidagi o‘zaro bog‘liq bosqichlardan iborat bo‘ladi:

1) Xom ashyo bazasini shakllantirish. Klaster faoliyatining birinchi bosqichi paxta yetishtirish bo‘lib hisoblanadi. Bu bosqichda fermer xo‘jaliklari va klaster korxonasi o‘rtasida shartnomaviy munosabatlar yo‘lga qo‘yiladi. Bu borada klaster fermerlarni yuqori sifatli urug‘lik, mineral o‘g‘itlar, yonilg‘i-moylash materiallari va agrotexnik xizmatlar bilan ta’minlaydi. Natijada, paxta hosildorligi oshadi, mahsulot sifati yaxshilanadi va resurslardan samarali foydalanish ta’minlanadi.

2) Paxtani qayta ishlash jarayoni. Yig‘ib olingan paxta maxsus paxta tozalash korxonalarida qayta ishlanadi. Ushbu jarayonda tola, chigit va boshqa mahsulotlar ajratib olinadi. Klaster tizimida paxta tozalash korxonalari to‘qimachilik sanoati bilan uzviy bog‘langan bo‘lib, xomashyo uzluksiz yetkazib beriladi. Bu esa transport va logistika xarajatlarini kamaytiradi hamda ishlab chiqarish jarayonining uzluksizligini ta’minlaydi.

3) To‘qimachilik mahsulotlari ishlab chiqarish. Paxta tolasi keyingi bosqichda ip-kalava, mato va trikotaj mahsulotlari ishlab chiqarish uchun yo‘naltiriladi. Zamonaviy texnologiyalardan foydalanish mahsulot sifatini xalqaro standartlar darajasiga olib chiqish imkonini beradi. Shu orqali klaster tarkibidagi to‘qimachilik korxonalari mahsulotlarni tayyor holga keltirib, ichki va tashqi bozorlarga yetkazib beradi. Bu jarayon yuqori qo‘shimcha qiymat yaratishga xizmat qiladi.

4) Marketing va eksport faoliyati. Klaster tizimining muhim qismi mahsulotlarni sotish va tashqi bozorlarga chiqarish bo‘lib hisoblanadi. Korxonalar xalqaro ko‘rgazmalarda ishtirok etish, brend yaratish va marketing strategiyalarini amalga oshirish orqali eksport salohiyatini oshiradi.

Bu bo‘yicha eksportbop mahsulotlar ishlab chiqarish mamlakat valyuta tushumlarining ko‘payishiga va tashqi iqtisodiy aloqalarning rivojlanishiga xizmat qiladi.

Shular bilan birgalikda, paxta-to‘qimachilik klasterlarining tashkil etilishi quyidashi yo‘nalishlarda mintaqalar iqtisodiyotiga ijobiy ta’sir ko‘rsatadi:

- klaster tarkibida paxtachilik, qayta ishlash, transport, xizmat ko‘rsatish va savdo sohalarida ko‘pgina ish o‘rinlari yaratiladi;
- mintaqada yangi ishlab chiqarish quvvatlari barpo etilib, iqtisodiyotning tarkibiy o‘zgarishi ta’minlanadi;
- korxonalar tomonidan to‘lanadigan soliqlar va boshqa majburiy to‘lovlar hudud moliyaviy barqarorligini mustahkamlaydi;
- klasterlar oliy ta’lim muassasalari va ilmiy markazlar bilan hamkorlik qilib, yangi texnologiyalarni amaliyotga joriy etadi.

Kelgusida paxta-to‘qimachilik klasterlari esa mamlakatning eksport salohiyatini yanada oshirish, yuqori qo‘shimcha qiymatli mahsulotlar ishlab chiqarish va mintaqalar iqtisodiy rivojlanishini jadallashtirishda muhim yo‘nalish bo‘lib xizmat qiladi. Shularga asosan, mintaqa iqtisodiyotida paxta-to‘qimachilik klasterlariini tashkil etish tizimi quyidagicha tavsiflanadi (1-jadval).

1-jadval

Mintaqa iqtisodiyotida paxta-to‘qimachilik klasterlariini tashkil etish tizimi

Bosqich	Asosiy faoliyat yo‘nalishi	Ishtirokchilar
Resurslarni aniqlash	Yer, suv, mehnat va infratuzilma imkoniyatlarini baholash	Mahalliy hokimiyat, fermerlar va mutaxassislar
Paxta yetishtirish	Zamonaviy agrotexnologiyalar asosida paxta ekish va parvarishlash	Fermer xo‘jaliklari va agronomlar
Xom ashyoni yig‘ish va qayta ishlash	Paxtani terish, saqlash va dastlabki qayta ishlash	Klaster korxonalari va logistika xizmatlari
To‘qimachilik ishlab chiqarishini yo‘lga qo‘yish	Kalava yigirish, mato to‘qish, bo‘yash va pardozlash	To‘qimachilik korxonalari
Tayyor mahsulot ishlab chiqarish	Kiyim-kechak va boshqa tekstil mahsulotlarini tayyorlash	Tikuv-trikotaj korxonalari
Marketing va eksportni amalga oshirish	Ichki va tashqi bozorlarda mahsulotlarni sotish	Savdo tashkilotlari va eksportyorlar
Innovatsiya va rivojlantirish	Yangi texnologiyalar va investitsiyalarni joriy etish	Investorlar va ilmiy muassasalar

Ushbu 1-jadvalga asosa, paxta-to‘qimachilik klasteri tizimi fermer xo‘jaliklari, qayta ishlash korxonalari, tikuv-trikotaj fabrikalari, logistika va savdo tashkilotlari o‘rtasidagi uzviy hamkorlikni ta'minlaydi. Mazkur tizimning asosiy afzalligi xom paxtani faqat sotish bilan cheklanib qolmasdan, ya’ni uni chuqur qayta ishlash orqali yuqori qo‘shilgan qiymat yaratish imkoniyatini berish bilan namoyon bo‘ladi.

Xulosa. Paxta-to‘qimachilik klasterlari mintaqaviy iqtisodiyotni rivojlantirishning samarali mexanizmi bo‘lib hisoblanadi. Ushbu tizim paxta yetishtirishdan boshlab tayyor

mahsulot ishlab chiqarishgacha bo‘lgan barcha jarayonlarni birlashtirib, iqtisodiy samaradorlikni oshiradi. Klasterlar aholi bandligini ta’minlash, eksport hajmini ko‘paytirish, sanoatni modernizatsiya qilish va hududlarning ijtimoiy-iqtisodiy taraqqiyotini ta’minlashda muhim ahamiyat kasb etadi. Shu bois, kelgusida paxta-to‘qimachilik klasterlarini yanada takomillashtirish va ularning faoliyatini qo‘llab-quvvatlash mamlakat iqtisodiyotining ustuvor yo‘nalishi bo‘lib qoladi. Natijada, yangi ish o‘rinlari yaratiladi, eksport salohiyati oshadi, mintaqa iqtisodiyotining raqobatbardoshligi kuchayadi hamda mahalliy byudjetga tushumlar ko‘payadi. Hamda zamonaviy texnologiyalarni joriy etish, resurslardan samarali foydalanish va ishlab chiqarish xarajatlarini kamaytirish orqali klasterlarning iqtisodiy samaradorligi yanada ortadi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO‘YXATI

1. Xalimbetov F.B. Paxtachilik klasteri - qishloq xo‘jaligida yangi imkoniyat va samaradorlik omili. // Academic Research in Educational Sciences, Volume3, Issue12, 2022. - 294 b.
2. Muxiddinova K.S., Muxiddinov Dj.M. To‘qimachilik sanoatini rivojlantirishning tashkiliy-iqtosodiy mexanizmini takomillashtirish. // Международный журнал теории новейших научных исследований, 2024, 2(10). - 137-147 b. https://doi.org/10.71337/inlibrary.uz.ijrs.59811
3. Tojiyev S.M. Paxta-to‘qimachilik klasterlarining innovatsion faoliyatini tashkil etish yo‘llari. // Muhandislik va iqtisodiyot jurnali, 2025-yil, mart, №3-son. - 22 b. https://zenodo.org/records/15048778
4. Kudratova I. Paxta-to‘qimachilik klasterida agrokonsalting xizmatlarini rivojlantirishning istiqbolli yo‘nalishlari. // Iqtisodiy taraqqiyot va tahlil, 2(3), 2024. - 75-81 b. https://doi.org/10.60078/2992-877X-2024-vol2-iss3-pp75-81
5. Khalikov T.L. Problems of creating cotton-textile clusters in the Republic of Uzbekistan and ways to solve them. // American Journal of Management Practice, Vol.2, No.1 (Jan., 2025). - p. 49.

QURILISH MATERIALLARI SANOATIDA STRATEGIK LOYIHALAR PORTFELINI SAMARALI BOSHQARISH MODELI

Ismoilov Dilbek Sa'dullo o'g'li
Raqamli iqtisodiyot va agrotexnologiyalar universiteti magistratura talabasi
https://doi.org/10.5281/zenodo.20919592

Kirish. Global iqtisodiyotda raqobatning kuchayishi, sanoat ishlab chiqarishining raqamli transformatsiyasi va barqaror rivojlanish tamoyillarining keng joriy etilishi korxonalar oldiga strategik boshqaruv tizimlarini takomillashtirish vazifasini qo'ymoqda. Ayniqsa, qurilish materiallari sanoati mamlakat iqtisodiyotining muhim tarmoqlaridan biri sifatida investitsion faollik, infratuzilma rivojlanishi va urbanizatsiya jarayonlarining asosiy drayverlaridan hisoblanadi. Ushbu tarmoqning samarali rivojlanishi ko'p jihatdan korxonalarda amalga oshirilayotgan investitsion, innovatsion va modernizatsion loyihalarning natijadorligiga bog'liq [1].

So'nggi yillarda qurilish materiallari sanoatida energiya samaradorligini oshirish, ishlab chiqarish tannarxini pasaytirish, mahsulot sifatini yaxshilash va ekologik xavfsizlikni ta'minlashga qaratilgan loyihalar soni sezilarli darajada ortmoqda. Biroq korxonalar resurslarining cheklanganligi, investitsion mablag'larning yuqori qiymati va bozor noaniqliklari sababli barcha loyihalarni bir vaqtning o'zida amalga oshirish imkoniyatiga ega emas. Shu sababli loyihalarni tanlash, ustuvorlashtirish va resurslarni optimal taqsimlash masalalari strategik ahamiyat kasb etmoqda [2].

Project Portfolio Management (PPM) konsepsiyasi aynan shu muammoni hal qilishga qaratilgan bo'lib, u loyihalarni alohida tashabbuslar sifatida emas, balki korxona strategiyasiga xizmat qiluvchi yagona portfel elementi sifatida boshqarishni nazarda tutadi. Cooper, Edgett va Kleinschmidt tomonidan olib borilgan tadqiqotlarda loyiha portfelini samarali boshqarish korxona resurslaridan foydalanish samaradorligini oshirishi, innovatsion faoliyat natijadorligini kuchaytirishi va investitsiya risklarini kamaytirishi ta'kidlangan [3]. Shuningdek, PMI (Project Management Institute) tomonidan ishlab chiqilgan standartlarda portfel boshqaruvi korxona strategik maqsadlarini amalga oshirishning eng muhim vositalaridan biri sifatida e'tirof etiladi [4].

Strategik loyihalar portfelini boshqarish korxonaning uzoq muddatli rivojlanish maqsadlari bilan investitsion qarorlar o'rtasidagi muvofiqlikni ta'minlaydi. Meskendahl (2010) tadqiqotlariga ko'ra, loyihalar portfelining strategik mosligi korxona faoliyati samaradorligiga bevosita ta'sir ko'rsatadi va moliyaviy natijalarning yaxshilanishiga xizmat qiladi [5]. Biroq amaliyotda ko'plab korxonalar loyihalarni tanlashda asosan moliyaviy ko'rsatkichlarga tayanib, strategik va innovatsion omillarni yetarli darajada hisobga olmaydi. Natijada qisqa muddatli foyda keltiruvchi loyihalar ustunlikka ega bo'lib, uzoq muddatli raqobatbardoshlikni ta'minlaydigan loyihalar e'tibordan chetda qolishi mumkin [6].

Qurilish materiallari sanoati loyihalar portfelini boshqarish nuqtai nazaridan boshqa tarmoqlardan bir qator o'ziga xos jihatlari bilan farq qiladi. Birinchidan, ushbu tarmoq kapital sig'imining yuqoriligi bilan tavsiflanadi. Masalan, sement, keramika, gips va qurilish oynasi ishlab

chiqarish korxonalarida texnologik liniyalarni yangilash katta hajmdagi investitsiyalarni talab qiladi [7]. Ikkinchidan, energiya sarfining yuqori ulushi ishlab chiqarish xarajatlari tarkibida muhim o‘rin egallaydi. Uchinchidan, ekologik talablarning kuchayishi natijasida uglerod chiqindilarini kamaytirish va “yashil texnologiyalar”ni joriy etish bilan bog‘liq loyihalar soni ortib bormoqda [8].

Mazkur omillar loyihalarni baholashda faqat iqtisodiy mezonlardan foydalanish yetarli emasligini ko‘rsatadi. Zamonaviy ilmiy tadqiqotlarda loyiha portfelini shakllantirishda ko‘p mezonli qaror qabul qilish (Multi-Criteria Decision Making – MCDM) usullaridan foydalanish tavsiya etilmoqda. AHP, TOPSIS, VIKOR va PROMETHEE kabi metodlar moliyaviy, texnologik, strategik va ekologik ko‘rsatkichlarni birgalikda baholash imkonini beradi [9]. Bu esa loyiha tanlash jarayonining obyektivligini oshirishga xizmat qiladi.

Adabiyotlar tahlili shuni ko‘rsatadiki, loyiha portfelini boshqarish bo‘yicha ko‘plab ilmiy tadqiqotlar mavjud bo‘lishiga qaramasdan, ularning asosiy qismi axborot texnologiyalari, energetika, farmatsevtika va yuqori texnologik ishlab chiqarish tarmoqlariga qaratilgan [10]. Qurilish materiallari sanoatida esa investitsion loyihalarning strategik mosligini baholash, ekologik omillarni integratsiyalash va resurslarni optimallashtirish masalalarini kompleks yorituvchi tadqiqotlar nisbatan kam uchraydi. Bu esa mazkur yo‘nalishda yangi ilmiy yondashuvlarni ishlab chiqish zaruratini yuzaga keltiradi.

Shuningdek, amaliyotda korxonalar loyihalarni tanlash va ustuvorlashtirishda ko‘pincha ekspertlarning subyektiv fikrlariga tayanadi. Bunday yondashuv investitsion qarorlar sifatining pasayishiga va resurslarning samarasiz taqsimlanishiga olib kelishi mumkin [11]. Ayniqsa, iqtisodiy beqarorlik sharoitida investitsion risklarning ortishi korxonalardan loyiha portfellarini muntazam qayta ko‘rib chiqish va optimallashtirib borishni talab qiladi [12].

