

TURISTIK STARTAPLARNI SUBSIDİYALASH LOYIHASINI MOLIYALASHTIRISHNING ILMIY ASOSLARI

Karimova Dilafruz Sadirdin qizi

Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti
mustaqil tadqiqotchisi
Tel.: +998 90 911 17 09

Annotatsiya

Tadqiqotda turistik startaplarni subsidiyalash loyihasini moliyalashtirishning nazariy va amaliy asoslari tahlil qilindi. O'zbekistonda turizm sohasini davlat tomonidan qo'llab-quvvatlash tajribasi, xalqaro empirik tadqiqotlar hamda hamkorlikdagi moliyalashtirish yondashuvlari o'rganildi. Subsidiyalarning bozor nuqsonlari, axborot asimmetriyasi va innovatsion tavakkalchilikni yumshatishdagi roli asoslandi. Turistik startap xarajatlarining 50 foizini qoplash, loyiha miqdorini cheklash va raqobatli tanlov mexanizmining iqtisodiy tomondan yoritildi. Natijalar maqsadli subsidiyalash yangi turistik xizmatlarni rivojlantirish, xususiy investitsiyalarni jalb qilish va kichik innovatsion biznes faolligini oshirishga xizmat qilganini ko'rsatdi. Shaffof tanlov, natijadorlik mezonlari va moliyalashtirishdan keyingi monitoring uzoq muddatli samaradorlikning muhim shartlari sifatida baholandi.

Kalit so'zlar: turistik startap, subsidiya, davlat moliyaviy ko'magi, hamkorlikdagi moliyalashtirish, innovatsiya, xususiy investitsiya, tanlov mezonlari, monitoring.

Аннотация

В исследовании были проанализированы теоретические и практические основы финансирования проектов субсидирования туристических стартапов. Были изучены опыт государственной поддержки туризма в Узбекистане, международные эмпирические исследования и подходы совместного финансирования. Была обоснована роль субсидий в смягчении рыночных сбоев, информационной асимметрии и инновационных рисков. Рассматривались экономическая логика покрытия 50 процентов расходов стартапа, ограничения размера поддержки и конкурсного отбора. Результаты показали, что целевые субсидии способствовали развитию новых туристических услуг, привлечению частных инвестиций и активизации малого инновационного бизнеса. Прозрачный отбор, показатели результативности и последующий мониторинг являлись важными условиями долгосрочной эффективности.

Ключевые слова: туристический startap, субсидия, государственная финансовая поддержка, совместное финансирование, инновации, частные инвестиции, конкурсный отбор, мониторинг.

Abstract

The study examined the theoretical and practical foundations for financing tourism startup subsidy projects. It reviewed Uzbekistan's experience in public support for tourism, international empirical research, and co-financing approaches. The role of subsidies in mitigating market failures, information asymmetry and innovation risks was substantiated. The economic rationale for covering 50 percent of startup costs,

limiting support amounts and using competitive selection was assessed. The findings showed that targeted subsidies supported new tourism services, attracted private investment and strengthened small innovative businesses. Transparent selection, performance indicators and post-financing monitoring were identified as important conditions for long-term effectiveness.

Keywords: tourism startup, subsidy, public financial support, co-financing, innovation, private investment, competitive selection, monitoring.

KIRISH

Turizm sohasini rivojlantirishda subsidiyalash sohada faoliyat yurituvchi korxonalar uchun muhim moliyaviy ko'mak hisoblanadi va uning ahamiyati bir necha jihat orqali namoyon bo'ladi. Birinchidan, subsidiyalar mehmonxonalar, mehmon uylari, dam olish maskanlari, yo'llar, transport hamda muhandislik kommunikatsiyalarini qurish va modernizatsiya qilishga yo'naltiriladi. Ikkinchidan, kichik va o'rta biznes subyektlariga ajratiladigan mablag'lar yangi turistik xizmatlarni tashkil etish, mavjud xizmatlar sifatini oshirish va investitsiyalarni jalb qilish imkoniyatini kengaytiradi. Uchinchidan, sohadagi loyihalarning davlat tomonidan qo'llab-quvvatlanishi mehmonxona, restoran, transport, hunarmandchilik va xizmat ko'rsatish yo'nalishlarida bandlikni oshiradi. To'rtinchidan, subsidiyalar ekologik, ziyorat, madaniy, qishloq, gastronomik va ekstremal turizm kabi yangi yo'nalishlarni rivojlantirishga zamin yaratadi.

