

# MARKETING

ILMIY, AMALIY VA OMMABOP JURNAL



**№12 - SON**

**2025-YIL, DEKABR**

9710 xalqaro daraja



№240874

ISSN: 3060-4621





### JURNALNING MAQSADI

Tadbirkorlik-biznes faoliyatini tashkil etishning marketing asoslarini, yo'nalishlari, echimlari, vositalarini yaratish va rivojlantirish

### ALOQA UCHUN MA'LUMOTLAR

TEL: (97) 783-84-64

VEB-SAYT

[www.marketingjournal.uz](http://www.marketingjournal.uz)

ELEKTRON POCHTA:

[info@marketingjournal.uz](mailto:info@marketingjournal.uz)

TELEGRAM BOT:

[@marketingjournalbot](https://t.me/marketingjournalbot)

TELEGRAM KANAL:

<https://t.me/tdiumarketingjournal>

### MUASSIS

“Tadbirkor va ishbilarmon” MCHJ

### JURNALNING ILMIYLIGI

Marketing jurnali O'zbekiston Respublikasi Oliy ta'lim, fan va innovatsiyalar vazirligi huzuridagi Oliy attestatsiya komissiyasi rayosatining **2024-yil 04-oktabrdagi 332/5 sonli qarori** bilan milliy ilmiy nashrlar ro'yxatiga kiritilgan

### INDEKSATSIYA



### BOSH MUHARRIR

**Xakimov Ziyodulla Axmadovich**, iqtisodiyot fanlari doktori, dotsent;

### BOSH MUHARRIR O'RINBOSARI:

**Yusupov Muxamadamin**, iqtisodiyot fanlari nomzodi, professor;

### TAHRIR HAY'ATI:

**Abduraxmanova Gulnora Kalandarovna**, i.f.d., prof., TDIU, Ilmiy ishlar va innovatsiyalar bo'yicha prorektori;

**Ergashodjayeva Shaxnoza Djasurovna**, i.f.d., prof., TDIU, “Marketing” kafedrasini mudiri;

**Soliyev Axmadjon Soliyevich**, i.f.d., NamDTU, “Marketing” kafedrasini professori;

**Ikramov Murad Akramovich**, i.f.d., TDIU “Marketing” kafedrasini professori;

**Tursunov Boburjon Ortqimrziyevich**, i.f.d., prof., TDIU, Iqtisodiy xavfsizlik kafedrasini mudiri, Xalqaro statistika instituti kengashi doimiy a'zosi;

**Zarova Elena Viktorovna**, i.f.d., G.V.Plexanov nomidagi Rossiya iqtisodiyot universiteti professori, Xalqaro statistika instituti kengashi doimiy a'zosi

**Akramov Tohir Abdirahmonovich**, i.f.d., TDIU, “Marketing” kafedrasini professori;

**Ostonaqulova Gulsaraxon Muhammadyoqub qizi**, i.f.d., TDIU, “Marketing” kafedrasini professori;

**Samadov Asqarjon Mishomovich**, i.f.n., TDIU, “Marketing” kafedrasini professori;

**Shamshiyeva Nargizaxon Nosirxo'ja qizi**, i.f.n., dots., TDIU Kengash kotibi;

**Sobirov Azizbek Avazbekovich**, PhD., TDIU, “Marketing” kafedrasini dotsenti;

**Sadikov Shoxrux Shuxratovich**, PhD, dots., TIU, Departament boshlig'i;

**Musyeva Shaira Azimovna**, i.f.n., SamSI, “Marketing” kafedrasini professori;

**Kaxramonov Xurshidjon Shuxrat o'g'li**, PhD., TDIU, “Marketing” kafedrasini dotsenti;

**Djurabayev Otabek Djurabayevich**, i.f.d., TDIU, “Innovatsion menejment” kafedrasini dotsenti;

**Karimova Shirin Zoxid qizi**, PhD, TDIU, “Axborot texnologiyalari” kafedrasini katta o'qituvchisi;

**Mullabayev Baxtiyarjon Bulturbaevich**, DSc., NamDTU, “Menejment” kafedrasini mudiri, dotsenti;

**Fayzullayev Jaylonbek Sultonovich**, DSc., TDIU, “Yashil iqtisodiyot” kafedrasini dotsenti;

**Aliyev Yashnarjon Egamberdiyevich**, DSc., TDIU, “Iqtisodiy va moliyaviy xavfsizlik” kafedrasini professori;

**Bobojonov Azizjon Babaxanovich**, DSc, TDIU, “Raqqamli iqtisodiyot” kafedrasini dotsenti

**Allayarov Shamsiddin Amanullayevich**, DSc, prof., TDIU, “Savdo ishi” kafedrasini mudiri

**Jumaev Olimjon Sadulloevich**, DSc, Raqqobat siyosati va iste'molchilar huquqlari tadqiqotlari markazi direktori;

**Maxamadjanov Akbar Maxamadaliyevich**, PhD., TDIU, Raqqamli iqtisodiyot va axborot texnologiyalari fakulteti dekan muovini

**Eshov Mansur Po'latovich**, i.f.d., prof., Alfraganus universiteti O'quv ishlari bo'yicha prorektor;

**Abduvaxidov Abdumalik Maxkamovich**, i.f.d., TDIU, “Turizm va servis” kafedrasini professori;

**Kucharov Abrorjon Sobirjanovich**, TDIU, “Biznes boshqaruvi va logistika” kafedrasini professori

**Tuychiyev Alisher Jurayevich**, Alfraganus University “Iqtisodiyot” fakulteti dekani, professor;

**Nazarova Ra'no Rustamovna**, TDIU, “Yashil” iqtisodiyot kafedrasini mudiri, Iqtisodiyot fanlari doktori, professor;

**Usmonov Bunyod Aktam o'g'li**, PhD, TDIU, Moliyaviy tahlil kafedrasini v.b.dotsenti;

**Dehqonov Burxon Rustamovich**, PhD., TDIU, Ilmiy tadqiqot faoliyatini tashkil etish bo'limi bosh mutaxassisi;

**Turobova Hulkar Rustamovna**, PhD., BuxDU, Yashil iqtisodiyot va agrobiznes kafedrasini dotsenti;

**Boltaev Umiddjon Talant o'g'li**, i.f.f.d., PhD., Toshkent arxitektura qurilish instituti “Iqtisodiyot va ko'chmas mulkni boshqarish” kafedrasini dotsenti;

**Bayxonov Bahodirjon Tursunbayevich**, i.f.d., DSc, NamDTU, “Menejment” kafedrasini dotsenti;

**Maxmudov Toxirjon Olimjonovich**, PhD., NamDTU, “Marketing” kafedrasini dotsenti;

**Pardayev Sherzod Xolmurodovich**, i.f.f.d., PhD., TDIU, “Yashil iqtisodiyot va barqaror biznes” kafedrasini dotsenti;

**Beknazarov Behzod Baxtiyor o'g'li**, PhD., Toshkent davlat iqtisodiyot universiteti Samarqand filiali “Yashil iqtisodiyot va barqaror biznes” kafedrasini dotsent v.b.