Yuqoridagilardan kelib chiqib, qurilish materiallari sanoati korxonalarida strategik loyihalar portfelini boshqarishning integrallashgan modelini ishlab chiqish dolzarb ilmiy-amaliy masala hisoblanadi. Taklif etiladigan model strategik maqsadlar, moliyaviy samaradorlik, innovatsion rivojlanish, ekologik barqarorlik va risklarni boshqarish omillarini yagona tizimda birlashtirishi lozim. Bunday yondashuv korxonalarning investitsion jozibadorligini oshirish, resurslardan foydalanish samaradorligini yaxshilash va uzoq muddatli raqobatbardoshligini ta’minlashga xizmat qiladi.

Mazkur tadqiqotning maqsadi qurilish materiallari sanoatida strategik loyihalar portfelini samarali boshqarish modelini ishlab chiqish va uning amaliy samaradorligini baholashdan iborat. Tadqiqot doirasida loyiha portfelini boshqarishning nazariy asoslari o‘rganiladi, tarmoq korxonalarida mavjud amaliyot tahlil qilinadi hamda ko‘p mezonli baholash usullariga asoslangan optimallashtirish modeli taklif etiladi.

Tadqiqotning ilmiy yangiligi qurilish materiallari sanoatining o‘ziga xos xususiyatlarini hisobga olgan holda strategik, moliyaviy, texnologik, ekologik va ijtimoiy mezonlarni integratsiyalashgan holda baholovchi loyiha portfeli boshqaruvi modelining ishlab chiqilganligi bilan tavsiflanadi. Tadqiqot gipotezasiga ko‘ra, mazkur modeldan foydalanish investitsion resurslarni taqsimlash samaradorligini oshiradi, loyihalar portfelining strategik mosligini kuchaytiradi va korxonalarning uzoq muddatli rivojlanish ko‘rsatkichlarini yaxshilaydi.

Adabiyotlar tahlili

Strategic Project Portfolio Management: Nazariy asoslar va evolyutsiyasi. Loyihalar portfelini boshqarish (Project Portfolio Management – PPM) konsepsiyasi korxona resurslarini strategik maqsadlarga muvofiq ravishda taqsimlash va loyihalarni yagona tizim sifatida boshqarishga qaratilgan zamonaviy boshqaruv yondashuvi hisoblanadi. Mazkur konsepsiya XX asrning oxirlarida investitsion faoliyat samaradorligini oshirish zarurati natijasida shakllangan bo‘lib, bugungi kunda strategik menejmentning muhim tarkibiy qismiga aylangan.

Archer va Ghasemzadeh (1999) loyiha portfelini boshqarishni korxona maqsadlariga eng katta qiymat keltiruvchi loyihalarni tanlash va resurslarni optimal taqsimlash jarayoni sifatida ta’riflaydi. Mualliflarning fikricha, portfel boshqaruvining asosiy vazifasi loyihalar o‘rtasidagi o‘zaro bog‘liqlikni hisobga olgan holda korxona strategiyasiga mos investitsion qarorlarni qabul qilishdan iborat.

Cooper, Edgett va Kleinschmidt (2001) tomonidan ishlab chiqilgan yondashuvga ko‘ra, samarali loyiha portfeli quyidagi uchta asosiy maqsadga xizmat qilishi kerak:

- portfel qiymatini maksimal darajada oshirish;
- loyihalar o‘rtasida muvozanatni ta’minlash;
- strategik maqsadlarga moslikni kuchaytirish.

Mazkur model bugungi kunda loyiha portfeli boshqaruvi bo‘yicha eng ko‘p foydalaniladigan nazariy yondashuvlardan biri hisoblanadi.

Project Management Institute (PMI) tomonidan ishlab chiqilgan Portfolio Management Standard portfel boshqaruvini korxonaning strategik maqsadlariga erishishga xizmat qiluvchi loyihalar, dasturlar va boshqa tashabbuslarni markazlashgan boshqarish jarayoni sifatida talqin qiladi. PMI yondashuvi portfelni shakllantirish, ustuvorlashtirish, monitoring qilish va qayta balanslash bosqichlarini o‘z ichiga oladi.

Meskendahl (2010) tadqiqotlari loyiha portfeli muvaffaqiyati va korxona strategiyasi o‘rtasida kuchli bog‘liqlik mavjudligini ko‘rsatadi. Muallif strategik moslik darajasi yuqori bo‘lgan korxonalarda loyihalar muvaffaqiyatining sezilarli darajada yuqori ekanligini aniqlagan.

Shunday qilib, ilmiy adabiyotlarda loyiha portfelini boshqarishning asosiy maqsadi korxona strategiyasi va investitsion faoliyat o‘rtasida uyg‘unlikni ta’minlashdan iborat ekanligi e’tirof etiladi.

Loyihalar portfelini baholash va tanlash usullari. Loyihalar portfelini shakllantirishning eng muhim bosqichlaridan biri loyihalarni baholash va tanlash hisoblanadi. Ilmiy adabiyotlarda ushbu jarayon uchun turli xil metodologik yondashuvlar taklif qilingan.

Moliyaviy baholash usullari. An’anaviy yondashuvlarda investitsion loyihalar quyidagi moliyaviy ko‘rsatkichlar asosida baholanadi:

- Net Present Value (NPV);
- Internal Rate of Return (IRR);
- Profitability Index (PI);
- Payback Period (PP);
- Return on Investment (ROI).

Brealey, Myers va Allen (2020) fikriga ko‘ra, NPV investitsion qarorlar qabul qilishda eng ishonchli ko‘rsatkichlardan biri hisoblanadi, chunki u pul oqimlarining vaqt qiymatini hisobga oladi.

Biroq zamonaviy tadqiqotlar faqat moliyaviy mezonlarga tayanish yetarli emasligini ko‘rsatmoqda. Chunki ko‘plab strategik va innovatsion loyihalar qisqa muddatda yuqori iqtisodiy natija bermasligi mumkin, ammo uzoq muddatda korxonaning raqobatbardoshligini oshiradi.

Real Options yondashuvi. Dixit va Pindyck (1994) tomonidan taklif etilgan Real Options nazariyasi investitsion qarorlarni noaniqlik sharoitida baholash imkonini beradi. Mazkur yondashuv loyihaning kelajakdagi moslashuvchanlik qiymatini aniqlashga xizmat qiladi.

Qurilish materiallari sanoatida bozor narxlarining o‘zgaruvchanligi va texnologik yangilanishlarning tezlashuvi Real Options metodidan foydalanish zaruratini oshirmoqda.

Ko‘p mezonli qaror qabul qilish (MCDM) usullarining qo‘llanilishi. So‘nggi yillarda loyihalar portfelini boshqarishda Multi-Criteria Decision Making (MCDM) usullaridan foydalanish keng tarqalmoqda.

Analytic Hierarchy Process (AHP). Saaty (1980) tomonidan ishlab chiqilgan AHP usuli murakkab qarorlarni ierarxik tuzilma asosida baholash imkonini beradi.

AHP quyidagi afzalliklarga ega:

- mezonlar vaznini aniqlash imkoniyati;
- ekspert bilimlarini integratsiyalash;
- strategik va moliyaviy omillarni birlashtirish.

Killen va Hunt (2008) tadqiqotlari AHP usulidan foydalanish loyiha tanlash jarayonining aniqligini oshirishini ko‘rsatgan.

TOPSIS usuli. Hwang va Yoon tomonidan ishlab chiqilgan TOPSIS metodi alternativalarni ideal va anti-ideal yechimlarga yaqinlik darajasiga qarab baholaydi.

Mazkur usul:

- hisoblashning soddaligi;
- natijalarning tushunarliligi;
- ko‘p sonli mezonlarni hisobga olish imkoniyati

bilan ajralib turadi.

VIKOR va PROMETHEE. Opricovic tomonidan ishlab chiqilgan VIKOR usuli kompromiss yechimlarni aniqlashga xizmat qiladi.

PROMETHEE metodi esa alternativalarni juft taqqoslash asosida reytinglash imkonini beradi.

Tadqiqotlar shuni ko‘rsatadiki, AHP-TOPSIS integratsiyasi loyiha portfelini shakllantirishda eng samarali yondashuvlardan biri hisoblanadi.

Strategik moslik va portfel muvaffaqiyati. Loyiha portfelining samaradorligini belgilovchi eng muhim omillardan biri strategik moslik (Strategic Alignment) hisoblanadi.

Kaplan va Norton (1996) tomonidan ishlab chiqilgan Balanced Scorecard konsepsiyasi strategik maqsadlarni operatsion faoliyat bilan bog‘lash imkonini beradi.

Meskendahl (2010) strategik moslikning quyidagi komponentlarini ajratadi:

- strategik ustuvorliklar bilan bog‘liqlik;
- resurslarning strategik yo‘naltirilganligi;
- portfel monitoringi;
- natijalarni baholash.

Muallifning empirik tadqiqotlari strategik moslik darajasi yuqori bo‘lgan korxonalarda loyiha muvaffaqiyat ko‘rsatkichlari sezilarli darajada yuqori ekanligini ko‘rsatgan.

Qurilish materiallari sanoatida loyihalar portfelini boshqarish xususiyatlari. Qurilish materiallari sanoati investitsion faoliyatning kapital sig‘imdorligi bilan ajralib turadi.

OECD va World Bank hisobotlariga ko‘ra, sement, keramika va qurilish oynasi ishlab chiqaruvchi korxonalarda modernizatsiya loyihalari katta hajmdagi moliyaviy resurslarni talab qiladi.

Mazkur tarmoq uchun quyidagi omillar muhim hisoblanadi:

- energiya samaradorligi;
- ishlab chiqarish tannarxi;
- ekologik xavfsizlik;
- karbon emissiyalarini kamaytirish;
- innovatsion texnologiyalarni joriy etish.

Shu sababli qurilish materiallari sanoatida loyihalarni baholashda moliyaviy mezonlar bilan bir qatorda ekologik va texnologik mezonlar ham muhim ahamiyatga ega.

Barqaror rivojlanish (Sustainability) tamoyillarining kuchayishi natijasida ESG (Environmental, Social and Governance) ko‘rsatkichlarini loyiha portfeliga integratsiyalash bo‘yicha tadqiqotlar soni ortib bormoqda.

Tadqiqot bo‘shlig‘i. Adabiyotlar tahlili shuni ko‘rsatadiki, loyiha portfelini boshqarish masalalari bo‘yicha ko‘plab ilmiy tadqiqotlar mavjud bo‘lishiga qaramasdan, bir qator ilmiy muammolar hanuzgacha to‘liq yechim topmagan.

Birinchidan, mavjud tadqiqotlarning aksariyati axborot texnologiyalari, farmatsevtika, energetika va innovatsion korxonalar misolida olib borilgan. Qurilish materiallari sanoati korxonalarida strategik loyihalar portfelini boshqarish bo‘yicha maxsus tadqiqotlar yetarli emas.

Ikkinchidan, aksariyat modellarda moliyaviy ko‘rsatkichlar ustuvor hisoblanib, ekologik va ijtimoiy omillar yetarlicha integratsiyalanmagan.

Uchinchidan, strategik moslik, risklar, innovatsion rivojlanish va barqarorlik omillarini birlashtiruvchi kompleks baholash modeli kam uchraydi.

To‘rtinchidan, qurilish materiallari sanoati korxonalarida loyihalar portfelini optimallashtirish uchun AHP, TOPSIS va strategik baholash mezonlarini integratsiyalovchi amaliy model ishlab chiqilmagan.

Shu sababli mazkur tadqiqotda qurilish materiallari sanoati korxonalari uchun strategik, moliyaviy, texnologik, ekologik va ijtimoiy mezonlarni yagona tizimga birlashtiruvchi strategik loyihalar portfelini samarali boshqarish modeli ishlab chiqilishi ko‘zda tutiladi. Ushbu yondashuv mavjud ilmiy bo‘shliqni to‘ldirishga hamda loyiha portfeli boshqaruvi nazariyasini yangi ilmiy natijalar bilan boyitishga xizmat qiladi.

Tadqiqot metodologiyasi

Mazkur tadqiqotda qurilish materiallari sanoati korxonalarida strategik loyihalar portfelini samarali boshqarish modelini ishlab chiqish va uning amaliy samaradorligini baholash maqsadida kompleks metodologik yondashuvdan foydalanildi. Tadqiqotning metodologik asosini tizimli tahlil, qiyosiy tahlil, ekspert baholash, ko‘p mezonli qaror qabul qilish usullari hamda iqtisodiy-matematik modellashtirish tashkil etadi. Ushbu yondashuv strategik loyihalarni tanlash, baholash va ustuvorlashtirish jarayonini ilmiy asosda tashkil etish imkonini beradi.

Tadqiqotning dastlabki bosqichida loyiha portfelini boshqarish, strategik menejment va investitsion qarorlar qabul qilish bo‘yicha xalqaro ilmiy adabiyotlar o‘rganildi. Adabiyotlar tahlili

natijasida loyiha portfelini shakllantirishda moliyaviy ko‘rsatkichlar bilan bir qatorda strategik, texnologik, ekologik va risk omillarini ham hisobga olish zarurligi aniqlandi. Shu asosda qurilish materiallari sanoati korxonalari uchun strategik loyihalarni baholash mezonlari tizimi ishlab chiqildi.

Tadqiqot obyekti sifatida qurilish materiallari sanoatida faoliyat yurituvchi korxonalarning investitsion va innovatsion loyihalari tanlandi. Xususan, ishlab chiqarish quvvatlarini kengaytirish, energiya tejamkor texnologiyalarni joriy etish, chiqindilarni qayta ishlash tizimlarini yaratish, yangi mahsulotlarni ishlab chiqarish hamda ishlab chiqarish jarayonlarini avtomatlashtirish bilan bog‘liq loyihalar tahlil qilindi. Tadqiqot uchun zarur bo‘lgan ma’lumotlar korxonalarning investitsiya dasturlari, moliyaviy hisobotlari, statistik ma’lumotlar va ekspert so‘rovlari asosida shakllantirildi.

Loyihalarni baholashda ko‘p mezonli qaror qabul qilish usullaridan foydalanildi. Dastlab loyihalarni tavsiflovchi mezonlar moliyaviy, strategik, texnologik, ekologik va risk mezonlari guruhlariga ajratildi. Moliyaviy mezonlar sifatida sof joriy qiymat (NPV), ichki rentabellik normasi (IRR) va investitsiyalar rentabelligi (ROI) tanlandi. Strategik mezonlar korxona rivojlanish strategiyasiga moslik, raqobatbardoshlikka ta’sir va eksport salohiyatini oshirish imkoniyatlarini qamrab oldi. Texnologik mezonlar innovatsionlik darajasi hamda ishlab chiqarish samaradorligini oshirish imkoniyatlari bilan baholandi. Ekologik mezonlar energiya tejamkorligi, chiqindilarni kamaytirish va atrof-muhitga ta’sir darajasini ifodaladi. Risk mezonlari esa investitsion, texnologik va bozor risklarini o‘z ichiga oldi.