Milliy taraqqiyot strategiyasi turizmni iqtisodiyotning ustuvor tarmoqlari qatoriga kiritib, sohada xizmatlar hajmini oshirish va mamlakatning turistik salohiyatidan to'liq foydalanish vazifasini belgilagan [1]. Sohaviy boshqaruv tizimini yangilashga qaratilgan hujjat ekologiya va turizm yo'nalishlarida aholi talablariga tezkor javob beradigan institutsional model shakllantirishni nazarda tutdi [2]. Turizm qo'mitasi faoliyatini tashkil etish va sohani jadal rivojlantirish chora-tadbirlarini belgilagan qaror esa 2030-yilga qadar turizmning yalpi ichki mahsulotdagi ulushini 3,5 foizdan 7 foizga yetkazish maqsadini mustahkamladi [3]. Hududlarda turizm infratuzilmasini rivojlantirish va loyiha boshqaruvi tizimini joriy etish bo'yicha qabul qilingan hujjat ushbu maqsadlarga erishishning tashkiliy mexanizmini to'ldirdi [4].

Nazariy jihatdan turistik startaplarni subsidiyalash masalasi ikki xil iqtisodiy mantiqning kesishuvida turadi. Birinchi mantiq bozor nuqsonlari nazariyasiga tayanadi: innovatsion turistik xizmatlar tadbirkor tomonidan to'liq o'zlashtirilmaydigan ijobiy tashqi samaralarni yuzaga keltiradi. Ikkinchi mantiq moliyaviy cheklovlar nazariyasiga asoslanadi: yangi tashkil etilgan startaplar moliyaviy tarix va garov aktivlariga ega bo'lmagani sababli an'anaviy kredit bozoridan chetda qolishi mumkin. Ushbu ikki mantiqning uyg'unlashuvi davlat ko'maging zarurligini emas, balki uning aniq shakli va o'lchamini asoslash vazifasini yuzaga keltiradi.

Maqolaning ilmiy maqsadi - turistik startaplarni subsidiyalash loyihasini moliyalashtirish mexanizmining iqtisodiy asoslarini nazariy va empirik jihatdan tizimlashtirish. Tadqiqot vazifalari quyidagilardan iborat: subsidiyalashning nazariy asoslarini aniqlashtirish; O'zbekistonda turizmni moliyaviy qo'llab-quvvatlash

amaliyotini umumlashtirish; xalqaro empirik natijalarni qiyoslash; xarajatlarni teng taqsimlash, yuqori chegara va raqobatli tanlov elementlarining iqtisodiy mantig'ini asoslash.

ADABIYOTLAR SHARHI

Turizm sohasini davlat tomonidan moliyaviy qo'llab-quvvatlash masalasi iqtisodiy adabiyotda uch yo'nalishda o'rganilgan: subsidiyalarning korxona ko'rsatkichlariga ta'sirini baholovchi empirik tadqiqotlar, davlat aralashuvining nazariy asoslanishiga bag'ishlangan ishlanmalar hamda milliy amaliyotni tahlil qiluvchi mahalliy tadqiqotlar.

Empirik yo'nalishda Italiya mintaqaviy siyosati misolida o'tkazilgan tadqiqot subsidiyalangan korxonalarda ishlab chiqarish hajmi va bandlikning o'sishi subsidiyalanmagan korxonalarga nisbatan yuqori bo'lgani, biroq mehnat unumdorligi dinamikasi pastroq shakllanganini aniqladi [5]. Grantga asoslangan tadbirkorlik siyosatining samaradorligi davlat xaridlari hajmi bilan bog'liq holda susayishi mumkinligini ko'rsatgan tadqiqot esa qo'llab-quvvatlash instrumentlarini institutsional muhit bilan birga baholash zarurligini asosladi [6]. Ilmiy-tadqiqot va ishlanmalarga ajratilgan subsidiyalarni taqsimlashda avval ko'mak olgan korxonalarning ustunlikka ega bo'lish tendensiyasi qayd etilgan ish tanlov mezonlarining shaffofligiga alohida talab qo'yadi [7].

Turizm sohasiga bevosita taalluqli tadqiqotlar orasida Xorvatiya tajribasi alohida ahamiyatga ega. Kichik hajmdagi hamkorlikdagi grantlar turistik talab yuqori bo'lgan hududlarda korxonalar savdosi, qo'shilgan qiymati, kapitali va bandligiga ijobiy ta'sir ko'rsatgani, xarajat-foyda tahlili esa dastur foydasi uning bevosita xarajatlaridan yuqori bo'lishi mumkinligini ko'rsatgani aniqlangan [8]. Shvetsiyaning 1997-2011-yillar ma'lumotlariga asoslangan uzoq muddatli tahlil innovatsion subsidiyalarning aksariyat korxonalar uchun uzoq muddatli samarasi cheklanganini, biroq inson kapitaliga investitsiyalar bo'yicha qisqa muddatli ijobiy natija va eng kichik korxonalarda unumdorlik o'sishi kuzatilganini qayd etdi [9]. Ushbu natijalar dasturlarni kichik va moliyaviy imkoniyatlari cheklangan subyektlarga maqsadli yo'naltirish foydasiga dalil beradi.