**Rajabova Moxichexra Abduxolikovna**, PhD., Buxoro davlat universiteti marketing va menejment kafedrasini o'qituvchisi.

**Ikromov Axmadjon Shavkat o'g'li**, PhD., Mirzo Ulug'bek nomidagi O'zbekiston Milliy universitetining Ekonometrika va iqtisodiy modellashtirish kafedrasini katta o'qituvchisi

Elektron nashr 655 sahifa. E'lon qilishga 2025-yil 25-dekabrda ruxsat etildi

# MUNDARIJA

<b>BARQAROR IQTISODIY RIVOJLANISHDA “YASHIRIN” HAMDA “XUFYONA” IQTISODIYOTNI KAMAYTIRISH ZARURATINING EMPERIK TAHLILI.....</b>	<b>7</b>
<b>Nazarova Ra’no Rustamovna, Najmiddinov Yahyo Fazliddin o’g’li</b>	
<b>O’ZBEKISTONDA TIKUV KIYIMLARI BOZORINI RIVOJLANISH XUSUSIYATLARI.....</b>	<b>23</b>
<b>Soliyev Axmadjon, Maxkamov Iqboljon</b>	
<b>IQTISODIY FAOLLIKNI BAHOLASHDA ILG’OR YONDASHUVLAR HAMDA O’ZBEKISTONDA BIZNES FAOLLIGI INDEKSINI JORIY ETISHNING KONSEPTUAL ASOSLARI.....</b>	<b>32</b>
<b>Jumayev Olimjon Sadulloevich, To’ymatov Muzaffarjon Yoqubjon o’g’li</b>	
<b>FIRIBGARLIK HOLATLARINI AUDITORLIK TEKSHIRUVLARI ORQALI ANIQLASHNING NAZARIY ASOSLARI .....</b>	<b>40</b>
<b>Boltayev Abror Sayitmuradovich</b>	
<b>SANOAT TARMOG’INI RIVOJLANISHINING O’ZIGA XOS XUSUSIYATLARI.....</b>	<b>47</b>
<b>Muxtarov Maxmudjon Marifovich</b>	
<b>PAXTA-TO’QIMACHILIK KLASTERLARI FAOLIYATINI OPTIMALLASHTIRISHGA ZAMONAVIY USLUBIY YONDASHUVLAR .....</b>	<b>56</b>
<b>Yusupova Feruza Yo’ldoshevna</b>	
<b>IQTISODIY ISLOHATLARNING MILLIY MODEL VA YANGI O’ZBEKISTON STRATEGIYASI ...</b>	<b>62</b>
<b>Srajidinova Nodira Shavkatovna</b>	
<b>TEMIRYO’L TRANSPORT KORXONALARINING IQTISODIY SAMARADORLIGINI OSHIRISHDA INNOVATSION TEXNOLOGIYALARNING O’RNI.....</b>	<b>69</b>
<b>Eshboyev Ulug’bek Farxodovich</b>	
<b>PAXTA-TO’QIMACHILIK KLASTERLARI FAOLIYATINI YANADA TAKOMILLASHTIRISH YO’LLARI .....</b>	<b>76</b>
<b>Yusupova Feruza Yo’ldoshevna</b>	
<b>O’ZBEKISTON RESPUBLIKASIDA VAKOLATLI IQTISODIY OPERATORLAR FAOLIYATINI TASHKIL ETISH VA BOSHQARISH .....</b>	<b>81</b>
<b>Ismatullayeva Shoira Nurlibekovna</b>	
<b>SANOAT KORXONALARI DEMOGRAFIYASINING IQTISODIY SAMARADORLIKGA TA’SIRINING EKONOMETRIK MODELARI.....</b>	<b>92</b>
<b>Xayitboev Abror Quvondiqovich</b>	
<b>O’ZBEKISTONDA LIZING XIZMATLARI KO’RSATISH JARAYONLARINI TAKOMILLASHTIRISH.....</b>	<b>100</b>
<b>Xolov Bahodir O’ktamovich</b>	
<b>O’ZBEKISTON IQTISODIYOTINI BARQAROR RIVOJLANTIRISHDA TRANSPORT INFRAUZILMASI IMKONIYATLARIDAN FOYDALANISH HOLATI TAHLILI.....</b>	<b>107</b>
<b>Qo’ziboyev Umarbek Ulug’bekovich</b>	
<b>OLIY TA’LIM RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISHDA RAQAMLI MARKETINGNING O’RNI.....</b>	<b>114</b>
<b>Nishonov Dilshod Shamsidinovich</b>	
<b>ПРОМЫШЛЕННЫЙ ТУРИЗМ В УЗБЕКИСТАНЕ: КОМПЛЕКСНЫЙ АНАЛИЗ ГОТОВНОСТИ ПРЕДПРИЯТИЙ УЗБЕКИСТАНА К ПРИЁМУ ПОСЕТИТЕЛЕЙ.....</b>	<b>121</b>
<b>Гольшева Елена Вячеславовна, Адылова Диёра Улугбековна</b>	
<b>MINTAQANING QURILISH TIZIMIDA RAQAMLI TRANSFORMATSIYANING IQTISODIY SAMARADORLIGINI BAHOLASH NAZARIYALARI.....</b>	<b>134</b>
<b>Aminov Sardorbek Sanjarbekovich</b>	
<b>MILLIY IQTISODIYOT RAQOBATBARDOSHLIGINI BAHOLASHDA MAHSULOT BOZORI REGULYATORI TIZIMINI QO’LLASHNING AXAMIYATI.....</b>	<b>139</b>
<b>Rustamov Narzillo Istamovich</b>	
<b>МАРКЕТИНГОВЫЕ ДЕТЕРМИНАНТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ДОВЕРИЯ К ТОВАРАМ НА РАЗВИВАЮЩИХСЯ РЫНКАХ.....</b>	<b>147</b>
<b>Абдурашидова Нигора Алишеровна, Кахрамонова Шахзода Дилмурод кизи, Болтаева Севинч Учкун кизи</b>	
<b>XIZMAT KO’RSATISH SOHASIDA STRATEGIK MENEJMENTNING ROLI VA AHAMIYATI .....</b>	<b>158</b>
<b>Alimova Dildora Damirovna, Aslonov Abdulla Xolmurodovich</b>	