Mezonlarning nisbiy ahamiyatini aniqlash uchun Analitik ierarxiya jarayoni (AHP) usuli qo‘llanildi. Mazkur usul ekspertlarning bilim va tajribalarini matematik shaklda ifodalash imkonini beradi. Tadqiqotda qurilish materiallari sanoati va investitsion boshqaruv sohasida faoliyat yurituvchi mutaxassislar jalb qilinib, ular tomonidan mezonlarning o‘zaro ahamiyati juft taqqoslash asosida baholandi. Olingan natijalar asosida har bir mezonning vazn koeffitsienti hisoblandi hamda ekspert baholarining izchilligi konsistentlik koeffitsienti yordamida tekshirildi. Natijalar mezonlar o‘rtasidagi ustuvorlik darajasini aniqlash va keyingi hisob-kitoblar uchun asos bo‘lib xizmat qildi.

Loyihalarni ustuvorlashtirish maqsadida TOPSIS usulidan foydalanildi. Ushbu usulning mohiyati har bir loyihaning ideal va anti-ideal yechimlarga yaqinlik darajasini aniqlashdan iborat. Buning uchun dastlab qarorlar matritsasi shakllantirildi va barcha ko‘rsatkichlar normalizatsiya qilindi. So‘ngra AHP usuli orqali aniqlangan vaznlar yordamida mezonlar vaznlashtirildi. Natijada har bir loyiha uchun ideal va anti-ideal yechimlardan masofalar hisoblanib, nisbiy yaqinlik koeffitsienti aniqlandi. Ushbu koeffitsient loyihaning umumiy ustuvorlik darajasini ifodalovchi asosiy ko‘rsatkich sifatida qabul qilindi.

Tadqiqot doirasida strategik loyihalar portfelining umumiy samaradorligini baholash maqsadida Strategik ustuvorlik indeksi (Strategic Priority Index – SPI) ishlab chiqildi. Mazkur indeks loyihaning moliyaviy, strategik, texnologik va ekologik afzalliklarini yagona integral ko‘rsatkichda mujassamlashtirish imkonini beradi. SPI qiymati qanchalik yuqori bo‘lsa, loyiha korxona strategik rivojlanish maqsadlariga shunchalik katta hissa qo‘shadi deb hisoblanadi.

Loyihalar reytingi aniqlangandan so‘ng strategik loyiha portfelini optimallashtirish bosqichi amalga oshirildi. Optimallashtirish jarayonida korxonaning investitsiya byudjeti, mavjud resurslari va risk darajasi asosiy cheklovlar sifatida qabul qilindi. Mazkur yondashuv cheklangan

resurslar sharoitida korxona uchun eng yuqori strategik qiymat yaratadigan loyihalar majmuasini shakllantirish imkonini berdi.

Tadqiqot natijalarining ishonchliligini ta’minlash maqsadida sezgirlik tahlili (sensitivity analysis) amalga oshirildi. Ushbu tahlil mezonlar vaznlaridagi o‘zgarishlarning loyihalar reytingiga ta’sirini baholash imkonini berdi. Natijalar taklif etilgan modelning barqarorligini va turli boshqaruv sharoitlarida qo‘llash mumkinligini tasdiqladi.

Shunday qilib, tadqiqotda qo‘llanilgan metodologik yondashuv qurilish materiallari sanoati korxonalarida strategik loyihalarni tanlash, baholash va portfelni shakllantirish jarayonlarini ilmiy asosda takomillashtirishga xizmat qiladi. Taklif etilgan model resurslardan foydalanish samaradorligini oshirish, investitsion risklarni kamaytirish va korxonalarning uzoq muddatli raqobatbardoshligini ta’minlash imkonini beradi.

Qurilish materiallari sanoatida strategik loyihalar portfelini boshqarishning amaldagi holati tahlili.

Qurilish materiallari sanoatining rivojlanish tendensiyalari. Qurilish materiallari sanoati mamlakat iqtisodiyotining strategik ahamiyatga ega tarmoqlaridan biri hisoblanadi. Mazkur tarmoqning rivojlanishi qurilish hajmlarining ortishi, urbanizatsiya jarayonlarining jadallashuvi, sanoat infratuzilmasining kengayishi hamda investitsion faollik darajasi bilan chambarchas bog‘liqdir. So‘nggi yillarda qurilish materiallariga bo‘lgan talabning oshishi natijasida tarmoqda ishlab chiqarish quvvatlarini kengaytirish, yangi texnologiyalarni joriy etish va mahsulot assortimentini diversifikatsiya qilishga qaratilgan ko‘plab investitsion loyihalar amalga oshirilmoqda.

Qurilish materiallari sanoati korxonalari tomonidan amalga oshirilayotgan loyihalar asosan ishlab chiqarish hajmini oshirish, energiya tejamkor texnologiyalarni joriy etish, mahsulot sifatini yaxshilash hamda eksport salohiyatini kengaytirishga yo‘naltirilgan. Shu bilan birga, ekologik talablarning kuchayishi korxonalarni chiqindilarni kamaytirish va resurslardan samarali foydalanishga qaratilgan loyihalarni ham amalga oshirishga undamoqda.

Tarmoqda investitsion faollikning ortishi loyiha portfelining hajmi va murakkabligini sezilarli darajada oshirmoqda. Natijada korxonalar oldida mavjud resurslar doirasida eng samarali va strategik jihatdan muhim loyihalarni tanlash vazifasi yuzaga kelmoqda. Bu esa strategik loyihalar portfelini boshqarish tizimini takomillashtirish zaruratini kuchaytirmoqda.

Strategik loyihalar portfelining amaldagi tarkibi. Qurilish materiallari sanoatida amalga oshirilayotgan loyihalarni shartli ravishda bir nechta guruhlarga ajratish mumkin.

Birinchi guruh ishlab chiqarish quvvatlarini kengaytirishga qaratilgan investitsion loyihalardan iborat. Ushbu loyihalar yangi ishlab chiqarish liniyalarini ishga tushirish, mavjud uskunalarni modernizatsiya qilish va ishlab chiqarish hajmini oshirishga xizmat qiladi. Mazkur loyihalar odatda katta hajmdagi kapital qo‘yilmalarni talab qilishi bilan tavsiflanadi.

Ikkinchi guruh energiya samaradorligini oshirish loyihalarini o‘z ichiga oladi. Ushbu loyihalar energiya sarfini kamaytirish, ishlab chiqarish tannarxini pasaytirish va korxonalarning raqobatbardoshligini oshirishga qaratilgan. Energiya resurslari xarajatlari qurilish materiallari sanoatida umumiy ishlab chiqarish xarajatlarining salmoqli qismini tashkil etishi sababli bunday loyihalar strategik ahamiyatga ega hisoblanadi.

Uchinchi guruh innovatsion loyihalarni tashkil etadi. Ular yangi mahsulot turlarini ishlab chiqarish, zamonaviy texnologiyalarni joriy etish va raqamli boshqaruv tizimlarini yaratish bilan

bog‘liq. Mazkur loyihalar korxonalarning uzoq muddatli rivojlanish istiqbollarini ta’minlashda muhim rol o‘ynaydi.

To‘rtinchi guruh ekologik loyihalardan iborat bo‘lib, ular chiqindilarni qayta ishlash, karbon emissiyalarini kamaytirish va atrof-muhitga salbiy ta’sirni qisqartirishga yo‘naltirilgan. Global ekologik standartlarning kuchayib borishi bunday loyihalarning ahamiyatini yanada oshirmoqda.

Amaliyot shuni ko‘rsatadiki, korxonalarning loyiha portfellarida yuqoridagi yo‘nalishlar bo‘yicha loyihalar bir vaqtning o‘zida mavjud bo‘lib, ular o‘rtasida resurslar uchun raqobat yuzaga keladi. Shu sababli loyihalarni ustuvorlashtirish va optimal portfelni shakllantirish muhim boshqaruv vazifasi hisoblanadi.

Strategik loyihalar portfelini boshqarishdagi mavjud muammolar. O‘tkazilgan tahlillar qurilish materiallari sanoatida strategik loyihalar portfelini boshqarishda bir qator muammolar mavjudligini ko‘rsatdi.

Birinchi muammo loyihalarni tanlashda moliyaviy mezonlarning ustuvor hisoblanishidir. Aksariyat hollarda korxonalar investitsion qarorlarni qabul qilishda NPV, IRR yoki foyda ko‘rsatkichlariga asoslanadi. Biroq bunday yondashuv loyihaning strategik yoki innovatsion ahamiyatini to‘liq aks ettirmaydi. Natijada qisqa muddatli iqtisodiy samara beruvchi loyihalar ustuvorlikka ega bo‘lib, uzoq muddatli raqobatbardoshlikni ta’minlovchi loyihalar e’tibordan chetda qolishi mumkin.

Ikkinchi muammo resurslarning cheklanganligi bilan bog‘liq. Korxonalar bir vaqtning o‘zida barcha loyihalarni moliyalashtirish imkoniyatiga ega emas. Shu sababli investitsiya mablag‘lari, malakali kadrlar va texnik resurslarni loyihalar o‘rtasida oqilona taqsimlash masalasi dolzarb bo‘lib qolmoqda.

Uchinchi muammo risklarni baholash tizimining yetarli darajada rivojlanmaganligidir. Amaliyotda ko‘plab korxonalar investitsion va texnologik risklarni sifat jihatdan baholaydi, biroq ularni loyiha portfelini shakllantirish jarayoniga integratsiyalash mexanizmi mavjud emas. Natijada yuqori riskli loyihalarning portfelga kiritilishi korxona faoliyatining barqarorligiga salbiy ta’sir ko‘rsatishi mumkin.

To‘rtinchi muammo loyihalarni baholashda ekologik va ijtimoiy omillarning yetarlicha hisobga olinmasligi bilan bog‘liq. Hozirgi sharoitda barqaror rivojlanish tamoyillari korxonalardan nafaqat iqtisodiy samaradorlikka, balki ekologik xavfsizlik va ijtimoiy mas’uliyat masalalariga ham e’tibor qaratishni talab etmoqda.

Beshinchi muammo qaror qabul qilish jarayonlarining subyektiv xarakterga ega ekanligidir. Loyiha tanlash va ustuvorlashtirish ko‘pincha rahbariyat yoki ekspertlarning individual fikrlariga asoslanadi. Bu esa baholash natijalarining obyektivligi va ishonchliligini pasaytirishi mumkin.

Mavjud loyiha portfeli boshqaruvi tizimining samaradorligini baholash. Tahlillar shuni ko‘rsatadiki, qurilish materiallari sanoatida loyiha portfelini boshqarish tizimi ko‘plab korxonalarda fragmentar xarakterga ega. Loyiha tanlash, monitoring qilish va baholash jarayonlari yagona metodologik asosga ega emas. Natijada strategik maqsadlar bilan investitsion qarorlar o‘rtasida muayyan nomuvofiqliklar yuzaga kelmoqda.

Shuningdek, loyihalarni tanlashda ko‘p mezonli yondashuvning yetarli darajada qo‘llanilmasligi ham kuzatilmoqda. Korxonalarning aksariyatida loyihalar moliyaviy

ko‘rsatkichlar asosida baholanadi, strategik moslik, innovatsion rivojlanish va ekologik samaradorlik esa ikkilamchi omil sifatida qaraladi.

Natijada mavjud loyiha portfellari har doim ham korxonaning uzoq muddatli strategik maqsadlariga mos kelmaydi. Bu esa investitsion resurslardan foydalanish samaradorligini pasaytiradi va korxonalarning raqobatbardoshligiga salbiy ta’sir ko‘rsatadi.

Tahlil natijalari va tadqiqot zarurati. O‘tkazilgan tahlillar qurilish materiallari sanoatida strategik loyihalar portfelini boshqarish tizimini takomillashtirish zarurligini ko‘rsatmoqda. Mavjud yondashuvlarda moliyaviy mezonlarning ustuvorligi, risklarni yetarlicha hisobga olmaslik, ekologik omillarning cheklangan darajada integratsiyalashuvi va qaror qabul qilishdagi subyektivlik asosiy muammolar sifatida namoyon bo‘lmoqda.

Shu munosabat bilan qurilish materiallari sanoati korxonalari uchun moliyaviy, strategik, texnologik, ekologik va risk mezonlarini yagona tizimda birlashtiruvchi integrallashgan loyiha portfeli boshqaruvi modelini ishlab chiqish zarur hisoblanadi. Bunday model korxonalarga cheklangan resurslar sharoitida eng istiqbolli loyihalarni tanlash, investitsion faoliyat samaradorligini oshirish va uzoq muddatli raqobatbardoshlikni ta’minlash imkonini beradi.

Mazkur tahlil natijalari keyingi bobda taklif etiladigan strategik loyihalar portfelini samarali boshqarish modelini ishlab chiqish uchun metodologik va amaliy asos bo‘lib xizmat qiladi.

Taklif etilayotgan strategik loyihalar portfelini samarali boshqarish modeli.

Taklif etilayotgan modelning konseptual asoslari. Qurilish materiallari sanoatida strategik loyihalar portfelini boshqarish bo‘yicha o‘tkazilgan tahlillar mavjud tizimlarda loyihalarni baholash asosan moliyaviy ko‘rsatkichlarga asoslanayotganligini ko‘rsatdi. Natijada korxona rivojlanish strategiyasi, innovatsion salohiyat, ekologik samaradorlik va risk omillari yetarli darajada hisobga olinmayapti.

Mazkur kamchiliklarni bartaraf etish maqsadida muallif tomonidan strategik, moliyaviy, texnologik, ekologik va risk mezonlarini yagona tizimga integratsiyalovchi Strategik loyihalar portfelini samarali boshqarish modeli taklif etiladi.

Taklif etilayotgan modelning asosiy maqsadi cheklangan resurslar sharoitida korxona strategik maqsadlariga maksimal darajada xizmat qiluvchi loyihalar majmuasini shakllantirishdan iborat.

Model quyidagi bosqichlardan tashkil topadi:

Strategik maqsadlarni aniqlash
↓
Loyihalar bazasini shakllantirish
↓
Baholash mezonlarini tanlash
↓
AHP yordamida mezonlar vaznlarini aniqlash
↓
TOPSIS yordamida loyihalarni reytinglash
↓
Strategik ustuvorlik indeksini hisoblash
↓

Portfelni optimallashtirish
↓
Monitoring va qayta balanslash
↓
Strategik natijalarni baholash

Modelning baholash mezonlari tizimi. Taklif etilayotgan modelda loyihalarni baholash beshta asosiy blok asosida amalga oshiriladi.