Nazariy yo'nalishda innovatsiyalar bozoridagi nuqsonlar va ularni bartaraf etishda davlat siyosati instrumentlarining o'rni tizimlashtirilgan tadqiqot muhim tayanch hisoblanadi [10]. Xalqaro moliya institutlarining hamkorlikdagi grantlar bo'yicha umumlashtiruvchi hisoboti esa instrumentni qo'llashdan oldin aniq bozor nuqsonini belgilash, muqobil vositalarni ko'rib chiqish, qo'shimchalikni baholash va monitoring tizimini loyihalash zarurligini asosladi [11]. Turizm bozori subyektlarini kreditlash yo'nalishlarini o'rgangan tadqiqot sohada moliyaviy vositalarni diversifikatsiya qilish masalasini ko'tardi [12].

Mahalliy tadqiqotlarda hududlarda inklyuziv turizmni rivojlantirish istiqbollari [13] hamda turizm sohasidagi investitsiyalarni moliyalashtirish amaliyotini takomillashtirish masalalari [14] ko'rib chiqilgan. Ushbu ishlarda sohaviy moliyalashtirishning umumiy mexanizmlari yoritilgan bo'lsa-da, startaplarga yo'naltirilgan hamkorlikdagi subsidiyalash modelining iqtisodiy asoslari alohida

tadqiqot predmeti sifatida yetarli darajada o'rganilmagan. Maqola ana shu bo'shliqni to'ldirishga qaratildi.

METODOLOGIYA

Tadqiqotning metodologik asosini institutsional iqtisodiyot, davlat moliyasi, turizm iqtisodiyoti va barqaror rivojlanish konsepsiyalari tashkil etdi. Subsidiyalashning iqtisodiy samaradorligi, ijtimoiy ahamiyati va investitsion jozibadorligi kompleks yondashuv asosida baholandi.

Tahlil jarayonida sintez va tahlil, deduksiya va induksiya, guruhlash hamda qayta ishlash, qiyosiy va abstrakt-mantiqiy fikrlash, statistik kuzatuv usullaridan foydalanildi. Empirik baza uch turdagi manbadan shakllantirildi: O'zbekiston Respublikasining turizmni qo'llab-quvvatlashga oid me'yoriy hujjatlari, xalqaro retsenziyalanadigan ilmiy nashrlar va xalqaro tashkilotlar hisobotlari hamda rasmiy statistik ma'lumotlar.

Baholash mezonlari sifatida to'rt parametr qo'llanildi: qo'shimchalik, ya'ni davlat ko'magisiz loyihaning amalga oshmasligi ehtimoli; tavakkalchilikning davlat va xususiy sektor o'rtasida taqsimlanishi; mablag'lardan foydalanishning maqsadliligi; natijadorlikni o'lchash imkoniyati. Ushbu mezonlar hamkorlikdagi grant dasturlarini loyihalashda tavsiya etiladigan iqtisodiy asoslash tartibiga muvofiq tanlandi [11].

Tadqiqot materiallarini tayyorlash, tizimlashtirish va tahliliy jihatdan qayta ishlash jarayonida sun'iy intellekt vositalaridan yordamchi vosita sifatida 10 foizgacha foydalanildi.