<b>ICHKI AGRAR BOZOR RAQOBATBARDOSHLIGINI OSHIRISH ORQALI OZIQ-OVQAT XAVFSIZLIGINI MUSTAHKAMLASH YO‘LLARI .....</b>	<b>169</b>
<b>Aliev Yashnarjon Egamberdievich</b>	
<b>INNOVATSION TEXNOLOGIYALARNI JORIY ETISHNINGNI JORIY ETISH ORQALI TO‘QIMACHILIK SANOATINING RAQOBATBARDOSHLIGI VA IQTISODIY SAMARADORLIGINI OSHIRISH .....</b>	<b>174</b>
<b>Xakimova Zebinisa Muzaffarovna</b>	
<b>MINTAQADA MAXSUS IQTISODIY ZONALAR RIVOJLANISHINING NAZARIY ASOSLARI .....</b>	<b>182</b>
<b>Abdullayeva Zulfiya Sadullayevna</b>	
<b>ВЛИЯНИЕ НЕЙРОМАРКЕТИНГА И ИНСТРУМЕНТОВ ИСКУССТВЕННОГО ИНТЕЛЛЕКТА НА ЭФФЕКТИВНОСТЬ ЦИФРОВОЙ РЕКЛАМЫ.....</b>	<b>187</b>
<b>Кахрамонов Хуршиджон Шухрат угли, Халикова Доно Джахангировна, Шавкатова Шахзода Шухратовна</b>	
<b>OILAVIY TADBIRKORLIKNING KAMBAG‘ALLIK DARAJASINI QISQARTIRISHGA TA’SIRINI BAHOLASH.....</b>	<b>202</b>
<b>Zaxidova Umida Farxodovna</b>	
<b>ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ РЕСТОРАННОГО БИЗНЕСА ЧЕРЕЗ ВНЕДРЕНИЕ И ПРОДВИЖЕНИЕ ИННОВАЦИОННЫХ УСЛУГ .....</b>	<b>216</b>
<b>В.И. Назаров</b>	
<b>QURILISH TARMOG‘IDA OLIB BORILAYOTGAN ISLOHOTLAR VA SOXANI RIVOJLANISH TENDENSIYALARIGA TA’SIRI .....</b>	<b>225</b>
<b>Arifdjanova Zilola Dilshodovna</b>	
<b>MINTAQADA TASHQI MEHNAT MIGRATSIYASI OQIMLARINI TA’MINLASH YO‘LLARI.....</b>	<b>234</b>
<b>Zakirov Mir Timur Zakir o‘g‘li</b>	
<b>ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ ИННОВАЦИОННОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В УКРАИНЕ И УЗБЕКИСТАНЕ: ВЫЗОВЫ СОВРЕМЕННОСТИ.....</b>	<b>242</b>
<b>Вдовиченко Лариса Юрьевна, Азизова Сайёра Хамидуллаевна</b>	
<b>ВЛИЯНИЕ КОРПОРАТИВНОГО УПРАВЛЕНИЯ НА УСТОЙЧИВОСТЬ И ИННОВАЦИОННОСТЬ ТРАНСПОРТНЫХ КОМПАНИЙ УЗБЕКИСТАНА .....</b>	<b>253</b>
<b>Кадирова Шарофат Амоновна</b>	
<b>РОЛЬ ЭМОЦИОНАЛЬНОГО МАРКЕТИНГА В УСИЛЕНИИ ПОТРЕБИТЕЛЬСКОЙ ЛОЯЛЬНОСТИ.....</b>	<b>272</b>
<b>Кахрамонов Хуршиджон Шухрат угли, Ж.Ж. Буриева, З.А. Юсупбекова</b>	
<b>ВЛИЯНИЕ АВТОМОБИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ УЗБЕКИСТАНА НА ЭКОНОМИКУ СТРАНЫ .....</b>	<b>282</b>
<b>Абдухамидова Мафтуна Турсунали кизи</b>	
<b>TEMIR YO‘L TRANSPORTI KORXONALARIDA ISHLAB CHIQRISH SAMARADORLIGINI BAHOLASHDA KPI TIZIMINI QO‘LLASH.....</b>	<b>290</b>
<b>Mahmudova Dilafruz Hasanovna</b>	
<b>FACTORS AND METHODOLOGICAL APPROACHES INFLUENCING THE INNOVATION MANAGEMENT MECHANISM IN THE HIGHER EDUCATION SYSTEM.....</b>	<b>299</b>
<b>Karimov Muzaffar Abdumalik ugli</b>	
<b>CRM-УПРАВЛЕНИЕ В СЕТЕВЫХ СУПЕРМАРКЕТАХ РАЗВИВАЮЩИХСЯ СТРАН: РОЛЬ КЛИЕНТСКИХ ДАННЫХ, ПРОГРАММ ЛОЯЛЬНОСТИ И ОМНИКАНАЛЬНЫХ СТРАТЕГИЙ В ПОВЫШЕНИИ ЭФФЕКТИВНОСТИ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ .....</b>	<b>305</b>
<b>Юсупов Улугбек Шукруллаевич</b>	
<b>TIJORAT BANKLARIDA RAQAMLI MARKETING STRATEGIYALARIDAN FOYDALANISHDA CRM TIZIMLARINING O‘RNI .....</b>	<b>314</b>
<b>Xayitaliyev Nazirjon Yunusaliyevich</b>	
<b>ШАКАНА САВДО KORXONALARI TA’MINOT TIZIMIDA ZAMONAVIY TEXNOLOGIYALARDAN FOYDALANISH .....</b>	<b>323</b>
<b>Abduxalilova Laylo To‘xtasinovna</b>	
<b>O‘ZBEKISTONDA UY-JOY FONDINI BOSHQARISHDA RAQAMLI TEXNOLOGIYALARNI QO‘LLASHNING ILG‘OR XORIJIY TAJRIBALARIDAN FOYDALANISH .....</b>	<b>333</b>
<b>Raimov Otamurod Xolmurotovich</b>	

<b>O‘ZBEKISTONDA DAVLAT DASTURLARINING MOLIVAVIY IJROSINI TA‘MINLASHDA MARKETINGDAN FOYDALANISH: EMPIRIK TAHLIL VA KONSEPTUAL MODEL.....</b>	<b>340</b>
<b>Primova Nigora Ikrom qizi</b>	
<b>HUDUDIY KICHIK SANOAT ZONALARINING SAMARADORLIGINI INTEGRALLASHGAN INDIKATORLAR TIZIMI ASOSIDA BAHOLASH .....</b>	<b>346</b>
<b>Jalolova Sarvinoz Ulug‘bek qizi</b>	
<b>KIMYO SANOATI KORXONALARINING ISHLAB CHIQRISH SAMARADORLIGIGA EKOLOGIK VA INNOVATSION OMILLAR TA‘SIRI .....</b>	<b>356</b>
<b>Akramov Bo‘ribek Faxriddin o‘g‘li</b>	
<b>MINTAQADA SOG‘LIQNI SAQLASH SOHASINING TUTGAN O‘RNI VA UNI RIVOJLANTIRISHNING OBYEKTIV ZARURIYATI.....</b>	<b>367</b>
<b>Boltayev Mag‘rurbek Allayarovich</b>	
<b>OLIY TA‘LIM MUASSASASIDA ZAMONAVIY MARKETING VOSITALARIDAN FOYDALANISHNING O‘ZIGA XOS JIXATLARI.....</b>	<b>374</b>
<b>Maxmudov Faxriddin Umarovich</b>	
<b>QURILISH MATERIALLARI SANOATIDA ISHLAB CHIQRISHNI SIFAT MENEJMENTI TAMOYILLARI ASOSIDA TASHKIL ETISHNI BAHOLASH.....</b>	<b>381</b>
<b>Achilov Ilmurad Nematovich</b>	
<b>O‘ZBEKISTON OZIY-OVQAT MAHSULOTLARI BOZORINI BARQAROR RIVOJLANISHINI TA‘MINLASHDA STRATEGIK BOSHQARUV VA INSTITUTSIONAL YONDASHUVLAR .....</b>	<b>391</b>
<b>Tuychieva Begoyim Voxidjon qizi</b>	
<b>TIKUV-TRIKOTAJ KORXONALARI MARKETING FAOLIYATIDA MOTIVATSIYA YONDASHUVLARIDAN FOYDALANISH .....</b>	<b>400</b>
<b>Jalilov Jamshid G‘anijonovich</b>	
<b>INTEGRATION OF ARTIFICIAL INTELLIGENCE IN TOURISM AND HOSPITALITY: A COMPARATIVE ANALYSIS AND ROADMAP FOR UZBEKISTAN.....</b>	<b>407</b>
<b>Safaeva Sayyora Rixsibayevna</b>	
<b>THE EVOLUTION AND METHODOLOGICAL INTEGRATION OF THE CONCEPT OF SUSTAINABLE USE .....</b>	<b>417</b>
<b>Kilichov Mukhriddin</b>	
<b>TADBIRKORLIK SUBYEKTLARIDA INNOVATSION FAOLIYATNI STRATEGIK BOSHQARISHNING MAZMUNI, ASOSIY PRINSIPLARI VA FUNKSIONAL VAZIFALARI.....</b>	<b>433</b>
<b>Shakirova Madinaxon Gafurdjanovna</b>	
<b>BUXORO VILOYATI TURIZM XIZMATLARI JOZIBADORLIGINI OSHIRISHDA RAQAMLI MARKETING TEXNOLOGIYALARIDAN FOYDALANISH IMKONIYATLARI .....</b>	<b>442</b>
<b>Jalolov Otabek Oybek o‘g‘li</b>	
<b>OLIY TA‘LIMDAGI BAHOLASH TIZIMI BO‘YICHA ISHONCH DARAJASINI ANIQLASH VA ISHONCH INDIKATORLARINI HISOBLASH METODLARI .....</b>	<b>451</b>
<b>Hakimov Hakimjon Abdullo o‘g‘li, Hakimova Gulnora Abdullo qizi</b>	
<b>TANQIDIY FIKRLASHNI RIVOJLANTIRISHDA VIRTUAL TA‘LIM PLATFORMALARINING ROLI.....</b>	<b>459</b>
<b>Hakimova Mushtariybonu Hamid qizi, Hakimova Gulnora Abdullo qizi, Bozorova Muazzam Hamid qizi</b>	
<b>RAQAMLI IQTISODIYOTNI RIVOJLANISHIDA ZAMONAVIY AXBOROTLARNI O‘RNI.....</b>	<b>467</b>
<b>Samatov Azizbek Abdulaxatovich</b>	
<b>MOYLI EKINLAR YETISHTIRISHDA MARKETING STRATEGIYALARINING SAMARADORLIGINI OSHIRISH YO‘LLARI.....</b>	<b>473</b>
<b>Valiyeva Aziza Anvar qizi</b>	
<b>THE ECONOMIC AND ENVIRONMENTAL EFFICIENCY OF AGRIVOLTAIC SYSTEMS IN UZBEKISTAN’S AGRICULTURAL SECTOR .....</b>	<b>481</b>
<b>Amonov Sardor Zamon ugli</b>	
<b>AMORTIZATSIYA QILINADIGAN AKTIVLAR VA ULARNI HISOBGA OLIHNING OBYEKTIV ZARURATI.....</b>	<b>490</b>
<b>Aminboyev Jaloliddin Otabek o‘g‘li</b>	