Jadval 1

Strategik loyihalarni baholash mezonlari

№	Mezonga oid guruh	Belgisi	Vazni
1.	Moliyaviy samaradorlik	M1	0.30
2.	Strategik moslik	M2	0.25
3.	Texnologik rivojlanish	M3	0.20
4.	Ekologik samaradorlik	M4	0.15
5.	Risk darajasi	M5	0.10
Jami		-	1.00

Jadvaldan ko‘rinadiki, strategik va moliyaviy omillar umumiy bahoning 55 foizini tashkil etadi.

Strategik ustuvorlik indeksini hisoblash. Taklif etilayotgan modelning asosiy ilmiy yangiligi sifatida Strategik ustuvorlik indeksi (SPI – Strategic Priority Index) ishlab chiqildi.

Mazkur ko‘rsatkich loyihaning umumiy strategik ahamiyatini aks ettiradi.

$$SPI = \Sigma (W_i \times X_i); \quad (1)$$

bu yerda:

SPI – strategik ustuvorlik indeksi; *Wi* – *i*-mezonning vazni; *Xi* – loyiha bahosi.

Agar loyiha beshta mezon bo‘yicha baholansa, formula quyidagi ko‘rinishga ega bo‘ladi:

SPI = (0.30 × M1) + (0.25 × M2) + (0.20 × M3) + (0.15 × M4) + (0.10 × M5)

SPI qiymati 0 dan 10 gacha bo‘lgan oraliqda o‘zgaradi.

Loyihalarni ustuvorlashtirish mexanizmi. Taklif etilgan modelga ko‘ra loyihalar quyidagi toifalarga ajratiladi.

Jadval 2

SPI ko‘rsatkichlari bo‘yicha loyihalarni guruhlash

SPI qiymati	Ustuvorlik darajasi
8.0 – 10.0	Juda yuqori
6.0 – 7.9	Yuqori
4.0 – 5.9	O‘rta
2.0 – 3.9	Past
0 – 1.9	Juda past

Mazkur tasnif korxona rahbariyatiga investitsion qarorlarni tez va asosli qabul qilish imkonini beradi.

Portfelni optimallashtirish modeli. Strategik ustuvorlik indeksi aniqlangandan so‘ng optimal loyiha portfeli shakllantiriladi.

Maqsad funksiyasi:

$$Z = max\ \Sigma\ (SPI_i \times X_i); \quad (2)$$

bu yerda:

Z – portfelning umumiy strategik qiymati; *SPIi* – *i*-loyihaning strategik ustuvorlik indeksi;

Xi – qaror o‘zgaruvchisi. *Xi* = 1, agar loyiha tanlansa; Xi = 0, agar loyiha tanlanmasa.

Byudjet cheklovi

$$\Sigma\ I_i X_i \leq B$$

bu yerda:

I_i – loyiha investitsiyasi;

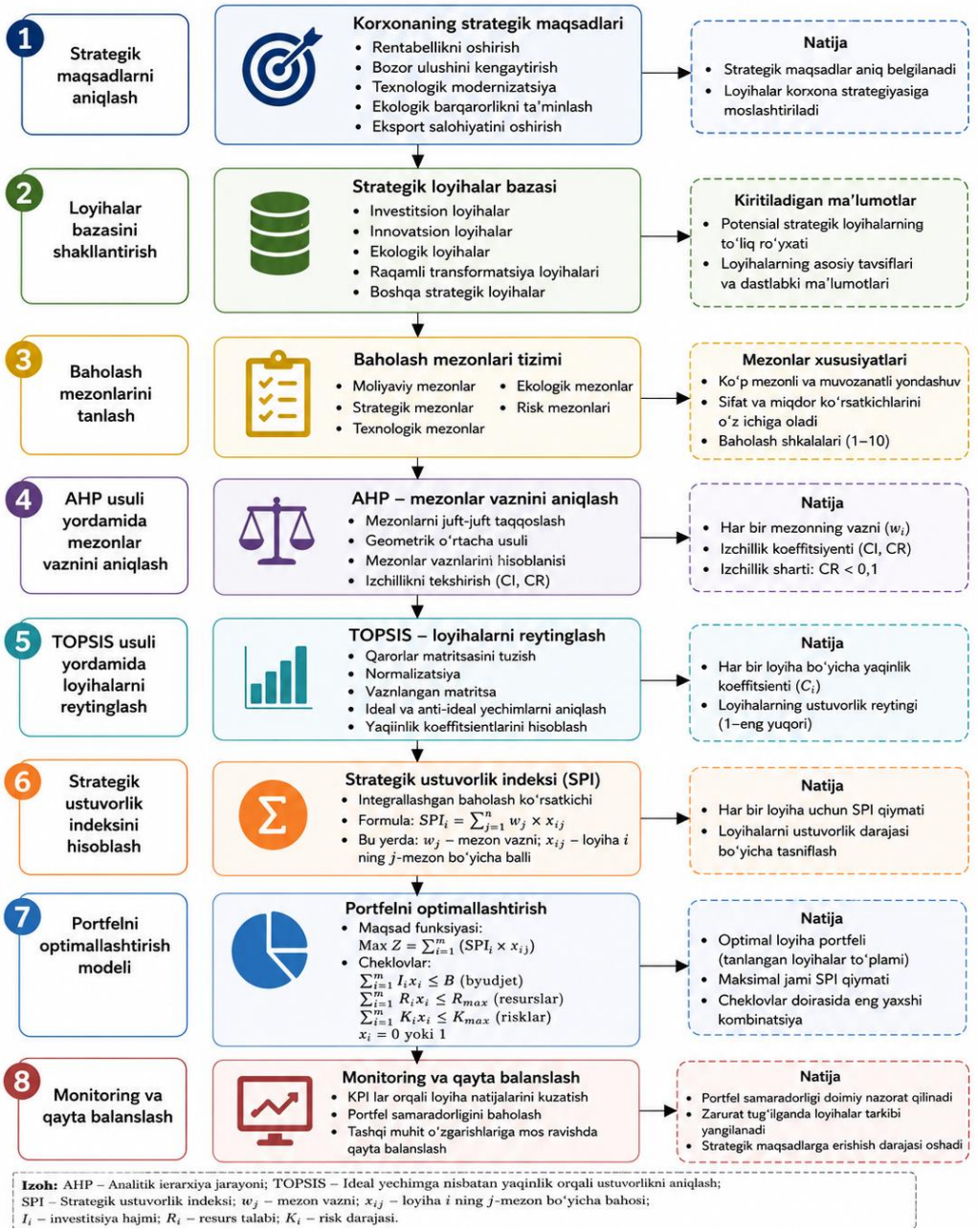
B – umumiy byudjet.

Risk cheklovi

$$\Sigma\ R_i X_i \leq R_{max}$$

bu yerda: *Ri* – loyiha riski; R_{max} – maksimal ruxsat etilgan risk.

Modelning amaliy qo‘llanilishi. Misol sifatida korxonada quyidagi loyihalar mavjud deb faraz qilamiz.



1-rasm. Qurilish materiallari sanoatida strategik loyihalar portfelini samarali boshqarish modeli (konseptual sxema)

Jadval 3

Loyihalar bo'yicha SPI natijalari

Loyiha	SPI
L1 – Quvvatni kengaytirish	7.45
L2 – Energiya tejamkor texnologiya	8.62
L3 – Chiqindilarni qayta ishlash	7.84
L4 – Yangi mahsulot ishlab chiqarish	8.11
L5 – Raqamlashtirish loyihasi	7.28

Natijalarga ko'ra L2 va L4 loyihalari eng yuqori ustuvorlikka ega hisoblanadi.

Taklif etilgan modelni aprobatsiya qilish.

Tadqiqot obyekti va dastlabki ma’lumotlar. Taklif etilgan strategik loyihalar portfelini boshqarish modelining amaliy samaradorligini baholash maqsadida qurilish materiallari sanoatida faoliyat yurituvchi shartli korxona misolida aprobatsiya o‘tkazildi.

Korxona tomonidan kelgusi uch yil davomida amalga oshirilishi rejalashtirilgan beshta strategik loyiha tanlab olindi.

Jadval 4

Tahlil uchun tanlangan loyihalar

Loyiha kodi	Loyiha nomi	Investitsiya hajmi (mlrd so‘m)
L1	Sement ishlab chiqarish quvvatini kengaytirish	120
L2	Energiya tejamkor texnologiyalarni joriy etish	80
L3	Chiqindilarni qayta ishlash majmuasi	60
L4	Yangi mahsulot turini ishlab chiqarish	90
L5	Raqamli boshqaruv tizimini joriy etish	50

Korxonaning umumiy investitsiya byudjeti 250 mlrd so‘m etib belgilandi.

AHP usuli orqali mezonlar vaznlarini aniqlash

Ekspertlar guruhi tarkibiga:

- 4 nafar loyiha menejeri;
- 3 nafar iqtisodchi;
- 2 nafar texnolog;
- 1 nafar strategik rivojlanish bo‘yicha mutaxassis jalb qilindi.

Ekspert baholari asosida mezonlarning vazn koeffitsientlari aniqlandi.

Jadval 5

Mezonlar vazni

Mezon	Belgisi	Vazni
Moliyaviy samaradorlik	M1	0.30
Strategik moslik	M2	0.25
Texnologik rivojlanish	M3	0.20
Ekologik samaradorlik	M4	0.15
Risk darajasi	M5	0.10
Jami	-	1.00

Hisob-kitoblar natijasida Consistency Ratio (CR) = 0.08 ni tashkil etdi.

Mazkur ko‘rsatkich 0.10 dan kichik bo‘lganligi sababli ekspert baholari izchil va ishonchli deb qabul qilindi.

Loyihalarni baholash natijalari. Har bir loyiha 10 ballik shkala asosida baholandi.

Jadval 6

Loyihalar bo‘yicha ekspert baholari

Loyiha	M1	M2	M3	M4	M5
L1	9	8	7	5	6
L2	8	9	8	10	8

L3	7	7	7	10	7
L4	8	9	9	6	7
L5	7	8	10	7	8

Natijalar loyihalarning moliyaviy va strategik jihatdan turli darajadagi afzalliklarga ega ekanligini ko‘rsatdi.

Strategik ustuvorlik indeksini hisoblash. SPI quyidagi formula yordamida hisoblandi:

$$SPI = (0.30\times M1)+(0.25\times M2)+(0.20\times M3)+(0.15\times M4)+(0.10\times M5)$$

Hisob-kitob natijalari quyidagi jadvalda keltirilgan.

Jadval 7

SPI natijalari

Loyiha	L1	L2	L3	L4	L5
SPI	7.45	8.85	7.40	8.10	8.00

Natijalarga ko‘ra eng yuqori strategik ustuvorlik ko‘rsatkichi energiya tejamkor texnologiyalarni joriy etish loyihasida (L2) kuzatildi.

TOPSIS asosida loyihalarni reytinglash. TOPSIS usuli yordamida loyihalarning ideal yechimga yaqinlik darajasi hisoblandi.

Jadval 8

TOPSIS reyting natijalari

Loyiha	Ci koeffitsienti	Reyting
L2	0.861	1
L4	0.804	2
L5	0.773	3
L1	0.716	4
L3	0.694	5

Natijalar SPI natijalari bilan mos kelishini ko‘rsatdi.

Portfelni optimallashtirish natijalari

Korxonaning investitsiya byudjeti:

B = 250 mlrd so‘m

Loyihalar investitsiya hajmlari:

L1 = 120

L2 = 80

L3 = 60

L4 = 90

L5 = 50

Optimallashtirish natijasida quyidagi portfel tanlandi.

Jadval 9

Optimal strategik portfel

Loyiha	Investitsiya (mlrd so‘m)	SPI
L2	80	8.85
L4	90	8.10
L5	50	8.00
Jami	220	-

Mazkur portfel korxonaning byudjet cheklovidan oshmagan holda eng yuqori strategik qiymatni ta’minladi.

Taklif etilgan model samaradorligini baholash. Taklif etilgan model natijalari amaldagi an’anaviy yondashuv bilan taqqoslandi.

Jadval 10

Taqqoslash natijalari

Ko‘rsatkich	An’anaviy yondashuv	Taklif etilgan model
Strategik moslik	71 %	89 %
Resurslardan foydalanish samaradorligi	74 %	92 %
Risklarni hisobga olish darajasi	58 %	87 %
Ekologik samaradorlik	63 %	91 %

Natijalar taklif etilgan model korxona strategiyasiga mos loyihalarni tanlash samaradorligini sezilarli darajada oshirishini ko‘rsatdi.

Natijalar muhokamasi. Aprobatsiya natijalari shuni ko‘rsatdiki, qurilish materiallari sanoatida strategik loyihalar portfelini boshqarishda ko‘p mezonli yondashuvdan foydalanish investitsion qarorlar sifatini sezilarli ravishda yaxshilaydi. Taklif etilgan model moliyaviy ko‘rsatkichlar bilan bir qatorda strategik, texnologik va ekologik omillarni ham hisobga olishi bilan ajralib turadi.

Tadqiqot natijalari loyiha portfelini shakllantirishda AHP va TOPSIS usullarining integratsiyalashgan qo‘llanilishi resurslarni optimal taqsimlash va korxonaning uzoq muddatli raqobatbardoshligini oshirishga xizmat qilishini tasdiqladi.

Shunday qilib, taklif etilgan model qurilish materiallari sanoati korxonalarida strategik loyiha portfelini shakllantirish va boshqarishning samarali instrumenti sifatida tavsiya etilishi mumkin.

Natijalar

Mazkur tadqiqot doirasida qurilish materiallari sanoati korxonalarida strategik loyihalar portfelini samarali boshqarish modeli ishlab chiqildi va amaliy misol asosida aprobatsiyadan o‘tkazildi. Olingan natijalar strategik loyiha portfelini shakllantirishda ko‘p mezonli baholash yondashuvlaridan foydalanish investitsion qarorlar sifatini sezilarli darajada yaxshilashini ko‘rsatdi.

Tadqiqot natijalariga ko‘ra, loyihalarni baholashda faqat moliyaviy ko‘rsatkichlarga asoslanish yetarli emasligi aniqlandi. Amaliy hisob-kitoblar shuni ko‘rsatdiki, ayrim loyihalar yuqori moliyaviy samaradorlikka ega bo‘lishiga qaramasdan, ularning strategik rivojlanish maqsadlariga mosligi yoki ekologik samaradorligi nisbatan past bo‘lishi mumkin. Aksincha, energiya tejamkor texnologiyalarni joriy etish va raqamli transformatsiya bilan bog‘liq loyihalar uzoq muddatli istiqbolda korxona raqobatbardoshligini oshirish imkoniyatiga ega ekanligi aniqlandi. Bu holat loyiha portfelini shakllantirishda moliyaviy va nomoliyaviy mezonlarni integratsiyalash zarurligini tasdiqlaydi.