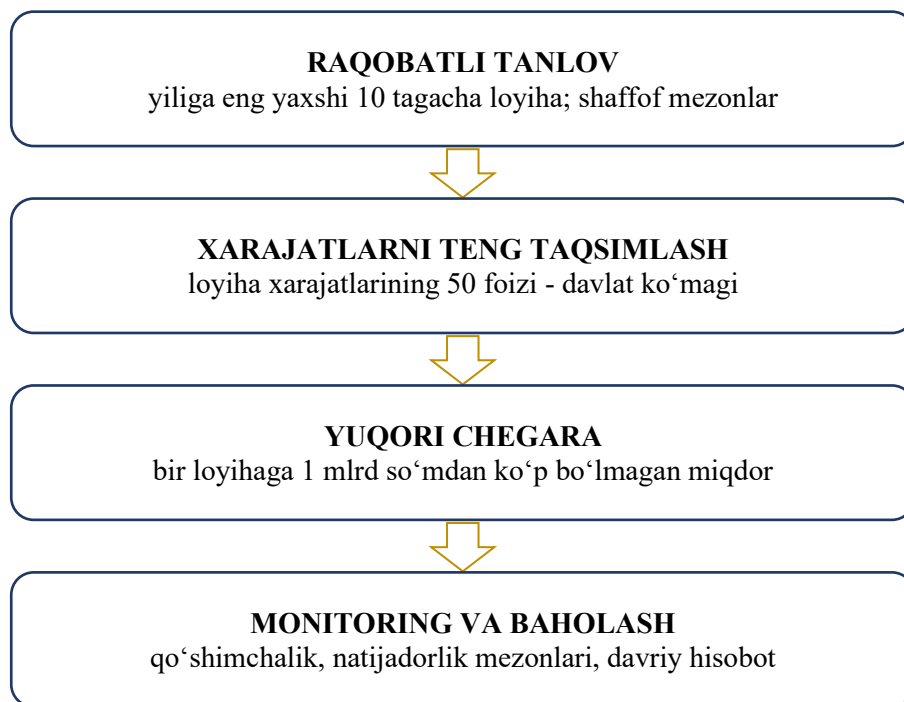
TAHLIL VA NATIJALAR

Turizm sohasi O'zbekiston iqtisodiyotining jadal rivojlanayotgan tarmoqlaridan biriga aylanib bormoqda va uning yalpi ichki mahsulotdagi ulushini oshirish davlat siyosatining strategik vazifalari qatoriga kiritilgan [3]. Sohada raqobatbardoshlikni ta'minlashning asosiy shartlaridan biri turistik mahsulot va xizmatlar assortimentini yangilash, ekoturizm, agroturizm, ziyorat va gastronomik turizm kabi yo'nalishlarni rivojlantirish hisoblanadi. Bunday loyihalar, odatda, yuqori tavakkalchilik, uzoq muddatli rentabellik va an'anaviy moliya institutlarining ehtiyotkorona yondashuvi bilan tavsiflanadi.

Ushbu vaziyatni hal etish maqsadida 2026-yil 1-martdan boshlab Turizmni qo'llab-quvvatlash jamg'armasi mablag'lari hisobidan turistik startaplarning yangi turdagi turizm xizmatlarini ishlab chiqish va amaliyotga joriy etish bilan bog'liq xarajatlarining 50 foizini, bir loyiha uchun 1 mlrd so'mdan ko'p bo'lmagan miqdorda, har yili eng yaxshi 10 tagacha loyihaga ajratish mexanizmi belgilandi [3]. Mexanizm uch tarkibiy elementdan iborat: xarajatlarni teng taqsimlash, yuqori chegara va raqobatli tanlov. Ularning har biri mustaqil iqtisodiy vazifani bajaradi.

Nazariy jihatdan innovatsion faoliyatni qo'llab-quvvatlashning klassik asoslanishi bozor nuqsonlari nazariyasiga tayanadi. Yangi turistik xizmatlarni yaratish bilim va tajribaning tarqalishi, destinatsiyaning umumiy jozibadorligini oshirish, hududiy brendni mustahkamlash kabi ijobiy eksternaliyalarni yuzaga keltiradi. Xususiy investor, asosan, o'ziga tegishli iqtisodiy manfaatni hisobga olgani sababli

bozor mexanizmi bunday loyihalarga ijtimoiy jihatdan maqbul darajaga nisbatan kamroq mablag‘ yo‘naltiradi [10]. Maqsadli davlat subsidiyasi ana shu farqni qoplashga xizmat qiluvchi iqtisodiy instrument sifatida qaraladi.



1-rasm. Turistik startaplarni subsidiyalash mexanizmining tarkibiy elementlari¹

Ikkinchi asoslanish axborot asimmetriyasi bilan bog‘liq. Yangi tashkil etilgan startaplar yetarli moliyaviy tarix va garov aktivlariga ega bo‘lmashligi tijorat banklari uchun loyiha sifatini baholashni qiyinlashtiradi. Natijada iqtisodiy jihatdan istiqbolli, biroq tavakkalchiligi yuqori loyihalar moliyalashtirish imkoniyatlaridan chetda qolishi mumkin. Davlat subsidiyasi xarajatlarning bir qismini qoplash orqali xususiy investor va kreditor uchun tavakkalchilikni kamaytiradi hamda qo‘shimcha xususiy mablag‘larni jalb qilish uchun katalizator vazifasini bajaradi [11].

O‘zbekistonda turizmni moliyaviy qo‘llab-quvvatlash bo‘yicha eng keng ko‘lamli tajriba pandemiya davrida to‘plandi. 1-jadvalda 2020-2022-yillarda amalga oshirilgan chora-tadbirlar yo‘nalishlar va moliyalashtirish manbalari kesimida umumlashtirildi.