<b>DON MAHSULOTLARI KORXONALARIDA MARKETING JARAYONLARINI YO'LGA QO'YILGANLIK HOLATI VA RIVOJLANISH VEKTORLARI.....</b>	<b>500</b>
<b>Kurbanova Dildora Abduraxmanovna</b>	
<b>SANOAT KORXONALARIDA MOLIYAVIY BARQARORLIKNI SHAKLLANTIRISHGA TA'SIR ETUVCHI OMILLAR.....</b>	<b>508</b>
<b>Salomova Sarvinoz Salimovna</b>	
<b>IJTIMOIIY-IQTISODIY O'ZGARISHLAR SHAROITIDA CHAKANA SAVDO XIZMATLARINI RIVOJLANTIRISHNING XUSUSIYATLARI.....</b>	<b>515</b>
<b>Muxamedova Aziza Ravshanovna</b>	
<b>QISHLOQ XO'JALIGI MAHSULOTLARINI ISHLAB CHIQRISHNING IQTISODIY-STATISTIK TAHLILIGA DOIR.....</b>	<b>523</b>
<b>Saburov Jumanazar Saliyevich</b>	
<b>СОВРЕМЕННАЯ МОДЕЛЬ ЧЕЛОВЕЧЕСКОГО РЕСУРСА (HR) В УСЛОВИЯХ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ.....</b>	<b>531</b>
<b>Амирджанова Ситора Суннат кизи, Шаюсупова Наргиза Тургуновна, Урозбоев Хайрулла Муродбой угли, Умаров Фаёзбек Суннатилла угли</b>	
<b>MAHSULOT TANNARXINI HISOBLASH USULLARNI TAKOMILLASHTIRISH MASALALARI..</b>	<b>542</b>
<b>Djumanov Saitmurod Alibekovich</b>	
<b>TADBIRKORLIKDA RAQOBATBARDOSHLIKNI TA'MINLASHDA INSON RESURSLARINI BOSHQARISH VA MENEJMENTNING O'ZARO TA'SIRI.....</b>	<b>549</b>
<b>Sultonboyeva Munira Baxodirovna</b>	
<b>CHAKANA SAVDO KORXONALARIDA TOVAR ZAXIRALARINI BOSHQARISH MASALALARI</b>	<b>558</b>
<b>Safarov Baxtiyor Djurakulovich</b>	
<b>IQTISODIYOTDA TARKIBIY O'ZGARISHLARNING O'RNI VA AHAMIYATI.....</b>	<b>566</b>
<b>Ochilov Akram Odilovich, Qo'ziboyeva Nargiza Hamro qizi</b>	
<b>JOZIBADOR TURISTIK MAHSULOTLARNI SHAKLLANTIRISH VA SIFATINI OSHIRISH YO'NALISHLARI.....</b>	<b>574</b>
<b>Mirzabayev Jamshid Irkinovich</b>	
<b>OLIIY TA'LIM MUASSASALARI BOSHQARUVIDA RAQAMLI TRANSFORMATSIYANING AHAMIYATI.....</b>	<b>581</b>
<b>Gafurov Anvar Bazarbayevich</b>	
<b>ЗНАЧЕНИЕ ЦИФРОВОЙ ТРАНСФОРМАЦИИ В УПРАВЛЕНИИ СТРАТЕГИЕЙ ПРЕДПРИЯТИЯ.....</b>	<b>591</b>
<b>Тарават Абдул Салам</b>	
<b>INNOVATSION IQTISODIYOT SHAROITIDA QAYTA SUG'URTALASH INSTITUTLARI FAOLIYATINI RIVOJLANTIRISH STRATEGIYALARI VA YO'NALISHLARI.....</b>	<b>603</b>
<b>Sherov Sanjar Radjabovich</b>	
<b>BANKLAR VA MARKETING SIYOSATI O'RTASIDAGI BOG'LIQLIK.....</b>	<b>613</b>
<b>Boboxo'jayeva Fotima Kaxramonovna</b>	
<b>ВЛИЯНИЕ АВТОМОБИЛЬНОЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ УЗБЕКИСТАНА НА ЭКОНОМИКУ СТРАНЫ.....</b>	<b>619</b>
<b>Абдухамидова Мафтуна Турсунали кизи</b>	
<b>O'ZBEKISTONDA BIZNES VA TADBIRKORLIK: HOZIRGI HOLAT VA RIVOJLANISH ISTIQBOLLARI.....</b>	<b>626</b>
<b>Ravshanov Azizbek Ravshanovich</b>	
<b>OILAVIY TADBIRKORLIKNING KAMBAG'ALLIKNI QISQARTIRISHGA TA'SIRI: NAMANGAN VILOYATI BO'YICHA KO'P OMILLI EKONOMETRIK BAHOLASH.....</b>	<b>634</b>
<b>Ernazarova Nilufar Nozimjonovna</b>	
<b>MINTAQA SANOAT TUZILMASINING STRUKTURAVIY O'ZGARISHLARI VA IQTISODIY O'SISH DINAMIKASI TAHLILI.....</b>	<b>644</b>
<b>G'aymatova Dilafro'z G'ofurjonovna</b>	

## IQTISODIY FAOLLIKNI BAHOLASHDA ILG‘OR YONDASHUVLAR HAMDA O‘ZBEKISTONDA BIZNES FAOLLIGI INDEKSINI JORIY ETISHNING KONSEPTUAL ASOSLARI

**Jumayev Olimjon Sadulloyevich**

O‘zbekiston Respublikasi Raqobatni rivojlantirish va iste‘molchilar huquqlarini himoya qilish qo‘mitasi huzuridagi Raqobat siyosati va iste‘molchilar huquqlari tadqiqotlari markazi direktori, DSc.