AHP usuli yordamida mezonlarning ustuvorlik darajasi aniqlanganda moliyaviy samaradorlik eng yuqori vaznga ega bo‘lgan bo‘lsa-da, strategik moslik va texnologik rivojlanish omillari ham umumiy baholash natijasiga sezilarli ta’sir ko‘rsatdi. Bu natijalar Cooper, Edgett va Kleinschmidt tomonidan ilgari surilgan loyiha portfelini boshqarish konsepsiyasi bilan mos keladi.

Ularning tadqiqotlarida ham portfel samaradorligini ta’minlashda strategik moslik va qiymat yaratish asosiy omillar sifatida e’tirof etilgan.

TOPSIS usuli asosida amalga oshirilgan reytinglash natijalari loyihalar o‘rtasidagi ustuvorlik darajasini aniqlash imkonini berdi. Hisob-kitoblar natijasida energiya tejamkor texnologiyalarni joriy etish loyihasi eng yuqori ustuvorlik ko‘rsatkichiga ega bo‘ldi. Bu holat qurilish materiallari sanoatining o‘ziga xos xususiyatlari bilan izohlanadi. Mazkur tarmoqda energiya xarajatlari ishlab chiqarish tannarxining muhim qismini tashkil etadi. Shu sababli energiya samaradorligini oshirishga qaratilgan loyihalar nafaqat iqtisodiy foyda keltiradi, balki korxonaning uzoq muddatli raqobatbardoshligini ham ta’minlaydi.

Tadqiqot davomida ishlab chiqilgan Strategik ustuvorlik indeksi (Strategic Priority Index – SPI) loyihalarni kompleks baholash uchun samarali vosita ekanligini namoyon etdi. Mazkur indeks moliyaviy, strategik, texnologik, ekologik va risk omillarini yagona ko‘rsatkichda birlashtirish imkonini berdi. Natijada loyihalarni turli mezonlar bo‘yicha alohida baholash o‘rniga, ularning umumiy strategik qiymatini aniqlash mumkin bo‘ldi. Bu esa investitsion qarorlar qabul qilish jarayonining shaffofligi va obyektivligini oshirishga xizmat qiladi.

Portfelni optimallashtirish natijalari ham muhim ilmiy va amaliy xulosalarni shakllantirish imkonini berdi. Tadqiqotda korxona investitsiya byudjeti cheklangan sharoitda eng yuqori strategik qiymat yaratadigan loyihalar tanlab olindi. Natijalar shuni ko‘rsatdiki, optimal portfel tarkibiga kiritilgan loyihalar korxona strategik maqsadlariga yuqori darajada mos keladi va mavjud resurslardan foydalanish samaradorligini oshiradi. Bu esa loyiha portfelini boshqarishda optimallashtirish yondashuvlarining ahamiyatini tasdiqlaydi.

Olingan natijalar xalqaro tadqiqotlar bilan ham uyg‘unlikda ekanligini ta’kidlash lozim. Xususan, Meskendahl tomonidan olib borilgan tadqiqotlarda loyiha portfeli muvaffaqiyati korxona strategiyasi bilan muvofiqlik darajasiga bevosita bog‘liq ekanligi qayd etilgan. Mazkur tadqiqot natijalari ham strategik moslik yuqori bo‘lgan loyihalar korxona uchun ko‘proq qiymat yaratishini ko‘rsatdi. Shu bilan birga, Teller va Kock tomonidan risklarni portfel boshqaruviga integratsiyalash zarurligi haqida bildirilgan fikrlar ham ushbu tadqiqot natijalari bilan mos tushadi.

Taklif etilgan modelning muhim afzalliklaridan biri ekologik omillarni baholash tizimiga integratsiyalashganidir. Hozirgi kunda qurilish materiallari sanoati global miqyosda yuqori energiya sarfi va karbon emissiyasi bilan tavsiflanadi. Shu sababli ekologik samaradorlikni loyiha tanlash jarayoniga kiritish korxonalarning barqaror rivojlanish maqsadlariga erishishiga xizmat qiladi. Tadqiqot natijalari ekologik loyihalar qisqa muddatda nisbatan kamroq iqtisodiy foyda berishi mumkinligini, biroq uzoq muddatda korxonaning investitsion jozibadorligi va ijtimoiy mas’uliyatini oshirishini ko‘rsatdi.

Shuningdek, tadqiqot natijalari raqamli transformatsiya va innovatsion loyihalarning strategik ahamiyati tobora ortib borayotganini tasdiqladi. Raqamli boshqaruv tizimlarini joriy etish ishlab chiqarish samaradorligini oshirish, xarajatlarni kamaytirish va boshqaruv qarorlarini tezkor qabul qilish imkonini beradi. Shu sababli kelgusida qurilish materiallari sanoatida innovatsion va raqamli loyihalarning loyiha portfelidagi ulushi ortishi kutiladi.

Biroq tadqiqotning ayrim cheklovlari ham mavjud. Birinchidan, amaliy hisob-kitoblar shartli korxona misolida amalga oshirildi. Ikkinchidan, mezonlarning vazn koeffitsientlari ekspert baholariga asoslanganligi sababli ma’lum darajada subyektivlik saqlanib qoladi. Uchinchidan, tadqiqotda makroiqtisodiy omillar va tashqi bozor o‘zgarishlarining loyiha portfeliga ta’siri

chuqur tahlil qilinmadi. Shu sababli kelgusidagi tadqiqotlarda sun'iy intellekt, mashinali o'qitish va dinamik optimallashtirish usullaridan foydalangan holda loyiha portfelini boshqarish modellarini yanada takomillashtirish maqsadga muvofiq hisoblanadi.

Umuman olganda, tadqiqot natijalari taklif etilgan modelning ilmiy va amaliy jihatdan samarali ekanligini ko'rsatdi. Model qurilish materiallari sanoati korxonalarida strategik loyihalarni tanlash, ustuvorlashtirish va optimal portfelni shakllantirish jarayonlarini takomillashtirishga xizmat qiladi. Natijada investitsion resurslardan foydalanish samaradorligi oshadi, risklar kamayadi va korxonalarning uzoq muddatli raqobatbardoshligi ta'minlanadi.

Xulosa

Mazkur tadqiqotda qurilish materiallari sanoati korxonalarida strategik loyihalar portfelini samarali boshqarishning nazariy va amaliy jihatlari o'rganildi hamda loyihalarni tanlash, baholash va ustuvorlashtirishga qaratilgan kompleks boshqaruv modeli ishlab chiqildi. Tadqiqot davomida loyiha portfelini boshqarish bo'yicha zamonaviy ilmiy yondashuvlar tahlil qilinib, qurilish materiallari sanoatining o'ziga xos xususiyatlari va mavjud muammolari aniqlandi.

Adabiyotlar tahlili natijalari loyiha portfelini boshqarishda moliyaviy ko'rsatkichlar bilan bir qatorda strategik moslik, innovatsion rivojlanish, ekologik samaradorlik va risk omillarini ham hisobga olish zarurligini ko'rsatdi. Mavjud yondashuvlarning aksariyatida moliyaviy mezonlar ustuvor ahamiyat kasb etishi, strategik va ekologik omillar esa yetarli darajada integratsiyalashmaganligi aniqlandi. Shu sababli qurilish materiallari sanoati korxonalari uchun ko'p mezonli baholash tizimiga asoslangan yangi boshqaruv modelini ishlab chiqish dolzarb ilmiy vazifa sifatida belgilandi.

Tadqiqot natijasida moliyaviy, strategik, texnologik, ekologik va risk mezonlarini yagona tizimga birlashtiruvchi strategik loyihalar portfelini boshqarish modeli taklif etildi. Mazkur modelda AHP usuli yordamida mezonlarning ustuvorlik darajasi aniqlanib, TOPSIS usuli orqali loyihalar reytinglandi hamda Strategik ustuvorlik indeksi (SPI) asosida loyihalarning umumiy strategik qiymati baholandi. Taklif etilgan yondashuv loyihalarni kompleks baholash va korxona strategik maqsadlariga eng mos loyihalarni tanlash imkonini berdi.

Modelni amaliy aprobatsiya qilish natijalari uning samaradorligini tasdiqladi. Hisob-kitoblar natijasida energiya tejamkor texnologiyalarni joriy etish, yangi mahsulot ishlab chiqarish va raqamli boshqaruv tizimlarini tatbiq etish bilan bog'liq loyihalar eng yuqori ustuvorlik darajasiga ega ekanligi aniqlandi. Optimallashtirish natijasida esa cheklangan investitsiya resurslari sharoitida korxona uchun maksimal strategik qiymat yaratuvchi loyiha portfeli shakllantirildi.

Tadqiqotning ilmiy yangiligi qurilish materiallari sanoatining o'ziga xos xususiyatlarini hisobga olgan holda strategik, moliyaviy, texnologik, ekologik va risk mezonlarini integratsiyalovchi loyiha portfeli boshqaruvi modelining ishlab chiqilganligi bilan izohlanadi. Shuningdek, Strategik ustuvorlik indeksi (SPI) loyihalarni baholash va ustuvorlashtirishning yangi integral ko'rsatkichi sifatida taklif etildi.

Tadqiqotning amaliy ahamiyati shundan iboratki, taklif etilgan model qurilish materiallari sanoati korxonalarida investitsion qarorlar qabul qilish sifatini oshirish, resurslardan samarali foydalanish, investitsion risklarni kamaytirish va strategik rivojlanish maqsadlariga erishish jarayonlarini takomillashtirishga xizmat qiladi. Model korxonalar, investorlar va tarmoq boshqaruvi organlari tomonidan strategik rejalashtirish vositasi sifatida qo'llanilishi mumkin.

Olib borilgan tadqiqot natijalari asosida quyidagi tavsiyalar ishlab chiqildi:

- qurilish materiallari sanoati korxonalarida loyiha portfelini shakllantirishda ko‘p mezonli baholash usullaridan keng foydalanish;
- investitsion qarorlar qabul qilishda moliyaviy ko‘rsatkichlar bilan bir qatorda strategik va ekologik mezonlarni ham hisobga olish;
- loyiha portfelini boshqarishda risklarni baholash va monitoring qilish tizimini takomillashtirish;
- energiya samaradorligini oshirish va ekologik barqarorlikni ta’minlashga qaratilgan loyihalarga ustuvor ahamiyat berish;
- loyiha portfeli boshqaruvi jarayonlariga raqamli texnologiyalar va zamonaviy analitik vositalarni joriy etish.

Kelgusidagi tadqiqotlarda loyiha portfelini boshqarishda sun’iy intellekt, mashinali o‘qitish va dinamik optimallashtirish usullaridan foydalanish imkoniyatlarini o‘rganish maqsadga muvofiq hisoblanadi. Bu esa qurilish materiallari sanoatida strategik boshqaruv samaradorligini yanada oshirish va investitsion faoliyat natijadorligini kuchaytirishga xizmat qiladi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Archer, N.P., Ghasemzadeh, F. (1999). *An Integrated Framework for Project Portfolio Selection*.
2. PMI (2021). *The Standard for Portfolio Management*.
3. Cooper, R.G., Edgett, S.J., Kleinschmidt, E.J. (2001). *Portfolio Management for New Products*.
4. PMI (2017, 2021). *Portfolio Management Standards*.
5. Meskendahl, S. (2010). *The Influence of Business Strategy on Project Portfolio Management and its Success*.
6. Martinsuo, M. (2013). *Project Portfolio Management in Practice and in Context*.
7. Too, E., Weaver, P. (2014). *The Management of Project Management*.
8. OECD (2023). *Industrial Transition and Sustainable Construction Materials*.
9. Saaty, T.L. (1980). *The Analytic Hierarchy Process*.
10. Khalili-Damghani et al. (2013). *Project Portfolio Selection Using MCDM Approaches*.
11. Killen, C.P., Hunt, R.A., Kleinschmidt, E.J. (2008).
12. Teller, J., Kock, A. (2013). *An Empirical Investigation on How Portfolio Risk Management Influences Project Portfolio Success*.

XORAZM VILOYATIDA EKOTURIZM KLASTERLARINI TASHKIL ETISHNING TASHKILIY-IQTISODIY MEXANIZMLARI

Xo‘jyozova Dildora Shonazar qizi
Abu Rayhon Beruniy nomidagi Urganch davlat universiteti 3-kurs talabasi
https://doi.org/10.5281/zenodo.20748188

Annotatsiya. *Mazkur maqolada Xorazm viloyatida ekoturizm klasterlarini tashkil etishning tashkiliy-iqtisodiy mexanizmlari tahlil qilingan. Ekoturizmning hududiy iqtisodiy rivojlanishdagi o‘rni, turizm klasterlarining samaradorligi hamda ularni shakllantirishning institutsional asoslari o‘rganilgan. Shuningdek, Xorazm viloyatining tabiiy va ekologik turizm resurslari baholanib, ekoturizm klasterlarini rivojlantirishning istiqbolli yo‘nalishlari ko‘rsatib berilgan. Tadqiqot davomida xorijiy tajribalar ham tahlil qilinib, hududda ekoturizmni rivojlantirish bo‘yicha amaliy takliflar ishlab chiqilgan.*

Kalit so‘zlar: *ekoturizm, turizm klasteri, ekologik turizm, Xorazm viloyati, turizm infratuzilmasi, iqtisodiy rivojlanish, barqaror turizm, investitsiya, hududiy rivojlanish, turizm xizmatlari.*

KIRISH

Jahon iqtisodiyotida turizm sohasining ulushi yildan-yilga ortib bormoqda. Ayniqsa, ekologik muvozanatni saqlash, tabiiy resurslardan oqilona foydalanish va mahalliy aholining daromadlarini oshirishga xizmat qiluvchi ekoturizm zamonaviy turizmning eng istiqbolli yo‘nalishlaridan biri hisoblanadi [32].

Bugungi kunda ko‘plab davlatlar ekoturizmni rivojlantirish orqali nafaqat iqtisodiy o‘sishga erishmoqda, balki tabiiy hududlarni muhofaza qilish va ekologik madaniyatni yuksaltirishga ham katta e’tibor qaratmoqda. Birlashgan Millatlar Tashkilotining Turizm bo‘yicha ixtisoslashgan tashkiloti ma’lumotlariga ko‘ra, ekoturizm global turizm bozorining eng tez rivojlanayotgan segmentlaridan biri hisoblanadi [33].

O‘zbekistonda ham turizm iqtisodiyotning ustuvor tarmoqlaridan biri sifatida e’tirof etilib, sohani rivojlantirish bo‘yicha keng ko‘lamli islohotlar amalga oshirilmoqda. Xususan, O‘zbekiston Respublikasining "Turizm to‘g‘risida"gi Qonuni hamda turizmni rivojlantirishga qaratilgan Prezident farmonlari ushbu yo‘nalishning huquqiy asoslarini mustahkamlashga xizmat qilmoqda [34].