1-jadval ma‘lumotlari pandemiya sharoitida qo‘llab-quvvatlash choralari keng qamrovda amalga oshirilganini ko‘rsatadi. Turoperatorlarga foizsiz ssudalar va joylashtirish vositalariga yordam 20,4 mlrd so‘mni, startap loyihalar va innovatsion biznes g‘oyalarini qo‘llab-quvvatlash 1,5 mlrd so‘mni, yangi turizm mahsulotlarini ishlab chiqish uchun grantlar 1,9 mlrd so‘mni, infratuzilma chora-tadbirlari 10,6 mlrd so‘mni tashkil etgan. Turizm sohasidagi startap loyihalar va innovatsion biznes

¹ Manba: [3], [8], [11] manbalari asosida muallif tomonidan tuzilgan.

g'oyalarini qisman subsidiyalash tartibi alohida hujjat bilan belgilangan edi [15]. Eng katta hajmdagi ko'mak soliq imtiyozlari shaklida taqdim etilib, 146,2 mlrd so'mni tashkil qilgan.

1-jadval

O'zbekistonda pandemiya sharoitida turizm sohasini davlat tomonidan moliyaviy qo'llab-quvvatlash (subsidiyalash) tahlili¹

№	Moliyaviy yordam ko'rsatilgan yo'nalish	Mablag' miqdori, mlrd so'm	Moliyalashtirish manbasi
2020-yil			
1	Turizm sohasini qo'llab-quvvatlash umumiy chora-tadbirlari (turoperatorlarga foizsiz ssudalar, joylashtirish vositalariga yordam)	20,4	Inqirozga qarshi kurashish jamg'armasi
2	Turizm sohasidagi "startap" loyihalar, innovatsion biznes g'oyalari, axborot dasturlari va xizmatlarini qo'llab-quvvatlash	1,5	Turizm sohasini qo'llab-quvvatlash jamg'armasi
3	Yangi turizm mahsulotlari va yo'nalishlarini ishlab chiqish hamda targ'ib qilish uchun turoperatorlarga grantlar (har biriga 10 mln so'm)	1,9	Turizm sohasini qo'llab-quvvatlash jamg'armasi
4	Turizm infratuzilmasi chora-tadbirlari rejasini amalga oshirish	10,6	Inqirozga qarshi kurashish jamg'armasi
5	Joylashtirish vositalarini qurish uchun olingan bank kreditlari bo'yicha foiz xarajatlarini qoplash	2,7	Tadbirkorlikni qo'llab-quvvatlash davlat jamg'armasi
2021-yil			
6	Turizm infratuzilmasi, muhandislik-kommunikatsiya tarmoqlari va madaniy meros obyektlarini restavratsiya hamda modernizatsiya qilish	1 000,0	Davlat byudjeti
7	Ichki turizmni rag'batlantirish maqsadida avia- va temir yo'l chiptalari hamda mehmonxona xizmatlarini qisman subsidiyalash (chipta narxining 30 foizigacha)	1,9	Respublika byudjeti
8	Turoperatorlar, turagentlar va mehmonxona xizmatlari subyektlari uchun soliq imtiyozlari (yer va mol-mulk soliqlaridan ozod qilish, ijtimoiy soliqni 1 foiz etib belgilash)	146,2	Davlat va mahalliy byudjetlar
9	Umumiy ovqatlanish va turizm sohalarini qo'shimcha qo'llab-quvvatlash (ijtimoiy soliq imtiyozi, kreditlar bo'yicha kompensatsiya)	4,4	Turli jamg'armalar, davlat byudjeti
2022-yil			
10	Turizm infratuzilmasini rivojlantirish chora-tadbirlarini davom ettirish va yordam mexanizmlarini yangilash	1,6	Turli jamg'armalar, davlat byudjeti
11	Boshqa yo'nalishlar	52,1	Turli manbalar
JAMI	Muallif tomonidan jamlangan baholash	1 423,8	Turli manbalar

Ushbu choralarning zarurligi tashqi talabning keskin qisqarishi bilan izohlanadi. Jahon turizm tashkiloti ma'lumotlariga ko'ra, 2020-yilda xalqaro turistlar tashriflari

¹ Manba: [3] va [15] manbalari hamda rasmiy statistik ma'lumotlar asosida muallif tomonidan tuzilgan.

jahon miqyosida 74 foizga kamaygan va ushbu ko'rsatkich turizm tarixidagi eng chuqur pasayish sifatida qayd etilgan [16]. Rasmiy statistik ma'lumotlarga ko'ra, o'sha yili O'zbekistonga turistik maqsadda tashrif buyurgan xorijiy fuqarolar soni 1,5 mln kishini tashkil etib, 2019-yilga nisbatan 77,7 foizga qisqargan [17]. Bunday sharoitda moliyaviy va normativ-huquqiy chora-tadbirlar sohaning ishlab chiqarish salohiyatini saqlab qolishga xizmat qildi.