**To‘ymatov Muzaffarjon Yoqubjon o‘g‘li**

O‘zbekiston Respublikasi Raqobatni rivojlantirish va iste‘molchilar huquqlarini himoya qilish qo‘mitasi huzuridagi Raqobat siyosati va iste‘molchilar huquqlari tadqiqotlari markazi bosh ilmiy xodimi hamda Toshkent shahridagi Xalqaro Vestminster universiteti magistranti

### **Annotatsiya**

Mazkur maqolada iqtisodiy faollikni tezkor baholashda qo‘llaniladigan ilg‘or yondashuvlar hamda mamlakatimizda Biznes faolligi indeksini (BFI) joriy etishning metodologik va konseptual asoslari yoritiladi. Jahon amaliyotida keng qo‘llanilayotgan Purchasing Managers’ Index (PMI), IFO va Tankan kabi indekslar tahlili asosida BFI metodologiyasi ishlab chiqilgan. BFI rasmiy statistik ma‘lumotlar kech shakllanishi sharoitida tezkor va real vaqtga yaqin axborotdan foydalanish orqali iqtisodiy jarayonlarda yuzaga keladigan dastlabki o‘zgarishlarni aniqlash imkonini yaratadi. Tadqiqotda ishlab chiqarish, yangi buyurtmalar, xodimlar soni, mahsulot zaxiralari va narxlar dinamikasi kabi indikatorlar asosida quyi indekslar shakllantiriladi hamda umumiy BFI yig‘ma ko‘rsatkichi hisoblanadi. Olingan natijalar BFIning iqtisodiy sikllarning joriy bosqichlarini baholashda, hududlar kesimidagi biznes muhiti farqlarini aniqlashda hamda qisqa muddatli prognozlarni shakllantirishda samarali analitik vosita ekanini ko‘rsatdi. Tadqiqot natijalari O‘zbekistonda iqtisodiy muhitni muntazam monitoring qilish va iqtisodiy siyosat bo‘yicha qarorlar qabul qilish jarayonida BFI dan foydalanishning amaliy ahamiyatini asoslab beradi.

**Kalit so‘zlar:** Biznes faolligi indeksi (BFI), PMI metodologiyasi, taklif, talab, bandlik, inflyatsiya.

### **Аннотация**

В данной статье рассматриваются современные подходы к оперативной оценке экономической активности, а также методологические и концептуальные основы внедрения Индекса деловой активности (BFI) в Республике Узбекистан. На основе анализа широко используемых в мировой практике индексов – таких как Purchasing Managers’ Index (PMI), IFO и Tankan – разработана методология

BFI. Indeks обеспечивает возможность выявления ранних изменений в экономических процессах за счёт использования оперативной и близкой к реальному времени информации в условиях позднего формирования официальной статистики. В исследовании формируются низовые индексы по таким показателям, как объём производства, новые заказы, численность занятых, товарные запасы и динамика цен, после чего рассчитывается интегральный показатель BFI. Полученные результаты подтверждают, что BFI является эффективным аналитическим инструментом для оценки текущей фазы экономического цикла, выявления различий в деловой активности по регионам и формирования краткосрочных прогнозов. Итоги исследования также обосновывают практическую значимость применения BFI в Узбекистане для регулярного мониторинга экономической среды и принятия экономико-политических решений.

**Ключевые слова:** индекс деловой активности (BFI), методология PMI, предложение, спрос, занятость, инфляция.

### Abstract

This article examines advanced approaches used for the rapid assessment of economic activity and elaborates the methodological and conceptual foundations for introducing the Business Activity Index (BFI) in Uzbekistan. Based on the analysis of internationally recognized indicators—such as the Purchasing Managers’ Index (PMI), the IFO Index, and the Tankan Index—a tailored BFI methodology has been developed. The BFI enables the early identification of shifts in economic processes by utilizing prompt and near-real-time information in conditions where official statistics are formed with a time lag. In the study, sub-indices are constructed for key indicators, including production, new orders, employment, inventories, and price dynamics, after which an aggregate BFI score is calculated. The results demonstrate that the BFI serves as an effective analytical tool for assessing the current phase of the economic cycle, identifying regional differences in business activity, and generating short-term forecasts. The findings also justify the practical significance of applying the BFI for regular monitoring of the economic environment and supporting evidence-based policy decision-making in Uzbekistan.

**Keywords:** Business Activity Index (BFI), PMI methodology, supply, demand, employment, inflation.

### KIRISH

Jahon iqtisodiyotida kuzatilayotgan keskin o‘zgarishlar, ishlab chiqarish zanjirlarining murakkablashuvi va biznes muhitining tezkor dinamikasi iqtisodiy faollikni baholashda real vaqt ma’lumotlaridan foydalanish zaruratini kuchaytirmoqda. Rasmiy statistik ko‘rsatkichlar o‘z tabiatiga ko‘ra kechikma bilan shakllanadi, bu esa iqtisodiy sikllarning o‘z vaqtida baholanmasligiga va qaror qabul qilish jarayonida ma’lum noaniqliklarning yuzaga kelishiga olib keladi. Shu sababli, bugungi kunda tadbirkorlar va xalqaro tashkilotlar oldida tadbirkorlik muhiti, ularning kayfiyatini hamda iqtisodiy o‘zgarishlarni baholash va prognoz qilishda aniq ma’lumotlar manbaiga ega bo‘lish muammosi saqlanib qolmoqda (IMF, 2021-yil).



Jahon amaliyotida biznes faolligini baholash uchun bir qator indekslar qoʻllaniladi, jumladan, AQShning Purchasing Manager's Index (PMI), Germaniyaning IFO instituti indeksi va Yaponiyaning Tankan indeksi. Ushbu indekslar metodologiyasi oʻrganilganda, Oʻzbekiston uchun biznes faolligini baholashda Purchasing Manager's Index (PMI) metodologiyasi mos kelishi aniqlandi (OECD, 2019-yil). Ushbu indeksning Oʻzbekiston iqtisodiyotiga moslashtirilgan shakli sifatida Biznes faolliqi indeksi (BFI) metodologiyasi ishlab chiqildi. BFI tadbirkorlar faoliyatining joriy tendensiyalarini tezkor aniqlash, iqtisodiy faollik darajasini baholash va qisqa muddatli prognozlar ishlab chiqish uchun samarali vosita hisoblanadi.