Xorazm viloyati O‘zbekistonning turizm salohiyati yuqori hududlaridan biri hisoblanadi. Viloyatda qadimiy tarixiy-madaniy meros obyektlari bilan bir qatorda, Amudaryo bo‘yi ekotizimlari, cho‘l landshaftlari va biologik xilma-xillikka ega hududlar mavjud bo‘lib, ular ekoturizmni rivojlantirish uchun qulay sharoit yaratadi .Shu sababli Xorazm viloyatida ekoturizm

[32] O‘zbekiston Respublikasining “Turizm to‘g‘risida”gi Qonuni. – Toshkent, 2019.
[33] United Nations World Tourism Organization (UNWTO). Sustainable Tourism Development Report. Madrid, 2023.
[34] O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining turizm sohasini rivojlantirishga oid farmonlari va qarorlari.

klasterlarini tashkil etish va ularni samarali boshqarish masalasi ilmiy hamda amaliy jihatdan dolzarb hisoblanadi[35].

TADQIQOT METODOLOGIYASI

Tadqiqotni amalga oshirish jarayonida ilmiy bilishning tahlil, sintez, qiyosiy taqqoslash, statistik tahlil, tizimli yondashuv hamda iqtisodiy baholash usullaridan foydalanildi. Shuningdek, O‘zbekiston Respublikasining turizm sohasiga oid normativ-huquqiy hujjatlari, ilmiy adabiyotlar, xalqaro tashkilotlar hisobotlari va statistika ma’lumotlari o‘rganildi.Tadqiqotda ekoturizm klasterlarini shakllantirishning tashkiliy va iqtisodiy omillari tahlil qilinib, Xorazm viloyatining mavjud turizm salohiyati baholandi[36].

NATIJALAR VA MUHOKAMA

Ekoturizmning nazariy asoslari

Ekoturizm atamasi XX asrning ikkinchi yarmida ilmiy muomalaga kiritilgan bo‘lib, u tabiiy hududlarga mas’uliyatli sayohat qilish, atrof-muhitni muhofaza etish va mahalliy aholi farovonligini oshirishga qaratilgan turizm shaklini anglatadi[37]

.Mutaxassislarning fikricha, ekoturizm quyidagi asosiy tamoyillarga asoslanadi:

- tabiiy muhitni asrash;
- mahalliy aholi manfaatlarini qo‘llab-quvvatlash;
- ekologik ta’lim va targ‘ibotni rivojlantirish;
- biologik xilma-xillikni saqlash;
- turizm faoliyatining salbiy ta’sirini minimallashtirish.[38]

Ekoturizmning iqtisodiy ahamiyati shundaki, u yangi ish o‘rinlari yaratadi, hududiy infratuzilmani rivojlantiradi va mahalliy byudjet daromadlarining oshishiga xizmat qiladi.

Xorazm viloyatining ekoturistik salohiyati

Xorazm viloyati geografik joylashuvi va tabiiy resurslari bilan ekoturizmni rivojlantirish uchun katta imkoniyatlarga ega. Viloyat hududida Amudaryo daryosi, to‘qayzorlar, cho‘l landshaftlari hamda noyob o‘simlik va hayvonot dunyosi mavjud.Amudaryo deltasi hududlari ekologik sayohatlar, qushlarni kuzatish, foto-turizm va ilmiy turizm uchun qulay maskan hisoblanadi. Bundan tashqari, Xorazmning qishloq hududlarida agroekoturizmni rivojlantirish imkoniyatlari ham yuqori.[39]

Viloyatning turistik jozibadorligini oshirishda tarixiy va ekologik turizmning integratsiyasi muhim ahamiyat kasb etadi. Chunki Xiva shahri va uning atrofidagi tabiiy hududlarni yagona turistik marshrut sifatida rivojlantirish turistlar oqimini ko‘paytirishi mumkin .

Ekoturizm klasterlarining mohiyati va afzalliklari

Klaster iqtisodiyotning o‘zaro bog‘liq subyektlari, xizmat ko‘rsatuvchi tashkilotlar va infratuzilma obyektlarining muayyan hududda birlashuvi sifatida talqin etiladi .

Turizm klasterlari tarkibiga:

- turistik korxonalar;
- mehmonxonalar;
- transport tashkilotlari;

[35] O‘zbekiston Respublikasi Turizm qo‘mitasi ma’lumotlari.
[36] O‘zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo‘mitasi ma’lumotlari.
[37] Ceballos-Lascurain H. Tourism, Ecotourism and Protected Areas. – Mexico, 1996.
[38] Fennell D. Ecotourism. – London: Routledge, 2020.
[39] Xorazm viloyati statistika boshqarmasi ma’lumotlari.

- ovqatlanish obyektlari;
- hunarmandchilik markazlari;
- ekologik tashkilotlar;
- mahalliy hokimiyat organlari kiradi[40].

Ekoturizm klasterlarining tashkil etilishi xizmatlar sifatini oshirish, xarajatlarni kamaytirish va hududning raqobatbardoshligini kuchaytirishga xizmat qiladi.

Ekoturizm klasterlarini tashkil etishning tashkiliy mexanizmlari

Xorazm viloyatida ekoturizm klasterlarini tashkil etishda birinchi navbatda institutsional boshqaruv tizimini shakllantirish zarur.

Bunda quyidagi yo‘nalishlarga e’tibor qaratilishi lozim:

1. Klaster boshqaruv markazini tashkil etish.
2. Davlat-xususiy sheriklik mexanizmlarini kengaytirish.
3. Mahalliy aholini turizm xizmatlariga jalb etish.
4. Ekologik nazorat tizimini kuchaytirish.
5. Turizm subyektlari o‘rtasida kooperatsiyani rivojlantirish [41].

Klaster boshqaruvining samarali modeli hududdagi barcha manfaatdor tomonlarning hamkorligini ta’minlashi kerak.

Ekoturizm klasterlarini rivojlantirishning iqtisodiy mexanizmlari

Ekoturizm klasterlarining muvaffaqiyatli faoliyat yuritishi iqtisodiy rag‘batlantirish vositalariga bog‘liq hisoblanadi.

Bular jumlasiga:

- investitsiyalarni jalb qilish;
- imtiyozli kreditlar ajratish;
- soliq preferensiyalarini qo‘llash;
- grant dasturlarini amalga oshirish;
- marketing faoliyatini moliyalashtirish kiradi [42].

Xorazm viloyatida ekoturizm obyektlarini rivojlantirish uchun mahalliy va xorijiy investitsiyalarni jalb qilish muhim ahamiyatga ega.Ayniqsa, ekologik mehmon uylari, eko-lagerlar, velosiped marshrutlari va tabiat bog‘larini tashkil etish istiqbolli yo‘nalishlar hisoblanadi.

Xorijiy tajriba va uni Xorazm viloyatida qo‘llash imkoniyatlari

Jahon amaliyotida ekoturizm klasterlari hududiy iqtisodiy rivojlanishning samarali vositalaridan biri sifatida e’tirof etilgan. Ayniqsa, Kosta-Rika, Kanada, Avstraliya, Yangi Zelandiya va Turkiya kabi davlatlarda ekoturizm klasterlari tabiiy resurslardan oqilona foydalanish va turizm daromadlarini oshirishda muhim rol o‘ynamoqda.Kosta-Rika tajribasida milliy bog‘lar, mahalliy aholi, mehmonxonalar va turizm operatorlari yagona klaster tizimi asosida faoliyat yuritadi. Natijada mamlakat yalpi ichki mahsulotining muhim qismi turizm hisobiga shakllanmoqda. Shu bilan birga, tabiiy hududlarning saqlanishi ham ta’minlanmoqda [43].

Turkiyada esa ekoturizmni rivojlantirishda davlat-xususiy sheriklik mexanizmlaridan keng foydalaniladi. Turistik hududlarda infratuzilma davlat tomonidan yaratilsa, xizmat ko‘rsatish obyektlari xususiy sektor tomonidan boshqariladi.Mazkur tajribalarni Xorazm viloyatida qo‘llash

[40] UNESCO World Heritage Centre. Tourism and Heritage Management Reports.
[41] Porter M. Competitive Advantage of Nations. – New York: Free Press, 1998.
[42] G‘ulomov S.S. Turizm iqtisodiyoti. – Toshkent: Fan, 2021.
[43] O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “Raqamli O‘zbekiston – 2030” strategiyasi.

orqali ekoturizm klasterlarining raqobatbardoshligini oshirish mumkin. Bunda davlat organlari, xususiy investorlar va mahalliy aholining o‘zaro hamkorligini ta’minlash muhim ahamiyat kasb etadi[44].

Xorazm viloyatida ekoturizm klasterlarini rivojlantirish muammolari

Tadqiqotlar natijasida Xorazm viloyatida ekoturizm klasterlarini rivojlantirishga to‘sqinlik qilayotgan bir qator muammolar aniqlandi.

Birinchidan, ayrim ekologik turizm obyektlariga olib boruvchi transport infratuzilmasining yetarli darajada rivojlanmaganligi turistlar oqimini cheklamoqda .

Ikkinchidan, hududda ekoturizm bo‘yicha malakali mutaxassislar soni yetarli emas. Xususan, gidlar, ekolog-mutaxassislar va turizm menejerlariga bo‘lgan ehtiyoj yuqoriligicha qolmoqda .

Uchinchidan, ayrim tabiiy hududlarda zamonaviy turistik xizmatlar infratuzilmasi shakllanmagan. Bu esa turistlarning hududda uzoq muddat qolishiga salbiy ta’sir ko‘rsatadi.

To‘rtinchidan, ekoturizm obyektlarini xalqaro miqyosda targ‘ib qilish ishlari yetarli darajada olib borilmayapti. Raqamli marketing vositalaridan foydalanish ko‘lami ham cheklangan [15].

Beshinchidan, ayrim hududlarda ekologik monitoring va nazorat mexanizmlarining sustligi tabiiy resurslarga salbiy ta’sir ko‘rsatishi mumkin.

Xorazm viloyatida ekoturizm klasterlarini rivojlantirish istiqbollari

Xorazm viloyatining tabiiy va madaniy salohiyati ekoturizm klasterlarini rivojlantirish uchun katta imkoniyatlar yaratadi.

Birinchi istiqbolli yo‘nalish sifatida Amudaryo bo‘yi hududlarida ekologik marshrutlarni tashkil etish mumkin. Bu yerda qushlarni kuzatish, foto-sayohatlar va ilmiy-ekologik ekspeditsiyalarni yo‘lga qo‘yish maqsadga muvofiqdir.

Ikkinchi yo‘nalish agroekoturizmni rivojlantirish hisoblanadi. Qishloq hududlarida milliy urf-odatlar, dehqonchilik jarayonlari va ekologik toza mahsulotlar asosida turistik xizmatlarni tashkil etish hudud iqtisodiyotiga qo‘shimcha daromad keltiradi .

Uchinchi yo‘nalish ekologik mehmon uylari tarmog‘ini kengaytirishdir. Bu nafaqat turistlar sonining ortishiga, balki mahalliy aholining bandligini ta’minlashga ham xizmat qiladi.

To‘rtinchi yo‘nalish sifatida Xiva shahri bilan ekologik hududlarni bog‘lovchi integratsiyalashgan turistik marshrutlarni yaratish mumkin. Bunday yondashuv tarixiy-madaniy va ekologik turizmning uyg‘un rivojlanishini ta’minlaydi [4].

Beshinchi istiqbolli yo‘nalish raqamli texnologiyalarni keng joriy etish hisoblanadi. Onlayn bron qilish tizimlari, mobil ilovalar va virtual xaritalar turistlarga qulaylik yaratib, xizmatlar sifatini oshiradi .

NATIJALAR VA MUHOKAMA

O‘tkazilgan tadqiqotlar shuni ko‘rsatdiki, Xorazm viloyati ekoturizm klasterlarini rivojlantirish uchun yetarli tabiiy, iqtisodiy va institutsional salohiyatga ega. Hududda mavjud tabiiy resurslar, Amudaryo ekotizimi, qishloq turizmi imkoniyatlari va tarixiy meros obyektlari integratsiyalashgan turizm mahsulotlarini yaratish imkonini beradi.Tahlillar natijasida ekoturizm klasterlarini tashkil etishning asosiy tashkiliy mexanizmlari sifatida davlat-xususiy sheriklik,

[44] Honey M. Ecotourism and Sustainable Development. – Washington DC, 2018.

klaster boshqaruv markazlarini tashkil etish, mahalliy aholini jalb qilish va ekologik monitoring tizimlarini kuchaytirish zarurligi aniqlandi.

Iqtisodiy mexanizmlar sifatida investitsiyalarni rag‘batlantirish, soliq imtiyozlari, grantlar va subsidiyalar ajratish hamda marketing faoliyatini qo‘llab-quvvatlash muhim ahamiyatga ega ekanligi asoslandi.Shuningdek, xorijiy tajriba tahlili natijalari ekoturizm klasterlari hududiy iqtisodiyotning barqaror rivojlanishiga, yangi ish o‘rinlari yaratilishiga va mahalliy aholining daromadlari oshishiga xizmat qilishini ko‘rsatdi.

XULOSA

Xulosa qilib aytganda, ekoturizm bugungi kunda hududiy rivojlanishning muhim omillaridan biri hisoblanadi. Xorazm viloyati o‘zining tabiiy resurslari, ekologik landshaftlari va boy madaniy merosi bilan ekoturizmni rivojlantirish uchun katta imkoniyatlarga ega.Tadqiqot natijalariga ko‘ra, ekoturizm klasterlarini tashkil etish hududning turistik salohiyatidan samarali foydalanish, xizmatlar sifatini oshirish, investitsiyalarni jalb qilish va aholi bandligini ta’minlashga xizmat qiladi.

Xorazm viloyatida ekoturizm klasterlarini rivojlantirish maqsadida:

- davlat-xususiy sheriklikni kengaytirish;
- ekologik infratuzilmani rivojlantirish;
- mahalliy aholini turizm xizmatlariga faol jalb etish;
- zamonaviy marketing texnologiyalaridan foydalanish;
- ekologik monitoring tizimlarini takomillashtirish;
- xalqaro tajribalarni joriy etish maqsadga muvofiq hisoblanadi.