Pandemiya davridagi tajriba bilan yangi mexanizm o'rtasidagi asosiy farq maqsadning o'zgarishida namoyon bo'ladi. Inqiroz davrida ko'mak mavjud korxonalarni saqlab qolishga qaratilgan bo'lsa, hozirgi bosqichda u yangi xizmatlarni yaratishni rag'batlantirishga yo'naltirilgan [3]. Bunday siljish instrumentning tanlanishiga ham ta'sir qiladi: umumiy imtiyozlar o'rniga raqobatli tanlovga asoslangan maqsadli grant qo'llanadi.

Xarajatlarni teng taqsimlash amaliyoti hamkorlikdagi moliyalashtirishning eng keng tarqalgan nisbati hisoblanadi: xalqaro tajribada hamkorlikdagi grantlar, odatda, xarajatlarning 50 foizini qoplash tamoyiliga asoslanadi [11]. Bunday yondashuv tavakkalchilikni mutanosib taqsimlaydi - tadbirkor uchun moliyaviy yukni yengillashtiradi va ayni paytda uning loyiha natijasiga bo'lgan shaxsiy manfaatdorligini saqlaydi. Yuqori chegaraning belgilanishi mablag'larni dastlabki bosqichdagi startaplarni qo'llab-quvvatlashga yo'naltirish hamda cheklangan jamg'arma resurslarini ko'proq loyiha o'rtasida taqsimlash, ya'ni portfel tavakkalchiligini kamaytirish imkonini beradi [9].

Loyihalar sonining cheklanishi tanlov jarayonida raqobatni kuchaytirib, iqtisodiy jihatdan asoslangan va yuqori salohiyatga ega takliflarni moliyalashtirish ehtimolini oshiradi. Bunday yondashuv davlat ko'magisiz ham amalga oshirilishi mumkin bo'lgan loyihalarni subsidiyalash xavfini kamaytiradi. Tanlov mezonlarida loyihaning qo'shimcha iqtisodiy samarasi, innovatsionligi, moliyaviy barqarorligi va davlat ko'magiga real ehtiyoji aniq baholanishi maqsadga muvofiq [7].

Xalqaro amaliyotda hamkorlikdagi moliyalashtirish turizmni targ'ib qilish sohasida ham qo'llanadi. AQSHning Nyu-York shtatida amal qiladigan tegishli dastur turizmni targ'ib qilish tashkilotlariga marketing dasturlarini rejalashtirish va amalga oshirish uchun teng ulushli mablag' ajratib, turistlarning tunab qolishlari va xarajatlarini oshirishga yo'naltirilgan [18]. Dasturda arizalar yangi bozorlarga chiqish va tunab qolishni oshirish salohiyati bo'yicha baholanadi va natijadorlikka yo'naltirilgan tanlov amaliyotining namunasi hisoblanadi.

Empirik natijalarni umumlashtirish uchun xulosaga olib keladi. Birinchidan, hamkorlikdagi subsidiyalash mexanizmi kichik va innovatsion subyektlarga maqsadli yo'naltirilganda hamda tanlov mezonlari shaffof bo'lganda ijobiy iqtisodiy samara beradi [8]. Ikkinchidan, moliyaviy ko'mak yakka holda emas, balki malaka oshirish, maslahat berish va boshqaruv samaradorligini yaxshilash chora-tadbirlari bilan birga qo'llanganda unumdorlik ko'rsatkichlariga ham ijobiy ta'sir ko'rsatadi [5]. Uchinchidan, dasturning uzoq muddatli natijaviyligi monitoring tizimining sifatiga bog'liq bo'lib, baholash instrumentning iqtisodiy asoslanishi bilan bevosita bog'lanishi lozim [11].

XULOSA VA TAKLIFLAR

O'tkazilgan nazariy va empirik tahlil turistik startaplarni subsidiyalash loyihasini moliyalashtirishning ahamiyati bir necha yo'nalishda namoyon bo'lishini ko'rsatdi: turistik mahsulot va xizmatlar assortimentining kengayishi, mavsumiylikning yumshatilishi, ekoturizm, MICE-turizm va raqamli xizmatlar kabi yangi yo'nalishlarning rivojlanishi, kichik innovatsion tadbirkorlik subyektlari uchun ish o'rinlarining yaratilishi hamda xususiy investitsiyalarning qo'shimcha jalb etilishi.

Xarajatlarning 50 foizini, bir loyiha uchun 1 mlrd so'mdan oshmagan holda, har yili eng yaxshi 10 tagacha loyihaga ajratish mexanizmi bozor nuqsonlari, axborot asimmetriyasi, hamkorlikdagi moliyalashtirish va raqobatli tanlov nazariyalariga asoslanadi hamda xalqaro empirik tajriba bilan tasdiqlanadi. Mexanizmning tarkibiy elementlari bir-birini to'ldiradi: teng taqsimlash manfaatdorlikni saqlaydi, yuqori chegara resurslarni diversifikatsiya qiladi, raqobatli tanlov esa sifatli loyihalarni ajratib oladi.