Oʻzbekistondagi ayrim ilmiy-tadqiqot muassasalari tomonidan turli indekslar ishlab chiqilib, bu borada muayyan tadqiqotlar olib borilmoqda. Biroq ushbu indekslar, birinchidan, oʻtgan davr statistik raqamlariga asoslangan, ikkinchidan, ularni tushunish va hisoblash murakkab boʻlib, tahliliy tadqiqotlar oʻtkazish imkonini bermaydi.

Shu sababli, mazkur maqolada iqtisodiy faollikni baholashda qoʻllanilayotgan ilgʻor yondashuvlar tahlil qilinadi hamda Oʻzbekistonda BFI ni joriy etishning konseptual asoslari, metodologik tamoyillari va amaliy ahamiyati yoritib beriladi. Tadqiqotning asosiy maqsadi iqtisodiyotdagi qisqa muddatli tendensiyalarni aniqlashga qaratilgan indeksni shakllantirish jarayonini ilmiy asosda yoritish va uning amaliy qoʻllash imkoniyatlarini koʻrsatishdan iborat.

### **ADABIYOTLAR SHARHI**

Biznes muhiti va korxonalar kutilmalariga asoslangan indikatorlar iqtisodiy oʻzgarishlarni tez va erta aniqlashda muhim ahamiyatga ega. Jahon amaliyotida eng koʻp qoʻllaniladigan koʻrsatkichlardan biri PMI – ishlab chiqarish, talab, bandlik, narxlar va zaxiralar boʻyicha korxonalar faoliyatidagi joriy holatni baholashga yordam beradi (ISM; IHS Markit). Ushbu indeksning asosiy afzalligi uning qisqa muddatda hisoblanishi va iqtisodiy jarayonlardagi dastlabki oʻzgarishlarni rasmiy statistik maʼlumotlardan oldin aniqlashidir. Shuningdek, Yevropa Ittifoqi soʻrovnomalari, Germaniyaning IFO hamda Yaponiyaning Tankan indeksleri ham iqtisodiy faollikni barvaqt aniqlashda keng qoʻllaniladi (JERC).

Real iqtisodiy holatni baholashda eng asosiy muammolardan biri rasmiy statistik maʼlumotlarning shakllanishidagi kechikishlar hisoblanadi. Statistik maʼlumotlarni umumlashtirish uchun maʼlum vaqt talab etilishi sababli, bu holat makroiqtisodiy trendlar va qisqa muddatli tebranishlarni oʻz vaqtida aniqlashni murakkablashtiradi. Shu bois, iqtisodiy tahlil boʻyicha ilmiy adabiyotlarda “nowcasting” yondashuvi keng rivojlangan. Ushbu uslub real vaqtga yaqin indikatorlar yordamida iqtisodiy faollikning darhol baholanishini taʼminlaydi (Giannone va Reichlin).

Xalqaro tashkilotlar, jumladan Jahon banki va Xalqaro valyuta jamgʻarmasi, ayniqsa rivojlanayotgan iqtisodiyotlar sharoitida bunday tezkor indikatorlarning ahamiyatini alohida qayd etadi. Ularning fikriga koʻra, iqtisodiy jarayonlardagi dastlabki tebranishlarni erta aniqlovchi indikatorlar samarali iqtisodiy siyosatni ishlab chiqish, barqarorlikni taʼminlash va makroiqtisodiy xavflarni oldindan baholashda muhim ahamiyat kasb etadi (World Bank; IMF).

Iqtisodiy indikatorlar bo'yicha klassik tadqiqotlar ham iqtisodiy faollikni baholashda yuqori chastotali ma'lumotlarning ustunligini ko'rsatadi. Stock va Watson tomonidan olib borilgan izlanishlarda biznes faoliyati, ishlab chiqarish va bandlik bo'yicha qisqa muddatli tebranishlarni aniqlashda tezkor indikatorlarning prognoz aniqligi an'anaviy statistik ko'rsatkichlarga nisbatan yuqori ekani ilmiy asoslangan (Stock va Watson). Shuningdek, Aruoba, Diebold va Scotti tomonidan ishlab chiqilgan ko'rsatkichlar real vaqtga yaqin ma'lumotlardan foydalanish iqtisodiy faoliyatdagi o'zgarishlarni sezilarli darajada tez aniqlashga imkon berishini namoyish etadi (Aruoba, Diebold va Scotti).

So'nggi yillarda olib borilgan ilmiy tadqiqotlar shuni ko'rsatadiki, real vaqt asosidagi indikatorlardan foydalanish iqtisodiy siyosatni shakllantirishni tezlashtiradi va makroiqtisodiy xavf-xatarlarni erta aniqlashda muhim rol o'ynaydi. Bunday indikatorlar rasmiy statistik ma'lumotlarga nisbatan sezilarli darajada tezkor bo'lib, iqtisodiy jarayonlarning umumiy yo'nalishini o'z vaqtida baholash imkonini beradi. Xalqaro tajribada ushbu yondashuvning samaradorligi tasdiqlangan bo'lib, u rivojlangan mamlakatlarda ham, rivojlanayotgan iqtisodiyotlarda ham qisqa muddatli iqtisodiy tendensiyalarni kuzatishda keng qo'llaniladi. Shu nuqtai nazardan, O'zbekiston sharoitida yaratilgan Biznes faolligi indeksi (BFI) milliy iqtisodiy dinamikani tezkor monitoring qilishga xizmat qiluvchi zamonaviy analitik vosita sifatida e'tirof etiladi.

## **METODOLOGIYA**

Ushbu tadqiqotda O'zbekistonda Biznes faolligi indeksini (BFI) shakllantirish metodologiyasi xalqaro PMI (Purchasing Managers' Index) amaliyotlariga asoslangan holda ishlab chiqildi. Metodologiya iqtisodiyotning joriy holatini operativ baholashga qaratilgan bo'lib, korxonalar faoliyatiga oid sifat ko'rsatkichlari asosida qisqa muddatli tendensiyalarni aniqlash imkonini beradi. BFI rasmiy statistik ma'lumotlarning shakllanishida yuzaga keladigan kechikishlarni bartaraf etmasa-da, ularni tezkor, yuqori chastotali va bevosita korxonalar faoliyatiga asoslangan ma'lumotlar bilan to'ldiradi, bu esa iqtisodiy jarayonlarning boshlang'ich tebranishlarini erta aniqlash uchun muhim axborot manbaini yaratadi.

Indeks sanoat va xizmat ko'rsatish tarmoqlarida faoliyat yurituvchi yirik korxonalar o'rtasida o'tkaziladigan so'rovnoma asosida shakllantiriladi. So'rovnomaning tadbirkorlik subyekti rahbari yoki iqtisodiy jarayonlar bo'yicha mas'ul vakil to'ldiradi. Respondentlar tarkibi iqtisodiyotning asosiy tarmoqlarini qamrab olishi sababli indeks real sektor holatini kompleks aks ettiradi. Dastlabki bosqichda 300 ta yirik korxonaga jalb qilinadi, kelgusida esa respondentlar soni bosqichma-bosqich kengaytiriladi. Bunday yondashuv indeksning barqarorligi, takrorlanishi va ishonchliligini oshiradi.

Indeks so'rovnomasi korxonalarining faoliyatiga oid asosiy parametrlarni o'z ichiga oladi. Ushbu parametrlar qatoriga ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish hajmlari, yangi buyurtmalar soni, xodimlar soni, mahsulot zaxiralari hamda narxlardagi o'zgarishlar kiradi.