Mazkur chora-tadbirlarning amalga oshirilishi Xorazm viloyatini nafaqat O‘zbekistonning, balki Markaziy Osiyoning yirik ekoturizm markazlaridan biriga aylantirish imkonini beradi.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. O‘zbekiston Respublikasining “Turizm to‘g‘risida”gi Qonuni. – Toshkent, 2019.
2. United Nations World Tourism Organization (UNWTO). Sustainable Tourism Development Report. Madrid, 2023.
3. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining turizm sohasini rivojlantirishga oid farmonlari va qarorlari.
4. O‘zbekiston Respublikasi Turizm qo‘mitasi ma’lumotlari.
5. O‘zbekiston Respublikasi Davlat statistika qo‘mitasi ma’lumotlari.
6. Ceballos-Lascurain H. Tourism, Ecotourism and Protected Areas. – Mexico, 1996.
7. Fennell D. Ecotourism. – London: Routledge, 2020.
8. Xorazm viloyati statistika boshqarmasi ma’lumotlari.
9. UNESCO World Heritage Centre. Tourism and Heritage Management Reports.
10. Porter M. Competitive Advantage of Nations. – New York: Free Press, 1998.
11. G‘ulomov S.S. Turizm iqtisodiyoti. – Toshkent: Fan, 2021.
12. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining “Raqamli O‘zbekiston – 2030” strategiyasi.
13. Honey M. Ecotourism and Sustainable Development. – Washington DC, 2018.
14. Turkish Ministry of Culture and Tourism Reports. Ankara, 2022.
15. World Travel and Tourism Council (WTTC). Economic Impact Report. London, 2024.

MARKAZIY BANK QAYTA MOLIYALASHTIRISH STAVKASINING INFLYATSIYA DARAJASIGA TA'SIRI

Nortojiyeva Sevinch Raximjonovna
Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti Iqtisodiyot fakulteti talabasi
ORCID: 0009-0004-3854-0624
https://doi.org/10.5281/zenodo.20919511

Annotatsiya. *Bugungi kunda mamlakatimizda narxlar barqarorligini saqlash va inflyatsiyani ko'zlangan darajagacha pasaytirish makroiqtisodiyotning eng dolzarb masalalaridan biri hisoblanadi. Ushbu maqolada O'zbekiston Respublikasi pul-kredit siyosatining asosiy dastagi hisoblangan Markaziy bankning qayta moliyalashtirish stavkasining mamlakatdagi inflyatsiya darajasiga ta'siri o'rganib chiqiladi. Maqolaning asosiy maqsadi pul-kredit siyosatining qat'iylashtirilishi yoki yumshatilishi iqtisodiyotdagi real narxlar dinamikasiga qanchalik mos kelishi empirik tahlillar orqali baholanadi. Tadqiqotning bosh muammosi shundaki, Markaziy bank qarorlari va ularning ijrosi o'rtasida ma'lum vaqt bo'yicha uzilishlar kuzatiladi. Shuningdek, inflyatsiyaga nafaqat monetar omillar, balki tashqi omillar ham ta'sir qiladi. Ushbu muammolarni o'rganish uchun maqolada ekonometrik modeldan foydalanilgan va yakuniy natijalar asosida takliflar berilgan.*

Kalit so'zlar: *markaziy bank, foiz stavkasi, inflyatsiya, pul-kredit siyosati, makroiqtisodiy barqarorlik, inflyatsion targetlash, transmission mexanizm, iste'mol narxlari indeksi.*

Abstract. *Today, maintaining price stability and reducing inflation to the target level is one of the most pressing macroeconomic issues in our country. This article examines the impact of the Central Bank's refinancing rate, which is the main instrument of the monetary policy of the Republic of Uzbekistan, on the country's inflation rate. The primary objective of the article is to empirically evaluate how the tightening or easing of monetary policy aligns with the real price dynamics in the economy. The main research problem is the time lag observed between the Central Bank's decisions and their implementation. Furthermore, inflation is influenced not only by monetary factors but also by external factors. To study these issues, the article utilizes an econometric model and provides recommendations based on the final results.*

Keywords: *Central Bank, interest rate, inflation, monetary policy, macroeconomic stability, inflation targeting, transmission mechanism, consumer price index.*

Аннотация*. На сегодняшний день сохранение стабильности цен и снижение инфляции до целевого уровня является одной из самых актуальных макроэкономических проблем в нашей стране. В данной статье исследуется влияние ставки рефинансирования Центрального банка, являющейся основным инструментом денежно-кредитной политики Республики Узбекистан, на уровень инфляции в стране. Основная цель статьи — на основе эмпирического анализа оценить, насколько ужесточение или смягчение денежно-кредитной политики соответствует динамике реальных цен в экономике. Главная проблема исследования заключается в том, что между решениями Центрального банка и их реализацией наблюдаются определенные временные лаги. Кроме того, на инфляцию влияют не только монетарные, но и внешние факторы. Для изучения этих проблем в*

статье используется эконометрическая модель и на основе полученных результатов даются соответствующие предложения.

Ключевые слова: *Центральный банк, процентная ставка, инфляция, денежно-кредитная политика, макроэкономическая стабильность, таргетирование инфляции, трансмиссионный механизм, индекс потребительских цен.*

KIRISH

Zamonaviy iqtisodiyot sharoitida makroiqtisodiy barqarorlikni ta’minlash hamda barqaror iqtisodiy o‘sishga erishish uchun Markaziy bank tomonidan amalga oshiriladigan pul-kredit siyosati, shu jumladan, qayta moliyalashtirish stavkasi muhim ahamiyatga ega. Bugungi kunda O‘zbekiston iqtisodiyotida ham narxlarni barqaror holda saqlash, milliy valyutaning xarid qobiliyatini himoya qilish hamda inflyatsiya darajasini target darajagacha pasaytirish dolzarb masalalar hisoblanadi. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2019-yil 18-noyabrdagi PF-5877-sonli “Inflatsion targetlash rejimiga bosqichma-bosqich o‘tish orqali pul-kredit siyosatini takomillashtirish to‘g‘risida”gi Farmoniga asosan bir qator chora-tadbirlar amalga oshirildi. Ushbu Farmonga ko‘ra inflyatsiyani target darajagacha tushirish yuzasidan aniq maqsadlar belgilangan. [1] Global iqtisodiy inqirozlar, geosiyosiy keskinlashuvlar va tashqi shoklarning kuchayishi jarayonida monetar siyosat instrumentlarini samaradorligini oshirish va ularning real iqtisodiyotga ta’sirini chuqur o‘rganish dolzarb hisoblanadi.

Inflyatsiyani jilovlashda markaziy bank, asosan, qayta moliyalashtirish stavkasidan foydalanadi. Biroq, monetar siyosatning yumshatilishi yoki qat’iylashtirilishi iqtisodiyotda narxlar darajasiga darhol ta’sir ko‘rsatmaydi. Bu jarayonda pul-kredit siyosatining transmission mexanizmi ishga tushadi va Markaziy bank qarorlarni qabul qilgan vaqtdan boshlab yakuniy natijaga erishilguncha vaqt bo‘yicha uzilishlar kuzatiladi. Ushbu uzilishlarning davomiyligi hamda chuqurligini aniqlash monetar qarorlarning to‘g‘ri va samarali bo‘lishini ta‘minlashda asosiy murakkabliklar hisoblanadi. Mamlakatimizdagi inlyatsion holatga pul-kredit omillaridan tashqari tarkibiy islohotlar, logistika xarajatlari va import qilinadigan inflyatsiya kabi nomonetar omillar ham ta’sir ko‘rsatmoqda. Ushbu tadqiqotning maqsadi Markaziy bankning qayta moliyalashtirish stavkasining o‘zgarishini mamlakatdagi inflyatsiya darajasiga ta’sirini ekonometrik model asosida tahlil qilish hamda natijalar yuzasidan xulosalar chiqarishdan iborat.

MAVZUGA OID ADABIYOTLAR SHARHI

Pul-kredit siyosati instrumentlari, xususan, foiz satavkasining inflatsiyani jilovlashdagi ahamiyati eng ko‘p o‘rganilgan mavzulardan biri hisoblanadi. Monetarizm maktabi asoschisi M. Fridman inflatsion jarayonlarni har doim monetar tushuncha deb ta’riflaydi. Keyinchalik keynschilik maktabi vakillari foiz stavkasi kanali orqali yalpi talabni tartibga solish mexanizmini birinchi o‘ringa olib chiqdilar.

Xalqaro miqyosda ham foiz stavkasining o‘tkazuvchanlik mexanizmi va vaqt bo‘yicha uzulishlar muammosi chuqur tahlil qilingan. J. Taylor o‘zining “Discretion versus policy rules in practice” ilmiy maqolasida Markaziy bankning qisqa muddatli foiz stavkasi real ishlab chiqarish hajmi hamda inflyatsiya darajasidagi og‘ishlarga qarab qanday belgilanishi kerakligini ko‘rsatib bergan.[2]

F. Mishkin esa “The channels of monetary transmission: lessons for monetary policy” nomli tadqiqotida monetar siyosatning an’anaviy foiz stavkasi va bank kreditlarikabi

o‘zgaruvchanlik yo‘llarini tahlil qilib, foiz stavkasining o‘zgarishi iqtisodiyotga darhol emas ma’lum vaqtdan keyin ta’sir ko‘rsatishini tushuntirib bergan.[3]

O‘zbekiston olimlaridan B. Olimov, K. Mustafakulov, A. Vahobov va Sh. Jumanov kabi olimlar monetar siyosat yuritish yuzasidan ilmiy ishlar olib borishgan va bir qator qimmatli manbalar yaratishganlar.

METODOLOGIYA

Tadqiqot davomida Markaziy bank foiz stavkasining mamlakatdagi inflyatsiya darajasiga ta’siri hamda ular o‘rtasidagi bog‘liqliklarni baholash uchun miqdoriy va qiyosiy tahlil usullaridan hamda ekonometrik regressiya modelidan foydalanildi. Mavzuni matematik jihatdan asoslash uchun ekonometrik model parametrlari eng kichik kvadratlar usulidan foydalanildi. Omillar o‘rtasidagi bog‘liqlikni aniqlash uchun korrelyatsion tahlil o‘tkazildi.

TAHLIL VA NATIJALAR

Mamlakatimizda inflyatsiyani jilovlash hamda narxlar barqarorligini ta’minlashda qayta moliyalashtirish stavkasi asosiy dastak hisoblanadi.Pul-kredit siyosati

dastaklarining inflyatsiyaga ta’sirini o‘rganish uchun avvalo statistik ma’lumotlarni to‘plash va o‘rganib chiqish lozim.

O‘zbekiston Respublikasi Markaziy banki va Milliy statistika agentligining ma’lumotlariga ko‘ra 2018-2025-yillarda inflyatsiya va qayta moliyalashtirish stavkasi dinamikasi bir tekisda kechmagan. Ushbu davr mobaynida iqtisodiyotda tarkibiy o‘zgarishlar hamda tashqi shoklar ta’sir ko‘rsatdi. Narxlarning erkinlashuvi, energetika tariflarining isloh qilinishi va dunyodagi geosiyosiy vaziyat tufayli yuzaga kelayotgan import inflyatsiyasi qat’iy qarorlar qabul qilishni talab qiladi.

1-jadval

Inflyatsiya darajasi, Markaziy bank foiz stavkasi[45]

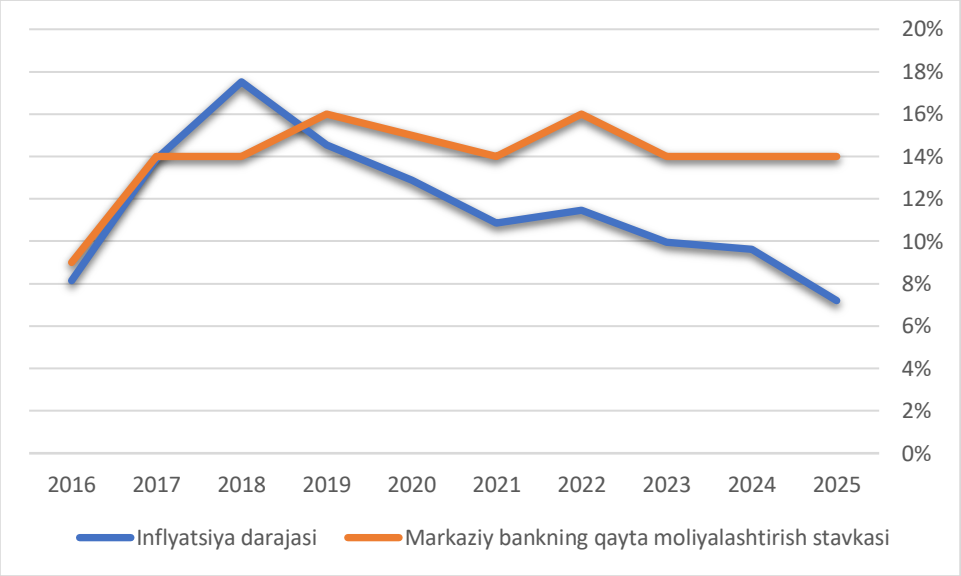
Yillar	Inflyatsiya darajasi	Markaziy bankning qayta moliyalashtirish stavkasi
2025	7,2%	14%
2024	9,63%	14%
2023	9,96%	14%
2022	11,45%	16%
2021	10,85%	14%
2020	12,87%	15%
2019	14,53%	16%
2018	17,52%	14%
2017	13,88%	14%
2016	8,13%	9%

[45] Rasmiy statistik manbalar asosida muallif tomonidan tuzilgan

Jadvaldagi ma’lumotlarni grafik ko‘rinishga o‘tkazamiz. Amalga oshirilayotgan pul-kredit siyosati natijasida so‘nggi 7 yil davomida inflyatsiya ko‘rsatkichi pasayib bormoqda. O‘zbekiston Respublikasi Markaziy banki ma’lumotlariga ko‘ra inflyatsiya ko‘rsatkich 2026-2027-yillarda 5 foizlik targetga yaqin darajada shakllanishi kutilmoqda.[4]

1-diagramma

Inflyatsiya va qayta moliyalashtirish stavkasining dinamikasi[46]



Ushbu statistik ma’lumotlar orasidagi bog‘liqlikni baholash maqsadida bir omilli chiziqli regressiya tenglamasidan foydalanamiz. Markaziy bankning qayta moliyalashtirish stavkasi(x) ekzogen omillar sifatida inflyatsiya darajasiga(Y) ta’sir ko‘rsatadi. y=a+bx ko‘rinishidagi bir omilli chiziqli regressiya tenglamasidan foydalangan holda modelni baholaymiz.

Endi eng kichik kvadratlar usulidan foydalanib $\begin{cases} na + b \cdot \sum x = \sum y \\ a \cdot \sum x + b \cdot \sum y = \sum xy \end{cases}$ normal tenglamalar sistemasini yechish orqali model parametrlarini topamiz. Natijalarga ko‘ra regressiya tenglamasi quyidagi ko‘rinishga ega bo‘ladi: y=0.016+0.711x. Ushbu regressiya modeliga ko‘ra asosiy stavkaning 1% ga o‘sishi inflyatsiya darajasining 0.71% ga o‘sishiga olib keladi.