Tadqiqot natijalari asosida quyidagi takliflar shakllantirildi. Birinchidan, tanlov hujjatlarida qo'shimchalik prinsipini baholash tartibini aniq belgilash maqsadga muvofiq: ariza beruvchi loyiha davlat ko'magisiz amalga oshmasligi yoki sezilarli darajada qisqarishi asoslanishi lozim. Ikkinchidan, tanlov mezonlari va baholash natijalarini ochiq e'lon qilish amaliyoti ko'makdan takroriy foydalanish tendensiyasining oldini oladi.

Uchinchidan, moliyalashtirishdan keyingi monitoring tizimini yo'lga qo'yish va uni aniq natijadorlik ko'rsatkichlari - yaratilgan xizmat turlari, jalb etilgan xususiy mablag' hajmi, ish o'rinlari soni va tashrif buyuruvchilar dinamikasi bilan bog'lash tavsiya etiladi. To'rtinchidan, moliyaviy ko'makni o'qitish va maslahat xizmatlari bilan uyg'unlashtirish subsidiyalangan korxonalarda unumdorlik o'sishini ta'minlashga xizmat qiladi. Beshinchidan, dasturni hududiy kesimda baholash turistik talab yuqori bo'lgan hududlarda samaraning kuchliroq namoyon bo'lishini hisobga olish imkonini beradi.

Oltinchidan, mexanizmni hududiy turizm infratuzilmasini rivojlantirish dasturlari bilan muvofiqlashtirish loyihalarning amalga oshirilish muhitini yaxshilaydi. Keyingi tadqiqotlar uchun istiqbolli yo'nalish - dastur ishtirokchilari va ariza berib, tanlovdan o'tmagan subyektlarni qiyoslash asosida qo'shimchalik samarasini miqdoriy baholash metodikasini ishlab chiqishdir.

FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2022-yil 28-yanvardagi PF-60-son "2022-2026-yillarga mo'ljallangan Yangi O'zbekistonning taraqqiyot strategiyasi to'g'risida"gi Farmoni // Qonunchilik ma'lumotlari milliy bazasi. - Toshkent, 2022.

<https://lex.uz/docs/-5841063>

2. O'zbekiston Respublikasi Prezidentining 2025-yil 18-noyabrdagi PF-217-son "Ekologiya va turizm sohalarida aholi talablariga tezkor javob bera oladigan boshqaruv tizimini yaratish chora-tadbirlari to'g'risida"gi Farmoni // Qonunchilik ma'lumotlari milliy bazasi. - Toshkent, 2025. <https://lex.uz/uz/docs/-7847353>

3. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2025-yil 19-noyabrdagi PQ-348-son “O‘zbekiston Respublikasi Turizm qo‘mitasi faoliyatini tashkil etish va turizm sohasini jadal rivojlantirish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi Qarori // Qonunchilik ma’lumotlari milliy bazasi. - Toshkent, 2025. <https://lex.uz/uz/docs/-7851788>
4. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2026-yil 30-apreldagi PQ-161-son “Hududlarda turizm infratuzilmasini jadal rivojlantirish va sohada loyiha boshqaruvi tizimini joriy etish chora-tadbirlari to‘g‘risida”gi Qarori // Qonunchilik ma’lumotlari milliy bazasi. - Toshkent, 2026. <https://lex.uz/uz/docs/-8167886>
5. Bernini C., Pellegrini G. How Are Growth and Productivity in Private Firms Affected by Public Subsidy? Evidence from a Regional Policy // Regional Science and Urban Economics. - 2011. - Vol. 41, No. 3. - P. 253-265. <https://doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2011.01.005>
6. Grajzl P., Srhoj S., Cepec J., Mörec B. A By-product of Big Government: The Attenuating Role of Public Procurement for the Effectiveness of Grants-Based Entrepreneurship Policy // Small Business Economics. - 2024. - Vol. 62, No. 3. - P. 895-916. <https://doi.org/10.1007/s11187-023-00788-w>
7. Antonelli C., Crespi F. The “Matthew Effect” in R&D Public Subsidies: The Italian Evidence // Technological Forecasting and Social Change. - 2013. - Vol. 80, No. 8. - P. 1523-1534. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2013.03.008>
8. Srhoj S., Vitezić V., Walde J. Do Small Public Grants Boost Tourism Firms’ Performance? // Tourism Economics. - 2022. - Vol. 28, No. 6. - P. 1435-1452. <https://doi.org/10.1177/1354816621994436>
9. Gustafsson A., Stephan A., Hallman A., Karlson N. The “Sugar Rush” from Innovation Subsidies: A Robust Political Economy Perspective // Empirica. - 2016. - Vol. 43, No. 4. - P. 729-756. <https://doi.org/10.1007/s10663-016-9350-6>
10. Bryan K. A., Williams H. L. Innovation: Market Failures and Public Policies // NBER Working Paper. - 2021. - No. 29173. <https://doi.org/10.3386/w29173>
11. World Bank. How to Make Grants a Better Match for Private Sector Development. - Washington, DC: World Bank, 2016. <https://openknowledge.worldbank.org/handle/10986/26434>
12. Oborin M. S., Nagoyeva T. A. Napravleniya razvitiya kreditovaniya subyektov turistskogo rynka // Finansy i kredit. - 2017. - T. 23, № 44. - S. 2646-2662.
13. Qo‘ziboyev B. A. Hududlarda inklyuziv turizmni samarali rivojlantirishning istiqbollari: 08.00.17 - Turizm va mehmonxona faoliyati ixtisosligi bo‘yicha iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi avtoreferati. - Samarqand, 2022.
14. Matkabulova D. X. Turizm sohasidagi investitsiyalarni moliyalashtirish amaliyotini takomillashtirish: 08.00.07 - Moliya, pul muomalasi va kredit ixtisosligi bo‘yicha iqtisodiyot fanlari bo‘yicha falsafa doktori (PhD) dissertatsiyasi avtoreferati. - Toshkent, 2022.
15. O‘zbekiston Respublikasi Prezidentining 2020-yil 28-maydagi PF-6002-son “Koronavirus pandemiyasining salbiy ta’sirini kamaytirish uchun turizm sohasini qo‘llab-quvvatlashga doir kechiktirib bo‘lmaydigan chora-tadbirlar to‘g‘risida”gi