Mazkur ko'rsatkichlar korxonalarining joriy operatsion faoliyatini kompleks baholash imkonini berib, ishlab chiqarish jarayonlari, talab dinamikasi, bandlik holati,

zaxiralar darajasi va narxlar bo'yicha yuzaga kelayotgan o'zgarishlarni aniqlashga xizmat qiladi.

Har bir indikator bo'yicha respondentlarga uchta standart javob varianti taqdim etiladi: o'sish kuzatildi, o'zgarish kuzatilmadi yoki kamayish kuzatildi. Mazkur yondashuv korxonalar operatsion faoliyatidagi joriy tendensiyalarni aniqlashda metodik aniqlik va solishtirish imkoniyatini ta'minlaydi. Shuningdek, BFINi hisoblash jarayoni ikki asosiy bosqichdan iborat.

Birinchi bosqich – quyi indeksni hisoblash.

BFI quyi indeksi =  $(P1 \times 1) + (P2 \times 0,5) + (P3 \times 0)$ , bu yerda:

P1 – o'sish qayd etilganini bildirgan respondentlar ulushi;

P2 – o'zgarish kuzatilmaganini bildirgan respondentlar ulushi;

P3 – pasayish qayd etilganini bildirgan respondentlar ulushi.

Natijada har bir parametr bo'yicha indeks 0 dan 100 gacha bo'lgan qiymatni oladi. Ushbu qiymat ko'rsatkichi indikatorning joriy holatini sifat jihatdan ifodalaydi hamda korxonalarining operatsion faoliyatidagi tendensiyalarni aks ettiradi.

Ikkinchi bosqich – umumiy BFINi hisoblash.

Quyi indekslar hisoblangandan so'ng BFINing umumiy yig'ma qiymati shakllantiriladi. Yig'ma indeksni hisoblashda har bir komponentning og'irligi AQShning Institute for Supply Management (ISM) tomonidan ishlab chiqilgan xalqaro PMI metodologiyasiga muvofiq teng taqsimlanadi.

Shu asosda yangi buyurtmalar, mahsulot va xizmatlar ishlab chiqarish hajmi, xodimlarning bandligi, mahsulot zaxiralari hamda narxlardagi o'zgarishlar indeks tarkibida teng ulushga ega bo'lib, har bir parametr umumiy yig'ma indeksning 20 foizini tashkil etadi.

Biznes faolligi indeksi quyidagi formula asosida hisoblanadi:

$BFI = \text{yangi buyurtmalar} \times 0,2 + \text{ishlab chiqarish} \times 0,2 + \text{xodimlar soni} \times 0,2 + \text{mahsulot zaxiralari} \times 0,2 + \text{narxlar} \times 0,2.$

BFI natijasi 50 banddan yuqori bo'lsa, bu iqtisodiyotda faollikning oshib borayotganini, ishlab chiqarish, buyurtmalar va bandlik bo'yicha ijobiy tendensiyalar mavjudligini bildiradi. Aksincha, indeksning 50 banddan past bo'lishi iqtisodiy faollikning pasayganligini ko'rsatadi. Shu sababli BFI iqtisodiy sikllarning joriy holatini baholash, qisqa muddatli o'zgarishlarni kuzatish va iqtisodiy siyosat bo'yicha qarorlar qabul qilishda erta signal beruvchi muhim indikator hisoblanadi.

## TAHLIL VA NATIJALAR

BFI so'rovnomasi Raqobat qo'mitasining "Fair Tech" yagona axborot tizimi orqali o'tkazilib, respublikadagi ishlab chiqarish va xizmatlar sohasidagi 400 dan ortiq yirik korxonalar respondent sifatida ishtirok etdi. Respondentlar tarkibi respublikadagi eng yirik soliq to'lovchi korxonalar, tovar, moliya va raqamli bozorlarda ustun mavqega ega deb e'tirof etilgan xo'jalik yurituvchi subyektlar, shuningdek tabiiy monopoliya subyektlari orasidan tanlanma asosida shakllantirildi.

So'rovnoma natijalariga ko'ra, 2025-yil 3-chorakda BFI yig'ma ko'rsatkichi 2-chorakka nisbatan 5,7 foizga oshib, 56,4 bandni tashkil etdi. Shuningdek, 2025-yil 4-choragi uchun BFINing prognoz ko'rsatkichlari 55,6 band bo'lishi kutilmoqda. Xalqaro

tan olingan PMIga ko'ra, BFI ko'rsatkichi 50 banddan yuqori bo'lsa, bu iqtisodiyotda barqaror o'sish va faollikning ortib borayotganini bildiradi.

BFIning hududlar kesimidagi tahliliga ko'ra, eng yaxshi natija Namangan (62) va Xorazm (60) viloyatlarida kuzatilgan bo'lsa, Navoiy (49), Surxondaryo (52,9) va Toshkent (53) viloyatlarida indeks natijasi nisbatan past ko'rsatkichlarga teng bo'ldi.

Yirik biznes vakillari tomonidan baholangan iqtisodiyotning joriy holati va kutilmalari BFIning har bir komponenti asosida o'rganib chiqildi.

Ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish hajmlari bo'yicha. BFIning tovarlar ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish hajmidagi o'zgarishlar komponenti iqtisodiyotdagi ishlab chiqarish sur'atlari va xizmatlar sohasidagi talabning dinamikasini ifodalovchi muhim ko'rsatkich hisoblanadi.

2025-yilning 3-choragida mazkur komponent bo'yicha indeks natijasi 2-chorakka nisbatan 8 bandga oshib, 79 bandni tashkil etdi. Respondentlarning 63 foizi ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish hajmlari oshganini, 31 foizi o'zgarish kuzatilmaganini, 6 foizi esa kamayganligini qayd etdi.

Hududlar kesimidagi tahlillarga ko'ra, eng yaxshi natijalar Namangan (97) va Xorazm (91) viloyatlarida kuzatilgan bo'lsa, Navoiy (54), Surxondaryo (65) va Samarqand (69) viloyatlarida mazkur komponent natijasi nisbatan past ko'rsatkichlarga teng bo'ldi. Shuningdek, BFIning 2025-yil 4-choragi kutilmalariga ko'ra, ushbu ko'rsatkich 78 bandga teng bo'lishi kutilmoqda.

Mazkur ko'rsatkich ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatishda faollikning ortishi va iqtisodiy barqarorlik saqlanayotganini anglatadi. Respondentlar ishlab chiqarish va xizmat ko'rsatish hajmlarining barqarorligicha saqlanishini prognoz qilmoqdalar.

Yangi buyurtmalar soni bo'yicha. BFIning yangi buyurtmalar soni bo'yicha ko'rsatkichi iste'molchilarning tovar va xizmatlarga bo'lgan talabini baholashda muhim ahamiyatga ega.

2025-yilning 3-choragida yangi buyurtmalar indeks ko'rsatkichi 2-chorakka nisbatan 8 bandga oshib, 74 bandga teng bo'ldi. Respondentlarning 55 foizi ushbu davrda talab oshganini, 38 foizi o'zgarish kuzatilmaganini, 7 foizi esa talab pasayganini qayd etdi.

Hududlar kesimida eng yaxshi natijalar Namangan (97) va Buxoro (88) viloyatlarida kuzatilgan bo'lsa, Navoiy (50) hamda Samarqand (55) viloyatlarida mazkur komponent natijasi nisbatan past ko'rsatkichlarga teng bo'ldi.