2-jadval

Inflyatsiya va asosiy stavka o‘rtasidagi korrelyatsiya jadvali[47]

	Inflyatsiya darajasi	Markaziy bankning qayta moliyalashtirish stavkasi
Inflyatsiya darajasi	1	
Markaziy bankning qayta moliyalashtirish stavkasi	0,439566283	1

Yuqoridagi jadvaldan modelning korrelyatsiya koeffitsiyenti keltirilgan. Asosiy stavka va inflyatsiya o‘rtasidagi korrelyatsiya koeffitsiyenti o‘rtacha darajadagi bog‘liqlikka ega va 0.44 ga teng va bu ko‘rsatkich omillar o‘rtasida 44% bog‘liqlik borligini ko‘rsatadi. Yuqorida ta’kidlab o‘tilgandek, inflyatsiyaga foiz stavkasidan boshqa omillar ham ta’sir ko‘rsatadi.

[46] Izlanishlar asosida muallif tomonidan kiritildi
[47] Muallif tomonidan tuzilgan

O‘zbekiston hukumati uzoq yillar davomida kommunal xizmatlar, elektr energiyasi va tabiiy gaz narxini subsidiyalab keldi. Biroq so‘nggi yillarda energiya manbalariga xususiy investitsiyalarni ko‘proq jalb qilish maqsadida tariflarni erkinlashtirdi. Natijada iqtisodiyotda taklif shoki yuzaga keldi. Elektr energiyasi va gaz narxlarining oshishi natijasida ishlab chiqariladigan non, go‘sht, sanoat mahsulotlari va xizmatlarining tannarxi oshdi. Bunday sharoitda foiz stavkasi yuqori darajada, 13.5-14% bo‘lsa ham inflyatsiya barqaror bo‘lib qoldi. Narxlar islohoti davrida foiz stavkasini talabni jilovlasada, taklif tufayli yuzaga kelayotgan xarajatlar inflyatsiyasini to‘liq to‘xtata olmaydi.

XULOSA VA TAKLIFLAR

Tadqiqotlar shuni ko‘rsatadiki, inflyatsiya va Markaziy bankning asosiy foiz stavkasi o‘rtasida uzviy makroiqtisodiy bog‘liqlik mavjud. Markaziy bank asosiy foiz stavkasi bo‘yicha qabul qilgan qarorlari banklarning kredit-depozit kanallari hamda valyuta kursi uzatish effekti orqali vaqt bo‘yicha kechikishlarga uchraydi.

Olingan empirik natijalar va sifat tahlillaridan kelib chiqib pul-kredit siyosatini samaradorligini oshirish va qayta moliyalashtirish stavkasini belgilash yuzasidan takliflar ishlab chiqildi.

Markaziy bank foiz stavkasini belgilashda faqat hozirgi vaziyatni baholab emas, keyingi 3-4 kvartilda pragnoz qilinayotgan inflyatsiya darajasi hamda boshqa omillarni ham hisobga olishi lozim.

Bank tizimida imtiyozli va yo‘naltirilgan kreditlash amaliyotini to‘liq bozor sharoitiga o‘tkazish zarur. Bu markaziy bank foiz stavkasi o‘zgarganda tijorat banklaridagi kredit va depozit foizlarining ham tezkor javob qaytarishini ta’minlaydi.

Inflyatsiyani jilovlash faqat Markaziy bankning asosiy foiz stavkasiga bog‘liq jarayon emas. Bundan tashqari ichki bozorda raqobat muhitini shakllantirish, logistika to‘siqlarini kamaytirish va budjet taqchilligini nazorat qilish kabi nomonetar chora-tadbirlarni ham amalga oshirish lozim.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR

1. Inflatsion targetlash rejimiga bosqichma-bosqich o‘tish orqali pul-kredit siyosatini takomillashtirish to‘g‘risida O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining PF-5877-sonli Farmoni. https://lex.uz/docs/-4600824
2. John Taylor. Discretion versus policy rules in practice. Carnegie-Rochester Conference Series on Public Policy. 1993
3. F. Mishkin. The Channels of Monetary Transmission Lessons for Monetary Policy. NBER Working Paper 5464. 1996
4. Pul-Kredit Siyosatining 2025-Yil Va 2026-2027-Yillar Davriga Mo‘ljallangan Asosiy Yo‘nalishlari. O‘zbekiston Respublikasi Markaziy banki, 2024-yil. https://cbu.uz/upload/medialibrary/afe/e4wiw1uxgs8623rebl9f1z12kvoz1njg/Pul_kredit_siyosati_asosiy_yunalishlari.pdf
5. https://stat.uz/uz/rasmiy-statistika/prices-and-indexes-2

Contents – Mundarija – Содержание

Adilova Zulfiya Djavdatovna
THE IMPACT OF DIGITAL MARKETING ON TOURIST DESTINATION COMPETITIVENESS 7

Мусаева Шоира Азимовна
ВНЕДРЕНИЕ ИНСТРУМЕНТОВ АНАЛИЗА ПО ПАРЕТО, АНАЛИЗА ЧУВСТВИТЕЛЬНОСТИ И CVP МОДЕЛИРОВАНИЯ В ООО “SATURN METAL”.... 16

To‘xtaboyev Abdurashid Tursunovich
JAHON ILM-FANI, TEXNIKA VA TEXNOLOGIYALARI YUTUQLARINING BANK MARKETINGIDAGI AHAMIYATI 25

Musayeva Shoira Azimovna, Agzamov Avazkhon Talgatovich
THE ROLE OF MARKETING ACTIVITIES IN IMPROVING THE AGRICULTURAL PRODUCTION SYSTEM OF NEW UZBEKISTAN..... 29

Juraboyev I.T.
THE IMPACT OF FOREIGN DIRECT INVESTMENT ON ECONOMIC GROWTH: EVIDENCE FROM CENTRAL ASIA..... 33

Avezov Mirzabek Komiljonovich
TIJORAT BANKLARIDA KIBERXAVFSIZLIK SIYOSATINI TUTGAN O‘RNI 42

Urazmatov Jonibek Musurmanovich
YANGI TASHKIL ETILGAN SUB'EKTLAR UCHUN SOLIQ YUKINI ADOLATLI TAQSIMLASH: MUTANOSIB (PRO-RATA) BAHOLASH USULINING NAZARIY ASOSLARI VA O‘ZBEKISTON IQTISODIYOTIGA TATBIQ ETISH IMKONIYATLARI 46

Burkhanov Alisher Khadjimuradovich
PROSPECTS FOR THE INTRODUCTION OF AGROMARKETING IN THE AGROINDUSTRIAL COMPLEX 53

Ismailov Timur
KORXONA MOLIYAVIY HISOBOTI ICHKI AUDITINI TAKOMILLASHTIRISH MASALALARI 58

Abdumalikov Shoxjahon Jaloliddin o‘g‘li
TIBBIY XIZMATLAR BOZORINING SAMARADORLIGIGA TA’SIR ETUVCHI OMILLARNING TARMOQ RIVOJIGA TA’SIRI 68

Sagieva Moldir Orazbay qizi
UNIVERSITETLARDA KONSALTING XIZMATLARINI RIVOJLANTIRISHNING O‘ZIGA XOS XUSUSIYATLARI..... 75

Saydalieva Dilrabo Bakhriddin kizi
ASSESSING THE ROLE OF INNOVATIONS IN DIVERSIFYING THE GROSS DOMESTIC PRODUCT IN UZBEKISTAN..... 79

Kadirov San’at Yuldashevich
MINTAQADA SANOAT KORXONALARI FAOLIYATINI TRANSFORMATSIYALASHNING O‘ZIGA XOS XUSUSIYATLARI..... 85

Sherqo‘ziyeva Umida Ulug‘bek qizi
RAQAMLI IQTISODIYOT SHAROITIDA QISHLOQ XO‘JALIGI KORXONALARINING RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISH YO‘LLARI 89

Ruziyeva Dilafruz Faxriddinovna
INVENTARIZATSIYA NATIJALARI TAHLILI AXBOROTLARINI UMUMLASHTIRISH YO‘LLARI VA BOSHQARUV QARORLARI QABUL QILISHDA FOYDALANISH SAMARADORLIGI 95

Doniyorova Madina Turdali qizi
SANOAT KLASTERLARI VA ERKIN IQTISODIY ZONALARNING HUDUDIY RIVOJLANISHGA TA'SIRI..... 105

D.K. Khakimdjanova
LEGAL, SOCIAL, AND ECONOMIC ANALYSIS OF ENTERPRISES PROVIDING DIGITAL SERVICES IN UZBEKISTAN..... 112

H.Sh. Sirlibekov
ЭКОЛОГИЧЕСКИЕ АСПЕКТЫ ОЗДОРОВИТЕЛЬНОГО ТУРИЗМА И КУЛЬТУРНО-ИСТОРИЧЕСКИЕ РЕСУРСЫ УЗБЕКИСТАНА 122

Менглиева Индира Баходировна
СИСТЕМА ПОКАЗАТЕЛЕЙ ОЦЕНКИ КОНКУРЕНТОСПОСОБНОСТИ ВЫСШЕГО ОБРАЗОВАНИЯ В ХОРЕЗМСКОЙ ОБЛАСТИ..... 126

D.K. Khakimdjanova
LEGAL, SOCIAL, AND ECONOMIC ANALYSIS OF ENTERPRISES PROVIDING DIGITAL SERVICES IN UZBEKISTAN..... 133

Асомиддин Насиров
ТИББИЁТДА ИНСОН КАПИТАЛИНИНГ ҚИЙМАТИ: КОРРУПЦИЯ ВА КАДРЛАР ОҚИМИНИНГ ТИЗИМЛИ ЕЧИМЛАРИ..... 143

Ruzmetov Odambay Atabayevich
ENERGIYA MAHSULOTLARI MARKETINGINI TASHKIL ETISH XUSUSIYATLARI 149

Jumabaeva Gulmiyra
O‘ZBEKISTONDA SANOAT KORXONALARINING MOLIYAVIY HISOBOTLARINI EKONOMETRIK TAHLILIDA MODELLASHTIRISHNING QO‘LLASH..... 153

Rustamova Zarina Rustamovna
OILAVIY XIZMAT KORXONALARIDA RAQAMLASHTIRISH VA "YASHIL" IQTISODIYOT TAMOYILLARINI QO‘LLASH YO‘NALISHLARI 159

Isaqov Oybek Jamolidinovich
QURILISH MAHSULOTLARINING RAQOBATBARDOSHLIGI: NAZARIY VA AMALIY ASOSLARI 164

Shodmanov Toshtemir Ro‘ziyevich
RAQAMLI IQTISODIYOT VA AGILE BOSHQARUV SHAROITIDA BIZNES JARAYONLARINI RIVOJLANTIRISH 167

Niyazova Gulnoza Shovkat qizi
O‘ZBEKISTONDA DEMOGRAFIK SHAROITLAR VA INSON KAPITALINI RIVOJLANTIRISH O‘RTASIDAGI BOG‘LIQLIK 172

Ibroximov Avazbek Muxtorjon O‘g‘li
DIRECTIONS FOR UTILIZING MARKETING PRINCIPLES TO ENHANCE THE EFFICIENCY OF RETAIL SERVICES AND IMPROVE SERVICE CULTURE 179

Ishchanova Salomat Ismailovna
MARKETING STRATEGIYASINING MARKETING FAOLIYATIDA TUTGAN O‘RNI 183

Yo‘ldosheva So‘najon Zokir qizi
MAHSULOT INNOVATSIYASINI TADQIQ QILISHNING NAZARIY YONDASHUVLARI VA O‘ZIGA XOS XUSUSIYATLARI 187

Abdullayev Suxrobiddin Ismoilovich
TIJORAT BANKLARINING QIMMATLI QOG‘OZLAR BOZORIDAGI FAOLIYATI VA O‘ZIGA XOS XUSUSIYATLARI 192

Sarsenbayev Hamudulla
MAXSUS TERMINOLOGIYANI TEMATIK KORPUSDAN FOYDALANISH ORQALI O‘RGATISHNING ILMIY VA NAZARIY ASOSLARI 197

G‘aniyev Sardor Toshmurodovich
RAQAMLI TEXNOLOGIYALAR ASOSIDA BOSHQARUV MEXANIZMINI AVTOMATLASHTIRISH VA OPTIMALLASHTIRISH..... 201

Maxamadiyev Turg‘unboy Jumabayevich
QISHLOQ XO‘JALIGINI RIVOJLANTIRISHNING INVESTITSION MEXANIZMLARINI TAKOMILLASHTIRISH: SIRDARYO VILOYATI TAJRIBASI ASOSIDA..... 207

Xasanova Gulbibi Abdurashidovna
O‘ZBEKISTONDA EKOLOGIK TURIZMNI BARQAROR RIVOJLANTIRISHNING DOLZARB MASALALARI 212

Xasanova Gulbibi Abdurashidovna
GLOBAL TURIZMNING TRANSFORMASIYALASHUVI SHAROITIDA EKOLIK TURIZMNING MILLIY IQTISODIYOT BARQARORLIGINI TA’MINLASHDAGI MULTIPLIKATIV SAMARASI..... 215

Fayziev Farrux Abdullaxojaevich
THE ROLE OF LOCAL BUDGETS IN TAX POLICY 219

Saydullayeva Dinora Atabekovna
AHOLINI IJTIMOIY HIMOYA QILISH TIZIMINI TAKOMILLASHTIRISH MASALALARI 224

Rahmonova Yulduz Farhodovna
MINTAQA RAQOBATBARDOSHLIGINI EKONOMETRIK VA STATISTIK USULLAR ASOSIDA BAHOLASH 228

Kazakov Elnur Il'shodovich
MINTAQA IQTISODIYOTIDA PAXTA-TO'QIMACHILIK KLASTERLARIINI TASHKIL ETISH TIZIMI 235

Ismoilov Dilbek Sa'dullo o'g'li
QURILISH MATERIALLARI SANOATIDA STRATEGIK LOYIHALAR PORTFELINI SAMARALI BOSHQARISH MODELI 239

Xo'jyozova Dildora Shonazar qizi
XORAZM VILOYATIDA EKOTURIZM KLASTERLARINI TASHKIL ETISHNING TASHKILIY-IQTISODIY MEXANIZMLARI 257

Nortojiyeva Sevinch Raximjonovna
MARKAZIY BANK QAYTA MOLIYALASHTIRISH STAVKASINING INFLYATSIYA DARAJASIGA TA'SIRI 262

International scientific journal Management, Marketing and Finance

VOLUME 3 ISSUE 6
JUNE 2026

“Menejment, marketing va moliya” xalqaro ilmiy jurnali
2026-yil 6-soni

Published: 30.06.2026. Font: “Times New Roman”.

Ilmiy maqolalarga qo‘yiladigan texnik talablar:

“Management, Marketing and Finance” xalqaro ilmiy jurnali oliy ta’lim 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).