Farmoni // Qonunchilik ma'lumotlari milliy bazasi. - Toshkent, 2020.
<https://lex.uz/docs/4831118>

16. UNWTO. 2020: Worst Year in Tourism History with 1 Billion Fewer International Arrivals. - Madrid: World Tourism Organization, 2021.
<https://www.unwto.org/news/2020-worst-year-in-tourism-history-with-1-billion-fewer-international-arrivals>

17. O'zbekiston Respublikasi Statistika agentligi. Turizm sohasi bo'yicha rasmiy statistik ma'lumotlar. - Toshkent. <https://stat.uz/>

18. Empire State Development. Tourism Matching Funds Program. - New York State Department of Economic Development. <https://esd.ny.gov/tourism-matching-funds-program>



Marketing

ilmiy, amaliy va ommabop jurnali

Muharrir:
Ingliz tili muharriri:
Rus tili muharriri:
Musahhih:
Sahifalovchi va dizaynerlar:

Xakimov Ziyodulla Axmadovich
Tursunov Boburjon Ortiqmirzayevich
Kaxramonov Xurshidjon Shuxrat o'g'li
Karimova Shirin Zoxid qizi
Sadikov Shoxrux Shuxratovich
Abidjonov Nodirbek Odijon o'g'li

2026-yil, avgust, 8-son

© Materiallar ko'chirib bosilganda "Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali manba sifatida ko'rsatilishi shart. Jurnalda bosilgan material va reklamalardagi dalillarning aniqligiga mualliflar mas'ul. Tahririyat fikri har vaqt ham mualliflar fikriga mos kelavermasligi mumkin. Tahririyatga yuborilgan materiallar qaytarilmaydi.

Mazkur jurnalda maqolalar chop etish uchun quyidagi havolalarga murojaat qilish mumkin. Ilmiy maqola, ommabop maqola, reklama, hikoya va boshqa ilmiy-ijodiy materiallar yuborishingiz mumkin.
Materiallar va reklamalar pullik asosda chop etiladi.

Elektron pochta: info@marketingjournal.uz
Bot: [@marketinjournalbot](https://t.me/@marketinjournalbot)
Tel.: +998977838464, +998939266610
Jurnalning rasmiy sayti: <https://marketingjournal.uz>

Marketing jurnali O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi **Oliy attestatsiya komissiyasi rayosatining 2024-yil 04-oktabrdagi 362/5 sonli qarori** bilan milliy ilmiy nashrlar ro'yxatiga kiritilgan



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnali 2024-yil 15-martdan O'zbekiston Respublikasi Prezidenti Administratsiyasi huzuridagi Axborot va ommaviy kommunikatsiyalar agentligi tomonidan **C-5669517** reyestr raqami tartibi bo'yicha ro'yxatdan o'tkazilgan. **Litsenziya raqami: №240874**



"Marketing" ilmiy, amaliy va ommabop jurnalining xalqaro darajasi: **9710**. GOCT 7.56-2002 "Seriya nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlaro standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**