2025-yil 4-choragi uchun prognozga ko'ra, yangi buyurtmalar soni indeks ko'rsatkichi 2 bandga oshib, 76 bandni tashkil etishi kutilmoqda. Bunda respondentlarning 60 foizi yangi buyurtmalar sonining oshishini, 33 foizi o'zgarish kuzatilmagligini, 7 foizi esa kamayish kuzatilishini qayd etdilar.

Omborlardagi mahsulot zaxiralari bo'yicha. Biznes faolligi indeksi omborlardagi mahsulot zaxiralari o'zgarishlari iqtisodiy faollik va bozordagi talab-taqchilik munosabatlarini baholashda muhim indikator hisoblanadi.

2025-yil 3-choragida mazkur komponent 2-chorakka nisbatan 8 bandga pasayib, 34 bandni tashkil etdi. Respondentlarning 45 foizi zaxiralar hajmining oshganini, 41 foizi o'zgarish kuzatilmaganini, 14 foizi esa kamayish yuz berganini qayd etdi.

Tovar va xizmatlarning narxlari bo'yicha. Biznes faolligi indeksida tovar va xizmatlar narxlarining o'zgarishlari inflyatsion bosim va bozordagi talabning o'zgarishini baholashda muhim ahamiyat kasb etadi. Joriy yilning 3-choragida tovar va xizmatlar narxlari indeksi 2-chorakka nisbatan 5 bandga pasayib, 28 bandni tashkil etdi. Respondentlarning 49 foizi narxlar oshganini, 45 foizi o'zgarish kuzatilmaganini, 6 foizi esa pasayganini qayd etdilar.

BFIning mazkur komponenti respublikaning barcha hududlarida 50 banddan past darajada shakllandi. Nisbatan eng yaxshi natijalar Andijon (48) va Navoiy (44) viloyatlarida kuzatildi.

Kutilmalarga ko'ra, 2025-yil 4-choragida narxlar komponenti deyarli o'zgarishsiz 29 bandni tashkil etishi kutilmoqda. Ushbu tendensiya iqtisodiyotda talabning barqarorligi fonida inflyatsion bosimning saqlanib qolayotganini anglatadi.

Xodimlar soni bo'yicha. BFIning xodimlar soni bo'yicha komponenti iqtisodiy faollikning asosiy indikatorlaridan biri bo'lib, mehnat bozoridagi tendensiyalarni va ishlab chiqarish samaradorligini belgilaydi.

2025-yil 3-choragida xodimlar soni indeks ko'rsatkichi 2-chorakka nisbatan 8 bandga oshib, 67 bandni tashkil etdi. Respondentlarning 43 foizi xodimlar soni oshganini, 47 foizi o'zgarish kuzatilmaganini, 10 foizi esa kamayganini qayd etdilar.

Hududlar kesimida eng yaxshi natijalar Sirdaryo (94) va Jizzax (60,3) viloyatlarida kuzatilgan bo'lsa, Navoiy (44), Andijon (54) va Farg'ona (57) viloyatlarida mazkur komponent natijasi nisbatan past ko'rsatkichlarga teng bo'ldi.

Kelgusi chorak prognozlariga ko'ra, mazkur ko'rsatkich 3 bandga oshib, 70 bandni tashkil etishi kutilmoqda. Bunda respondentlarning 48 foizi xodimlar sonining oshishini, 45 foizi o'zgarish kuzatilmasligini, 7 foizi esa kamayish kuzatilishini qayd etdilar. Bu esa yirik biznes subyektlarining yangi ish o'rinlari yaratilishiga bo'lgan ijobiy kutilmalari mavjudligini ko'rsatadi.

## **XULOSA VA TAKLIFLAR**

O'tkazilgan tadqiqot natijalari shuni ko'rsatadiki, Biznes faolligi indeksi (BFI) iqtisodiy faollikni operativ baholashda samarali vosita bo'lib, rasmiy statistik ko'rsatkichlarda kuzatiladigan vaqtinchalik kechikishlarni tezkor ma'lumotlar bilan to'ldirish imkonini beradi. Indeks korxonalar faoliyatining muhim ko'rsatkichlari – ishlab chiqarish hajmi, yangi buyurtmalar, bandlik, mahsulot zaxiralari va narxlar dinamikasi asosida shakllanadi hamda iqtisodiy siklning joriy bosqichini aniqlashda ishonchli ma'lumot beradi. Tadqiqot BFI yordamida hududlar darajasida iqtisodiy faollik differentsiallarini baholash, qisqa muddatli prognozlar tuzish hamda iqtisodiy jarayonlardagi dastlabki o'zgarishlarni erta aniqlash mumkinligini tasdiqladi.

BFIning joriy etilishi mamlakatda iqtisodiy siyosatning tezkorligi, maqsadlilik va dalillarga asoslanganligini kuchaytiradi. Indeks real sektorni monitoring qilish jarayonini takomillashtiradi, korxonalar faoliyati bo'yicha uzluksiz axborot oqimini shakllantiradi hamda qaror qabul qiluvchi organlar uchun qo'shimcha analitik manba sifatida xizmat qiladi.

## FOYDALANILGAN ADABIYOTLAR RO'YXATI

1. ISM (Institute for Supply Management) (2023). Purchasing Managers' Index (PMI) Report. ISM Publications.
2. IHS Markit (2022). Global Manufacturing PMI: Methodology and Data. London: IHS Markit.
3. JERC – Japan Economic Research Center (2019). Tankan Business Conditions Survey: Methodology Overview. Tokyo: JERC.
4. Bańbura, M., Giannone, D. & Reichlin, L. (2011). Nowcasting. In: M. Clements & D. Hendry (eds.). Oxford Handbook on Economic Forecasting. Oxford: Oxford University Press.
5. World Bank (2020). Global Economic Prospects. Washington, DC: The World Bank.
6. IMF – International Monetary Fund (2021). World Economic Outlook. Washington, DC: IMF.
7. Stock, J.H. & Watson, M.W. (1989). 'New Indexes of Coincident and Leading Economic Indicators'. NBER Macroeconomics Annual, 4, pp. 351–394.
8. Aruoba, S.B., Diebold, F.X. & Scotti, C. (2009). 'Real-Time Measurement of Business Conditions'. Journal of Business & Economic Statistics, 27(4), pp. 417–427.
9. OECD – Organisation for Economic Co-operation and Development (2019). Business Tendency Surveys: A Handbook. Paris: OECD Publishing.



# Marketing

ilmiy, amaliy va ommabop jurnali

<b>Muharrir:</b>	Xakimov Ziyodulla Axmadovich
<b>Ingliz tili muharriri:</b>	Tursunov Boburjon Ortiqmirzayevich
<b>Rus tili muharriri:</b>	Kaxramonov Xurshidjon Shuxrat o'g'li
<b>Musahhih:</b>	Karimova Shirin Zoxid qizi
<b>Sahifalovchi va dizaynerlar:</b>	Sadikov Shoxrux Shuxratovich Abidjonov Nodirbek Odijon o'g'li

**2025-yil, dekabr, 12-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](mailto: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 332/5 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**. ГОСТ 7.56-2002 "Seriya nashrlarning xalqaro standart raqamlanishi" davlatlararo standartlari talablari. **Berilgan ISSN tartib raqami: 3060-4621**